

Lenin Martell Gámez

El imaginario de lo público en la radio



Esta obra se encuentra disponible en Acceso Abierto
para copiarse, distribuirse y transmitirse con propósitos no comerciales.

Todas las formas de reproducción, adaptación y/o traducción por medios mecánicos
o electrónicos deberán indicar como fuente de origen a la obra y su(s) autor(es).

Se debe obtener autorización de la Universidad Veracruzana
para cualquier uso comercial.

La persona o institución que distorsione, mutile o modifique el contenido de la obra será
responsable por las acciones legales que genere e indemnizará
a la Universidad Veracruzana por cualquier obligación que surja
conforme a la legislación aplicable.

Encuentra más libros en Acceso Abierto en:

<http://bit.ly/EditorialUVAccesoAbierto>

EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO

UNIVERSIDAD VERACRUZANA

Martín Gerardo Aguilar Sánchez

RECTOR

Elena Rustrián Portilla

SECRETARIA ACADÉMICA

Lizbeth Margarita Viveros Cancino

SECRETARIA DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS

Rebeca Hernández Arámburo

ENCARGADA DE LA SECRETARÍA DE DESARROLLO INSTITUCIONAL

Agustín del Moral Tejeda

DIRECTOR EDITORIAL

EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO

LENIN MARTELL GÁMEZ



Universidad Veracruzana
Dirección Editorial

Diseño de colección: Aída Pozos Villanueva
Maquetación y *collage* digital de forros: Enriqueta del Rosario López Andrade

Clasificación LC: HE8697.95.MX M37 2021
Clasif. Dewey: 384.540972
Autor: Martell Gámez, Lenin.
Título: El imaginario de lo público en la radio / Lenin Martell Gámez.
Edición: Primera edición.
Pie de imprenta: Xalapa, Veracruz, México : Universidad Veracruzana, Dirección Editorial, 2021.
Descripción física: 459 páginas : ilustraciones, gráficas ; 23 cm.
Serie: (Colección Biblioteca)
Nota: Bibliografía: páginas 443-459.
ISBN: 9786075029627
Materias: Radio pública--México--Historia--Siglo XXI.
Radiodifusión--Aspectos sociales--México.
Política de comunicación--México.

DGBUV 2021/14

Primera edición, 3 de noviembre de 2021

D. R. © Universidad Veracruzana
Dirección Editorial
Nogueira núm. 7, Centro, CP 91000
Xalapa, Veracruz, México
Tels. 228 818 59 80; 818 13 88
direccioneditorial@uv.mx
<https://www.uv.mx/editorial>

ISBN: 978-607-502-962-7

DOI: 10.25009/uv.2663.1614

Impreso en México
Printed in Mexico

Para mis mentores
Para mis entrañables amigos
Para todos aquellos profesionales que trabajan diariamente
para hacer posible la radio de servicio público

AGRADECIMIENTOS

Agradezco, por sus valiosos comentarios, revisiones y apoyo, a Patricia Ortega Ramírez, Alma Rosa Alva de la Selva, Javier Esteinou Madrid, Susana González Reyna, Janneth Trejo, José Cisneros Espinosa, María de la Luz Casas Pérez (†), Félix Ortega Gutiérrez, Enrique Bustamante Ramírez (†) y Gilberto Giménez Montiel.

Asimismo, reconozco al equipo editorial de la Universidad Veracruzana por su apoyo para la publicación de este libro, en especial a Víctor Ocaña Hernández, Édgar García Valencia y Alberto Tovalín Ahumada. Así como a la Universidad Autónoma del Estado de México, la Universidad Nacional Autónoma de México, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, la Universidad Anáhuac y la Universidad de Boston.

Mi mayor gratitud a colegas, familiares y amigos, quienes fueron pilar fundamental para terminar este libro y plantear nuevas ideas: Antonio Calderón Adel, Ada Villanueva Ramírez, Pedro Sánchez Merino, Rosa María Meza Vargas, Benjamín Debuen Kalman, Alberto Carrera Portugal, Dídimo Castillo Fernández, Martín Echeverría Álvarez, James Lull, Anne Kafzyk, Esteban Ortiz Castañares, Sarah Rodgers-Lepkowski, Alpha Martell Gámez, Celeste González de Bustamante, Sergio Godínez Torres, Manuel Arango Arias, Nancy Pearson, Heidi Shultz, Ellie Zimmerman, mi madre, entre muchas otras personas. Por siempre, doy las gracias a mis asistentes y alumnos.

PRESENTACIÓN

CULTURAL, EDUCATIVA, NO COMERCIAL, ESTATAL O DE GOBIERNO, fueron algunas de las denominaciones con las que durante casi nueve décadas se identificó a las radios que, sin fines de lucro, desempeñaban una función social, cultural, educativa u oficialista en México. Las instituciones que primero incursionaron en la radiodifusión fueron las estatales y, aunque se trató de experiencias efímeras, las pioneras en la instalación de su propia emisora fueron la Secretaría de Relaciones Exteriores, en 1923, y la Secretaría de Educación Pública, en 1924.

Desde el surgimiento de la radio, y hasta ya iniciada la segunda década del siglo XXI, no hubo en nuestro país ninguna ley o marco jurídico que reconociera la radiodifusión como un servicio público. Para la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 los medios no comerciales solo podían ser oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas. Esa ley, que estuvo vigente durante más de cinco décadas, tampoco contenía especificación alguna sobre la finalidad de dichos medios.

Con la promulgación de la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, en junio de 2013 se instituyó –por primera vez en la historia de la radio– la concesión de uso público. A partir de ahí, esa figura jurídica identifica legalmente a las radios y televisoras gestionadas por los gobiernos federal, estatales y municipales, así como por los poderes de la Unión, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación pública. En el nuevo marco jurídico, estos medios no solo se reconocen como públicos, sino que también se establece para ellos una serie de atribuciones.

Sin embargo, la vocación de servicio público, cualidad que durante años se adjudicaron a sí mismas muchas de las radios y televisoras sin propósitos comerciales, no nació con un decreto constitucional ni con la emisión de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión,

de julio de 2014. Estos hechos fueron precedidos por experiencias diversas en los medios que, con aciertos y desaciertos, pretendían dar sentido a su propia noción de lo público. Antes de la aprobación de las nuevas reglas, hubo también décadas de intensa discusión sobre la naturaleza de los medios públicos y amplias reflexiones acerca de sus funciones; en aquellas deliberaciones participaron sectores de la sociedad civil, de la academia, políticos y medios estatales y federales, que pugnaban por diferenciar lo público de lo gubernamental.

Antes y ahora, el debate sobre los principios y funciones de los medios de comunicación de carácter público sigue siendo pertinente e imprescindible para salvaguardar la libertad de expresión y el derecho a la comunicación en realidades cada vez más globalizadas, mediatizadas y digitalizadas. De ahí la utilidad de este libro, pues en sus páginas se registran las principales aristas de dicha discusión y se ofrecen herramientas para examinar y redefinir el valor de lo público.

Con una mirada crítica y bien documentada, el autor de *EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO* muestra los entretelones del desarrollo histórico de la radio estatal en México y las tensiones que han existido entre corporativos mediáticos, estado y sociedad. Lenin Martell hace aquí un recorrido conceptual sobre la noción de espacio público e introduce perspectivas teóricas muy variadas de autores y autoras de Europa, América del Norte y Latinoamérica, y deja en claro la relevancia que adquiere esta reflexión en el contexto del neoliberalismo. Además de brindar un panorama de la situación de la radio no comercial en distintos países del mundo en donde ha sido significativo el desarrollo de los medios públicos, el autor introduce una mirada propia sobre la construcción del servicio público y ofrece conceptos necesarios para pensar lo público no como una noción estática, sino como un concepto en constante transformación en relación con el contexto en el que se desarrolla y se estudia.

Son varias las aportaciones que esta obra hace al estudio y comprensión de los principios del servicio público de radiodifusión. Sobre

todo, resulta reveladora la indagación que Martell lleva a cabo en cuanto a la función social de los contenidos de Radio Educación. A partir del análisis de la programación radial y de los testimonios de productores, realizadores y personas encargadas de la gestión de esta emisora, el autor explica cómo se ejecutan las funciones relacionadas con el servicio público, que consisten en informar, educar, entretener lúdicamente y contribuir a la expresión de la diversidad cultural y social. Es igualmente relevante conocer, de la propia voz de las personas involucradas en el quehacer cotidiano de la radio, cómo interpretan principios esenciales adjudicados al deber ser de un medio público, sobre todo cuando esta interpretación ocurría en un tiempo en el que no existía alguna norma legal que obligara a Radio Educación a cumplir con valores como los de universalidad, autonomía, independencia editorial y participación social, entre otros, ni había las condiciones técnicas, políticas y económicas para llevarlos a la práctica.

La reflexión acerca de la construcción de lo público desde el imaginario social de los realizadores de contenidos de Radio Educación abre nuevas rutas teóricas y metodológicas para el estudio de los medios públicos en general. También hace posible comprender los avances y las limitaciones que medios como ese han tenido para el pleno ejercicio del servicio público.

El estudio de caso que aquí se presenta no solo es de utilidad para conocer y comprender la realidad de un momento histórico significativo en la construcción de identidad de la radiodifusión de servicio público. La investigación de Martell traza, además, ejes conceptuales importantes para analizar y entender la situación actual de estos medios.

Si bien es cierto que las condiciones que establece la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión son insuficientes para garantizar la consolidación del servicio público de radiodifusión en México, una buena ejecución de las tareas que ahí se exigen permitiría avanzar en la constitución de verdaderos medios públicos en nuestro país. Cuando hablamos de *verdaderos* nos referimos a medios cuya línea no sea vul-

nerada por los cambios políticos, que sean realmente un contrapeso para la radiodifusión comercial y oficial; medios autónomos ante el poder político y económico, editorialmente independientes, con activa participación social y con espacios significativos para la pluralidad y la expresión de la diversidad social, étnica e ideológica. Medios cuyos contenidos se distingan –por su calidad social y estética– de la oferta del mercado audiovisual. Sin embargo, en los hechos, poco se ha avanzado en este camino. Hay, desde luego, medios que constituyen notables excepciones; pero, aun en tales casos, su ejercicio de lo público sigue dependiendo de la voluntad de quienes los gestionan o dirigen más que de la aplicación de la ley. Esa ha sido históricamente la situación de Radio Educación. Con sus altas y sus bajas, esta institución ha logrado constituirse en un referente de independencia y autonomía, cualidades fundamentales del servicio público; pero tal capacidad ha sido más una consecuencia de quienes han estado al frente de la radio y, como queda claro en este libro, de la participación de sus realizadores. Con ello, Radio Educación ha construido una noción propia de lo público.

PATRICIA ORTEGA RAMÍREZ

PRÓLOGO

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN PÚBLICOS EN LA CUARTA TRANSFORMACIÓN DE MÉXICO

EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO es una aportación conceptual y necesaria en el campo de la comunicación y la cultura nacional, pues permite reconstruir el proceso histórico de Radio Educación como prototipo de comunicación de servicio público en el país. No hay estudios similares que conformen un antecedente para esta investigación que pudieran mostrar la importancia del sistema de comunicación de servicio público en México. En este sentido, se puede decir que es un estudio pionero que abre una variedad de perspectivas de reflexión y análisis. Esta investigación proporcionó datos y elementos analíticos sistemáticos que permiten al lector construir una línea histórica en el desarrollo de los medios de servicio público en el contexto de la Cuarta Transformación en México. A partir de estas consideraciones elaboramos este “Prólogo”.

CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO PROYECTO DE NACIÓN

Para gobernar durante el periodo 2018-2024, el presidente Andrés Manuel López Obrador (AMLO) y la dirigencia del Movimiento de Regeneración Nacional (Morena) plantearon la necesidad de crear un nuevo proyecto de nación capaz de lograr un cambio profundo en las principales áreas de gobernabilidad, funcionamiento y desarrollo del país para consolidar la Cuarta Transformación de la historia de México. Además de distintas políticas estructurales para la reorganización plena de la república propusieron, en el ámbito de la cultura y de la comunicación, diversos fundamentos básicos, que serían la brújula del proyecto de país.

Mediante el posicionamiento de estos elementos cardinales, el nuevo gobierno reconoció que la transformación profunda de México debe partir de la modificación de sus cimientos éticos, morales, axiológicos, culturales y espirituales, y no solo de la implementación de acciones económicas y materiales o de políticas pragmáticas conducidas por la urgencia coyuntural o por un oportunismo tendiente a prolongar los privilegios del poder.

LOS MEDIOS PÚBLICOS Y LA EDIFICACIÓN DE “OTRO FUTURO”

Para alcanzar el cambio verdadero en la superestructura cultural de la sociedad mexicana se cuenta con el apoyo del aparato educativo: casas de cultura, espacios universitarios, órganos culturales, espacios públicos de discusión, etc., y, en especial, con el desempeño de los medios masivos de difusión, pues estos son el sistema central del funcionamiento cotidiano de la sociedad en este siglo XXI. Por consiguiente, los medios masivos son los instrumentos más eficientes para lograr la transformación colectiva de las percepciones, los imaginarios, los pensamientos, la conciencia y las emociones de la sociedad. El autor lo ejemplifica en esta obra al explicar la contribución histórica de la emisora XEEP de Radio Educación a ciertos grupos de la sociedad, desde 1968 hasta los primeros años de este siglo veintiuno.

Sin embargo, dentro del modelo de comunicación social que existe en la república, compuesto por los canales comerciales y los *medios de Estado*, los medios de difusión privados no tienen la vocación institucional suficiente para realizar la reforma ético-moral-cultural-espiritual que se requiere para salir de la crisis histórica en que se encuentra sumergida la nación, pues su objetivo medular es funcionar como industrias lucrativas que produzcan ganancias en el menor tiempo y en la mayor proporción posibles: la orientación de este “modelo de *business*” empresarial comunicativo está destinada a la acumulación de capital y no al desarrollo social. Bien lo ha evidenciado Lenin Martell al decir

que, salvo excepciones, la radio comercial se ha enfocado –desde su aparición en la década de los veinte del siglo pasado– a desarrollar un modelo basado en el *rating* y en el lucro, pero no en atender las necesidades informativas y culturales de las mayorías y minorías de la población.

En consecuencia, el principal recurso estructural con el que cuenta el actual gobierno, con el fin de efectuar la revolución ético-moral-cultural de las distintas esferas de conciencia de la sociedad para crear el nuevo proyecto de nación, no son los medios comerciales privados, sino los *medios públicos* de comunicación. Específicamente en algunos, según lo señala Martell, ha habido un esfuerzo constante –desde las actividades cotidianas de las emisoras– para reflejar los valores y principios del servicio público en su programación.

SITUACIÓN ACTUAL DE LOS MEDIOS PÚBLICOS EN MÉXICO

Para contribuir en el enfrentamiento a los desafíos de gobernabilidad comunicativa que realiza el nuevo gobierno de izquierda es fundamental conocer cuál es la situación global en la que se encuentran los *medios públicos* de difusión en México, a fin de determinar cuáles son los obstáculos que les impiden avanzar en la consecución de los objetivos planteados y precisar el modo de superarlos. Al respecto, *EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO* explica que, salvo excepciones muy contadas durante las últimas cuatro décadas, el gobierno mexicano descuidó o abandonó la misión medular de los medios de comunicación de Estado en cuanto a fortalecer el proyecto de *comunicación de servicio público*, y apoyó excesivamente al modelo privado de difusión comercial, en especial el monopolístico. Esta tendencia, entre otras, fue provocada por las circunstancias siguientes:

1. La ausencia de una legislación precisa que facilitara el ejercicio de las funciones específicas de los medios de comunicación de Estado,

- lo cual fue un compromiso establecido por el gobierno desde 2013 a través de la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión.
2. La dependencia de los medios de comunicación pública ante el poder gubernamental, el cual los utilizó para impulsar sus propios intereses políticos sin atender las prioridades del desarrollo comunitario que reiteradamente había demandado la sociedad civil.
 3. La presencia de un tramposo “marco normativo”, que no permitió a los *medios de comunicación de Estado* su financiamiento autónomo, lo que provocó que siguieran subordinados a la estructura del poder en turno. En este sentido, se produjo un vacío político-jurídico que impidió tener medios de comunicación de *servicio público* en México.
 4. La fuerte y constante tentación a renunciar a su función de medio de comunicación de servicio público, para convertirse en una mala copia de los canales comerciales o en instrumentos de la propaganda gubernamental.
 5. La operación desvinculada de las prioridades del proyecto de desarrollo estructural del país, por lo que, en el mejor de los casos, se adoptó un modelo de “difusión culturalista”, que divulgó la cultura por la cultura o la información por la información, y no contribuyó en la vinculación orgánica con los grandes desafíos sistémicos que debían encarar los programas de crecimiento nacionales y regionales.
 6. La inexistencia de una mística, filosofía o escuela de comunicación de servicio público en el país que posibilitara que los medios de Estado se diferenciara sustancialmente del modelo de comunicación-mercado y se reconocieran como instituciones para los ciudadanos y no como generadoras de dinero dominadas políticamente.

El conjunto de estas complejas realidades condicionó severamente el desarrollo del modelo de medios de comunicación de servicio público en el país, abonando durante décadas al fortalecimiento del tradicional paradigma desigual de la comunicación en México.

LOS MEDIOS DE ESTADO DENTRO DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL DE LAS TELECOMUNICACIONES Y LA RADIODIFUSIÓN

Sin embargo, pese a problemática heredada en cuanto a la comunicación de Estado, el 11 de junio de 2013 el Congreso de la Unión aprobó la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión (Segob, 2013) y sentó las bases fundamentales para crear un modelo de comunicación colectivo más justo y equilibrado para la nación a través de las industrias culturales electrónicas. Introdujo varias concepciones y normatividades fundacionales para superar el viejo prototipo de difusión masiva e incorporó nuevas bases jurídicas de gran trascendencia, para lograr algunas de las garantías comunicativas esperadas por la ciudadanía durante más de siete décadas en el país.

De esta forma, en el artículo 6º, fracción II, de la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*, queda definido que "... las telecomunicaciones son servicios públicos de interés general, por lo que el Estado garantizará que sean prestados en condiciones de competencia, calidad, pluralidad, cobertura universal, interconexión, convergencia, continuidad, acceso libre y sin injerencias arbitrarias" (Segob, 2013: 2).

Complementariamente, en la fracción III se precisa que

... la radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento

de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3º de la Constitución (Segob, 2013: 2).

Para fortalecer este trascendental avance histórico, en el artículo 10º transitorio de la reforma constitucional se subraya:

Los medios públicos que presten el servicio de radiodifusión deberán contar con independencia editorial, autonomía de gestión financiera, garantías de participación ciudadana, reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas, defensa de sus contenidos, opciones de financiamiento, pleno acceso a tecnologías, y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales (Segob, 2013: 11).

Esta transformación constitucional de la estructura jurídica en la materia incidió en el regreso al origen de la comunicación de Estado –que la clase política intencionalmente abandonó desde hace muchos años para privilegiar la comunicación comercial y la comunicación legitimadora–, que no fue otra cosa más que devolverle a la comunicación de Estado su naturaleza de *servicio público*, que es la única razón que puede justificar su existencia. En síntesis y en términos generales, el decreto constitucional contó con importantes conquistas estratégicas con las que el Congreso de la Unión logró comenzar una realidad comunicativa fundamental para construir otro modelo de canales de difusión de *servicio público* capaz de contribuir a la conciencia colectiva de las personas y lograr un crecimiento más equilibrado del país.

Estos cambios constitucionales permitieron que la sociedad mexicana contara con elementos jurídicos estratégicos, que contribuían a crear un futuro distinto y mejor para la nación. Con ello se resolvió una parte de la “cuadratura del círculo” que, durante más de medio siglo, la clase política no quiso resolver, negando las principales demandas de cambio comunicativo exigidas por los ciudadanos: que los medios de comunicación de Estado dejaran de ser instituciones al servicio de los

intereses de la burocracia política y se transformaran en organismos de comunicación de *servicio público* para la sociedad.

LOS MEDIOS PÚBLICOS EN LAS LEYES SECUNDARIAS DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL

No obstante, pese a las demandas manifestadas por la sociedad civil durante más de siete décadas (analizadas en este libro) para fortalecer los medios públicos, los avances logrados en 2013 –con la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión–, paradójicamente, en 2014, al aprobarse las leyes secundarias de dicha reforma estructural, el Congreso de la Unión marginó sustantivamente el apoyo del Estado a las concesiones de uso público y social en México (Segob, 2014). En este sentido, las normatividades secundarias no crearon una nueva ley o apartados jurídicos específicos que apoyaran los avances ya reconocidos con anterioridad por la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* para impulsar a los medios públicos y sociales, sino que limitaron radicalmente su desarrollo al soslayar o constreñir sus funciones de comunicación de *servicio público*.

De esta manera, la clase política vigente en el Congreso de la Unión se arrepintió de los compromisos –en cuanto a progresos– hechos en 2013 en el marco del Pacto por México y abortó los avances logrados anteriormente. Así, vergonzosa y preocupantemente, se creó con toda intención un “limbo jurídico” que permitió que los medios de Estado no superaran su fase oficialista anterior, que los conducía a operar como instrumentos de información subordinados a las ambiciones y caprichos del poder en turno, y no con base en las necesidades de información de los ciudadanos, es decir, siguieron actuando como *medios de gobierno* y no como canales de comunicación independientes ni con financiamiento propio y, mucho menos, comprometidos con la verdadera comunicación de *servicio*. La única excepción a lo anterior fue la creación del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano

(SPR), el cual sí logró su consolidación como medio de comunicación de servicio público.

Las determinaciones siguientes provocaron el estancamiento al que nos referimos arriba:

1. En primer término, en el artículo 83, de las normativas secundarias, se afirmó que

... las concesiones sobre el espectro radioeléctrico para uso público o social se otorgarán mediante asignación directa hasta por quince años y podrán ser prorrogadas hasta por plazos iguales, conforme a lo dispuesto en el capítulo VI de este título. Bajo esta modalidad de concesiones no se podrán prestar servicios con fines de lucro ni compartir el espectro radioeléctrico con terceros. Lo anterior, sin perjuicio de la multiprogramación de las concesiones de radiodifusión en la que se podrá ofrecer capacidad a terceros de conformidad con esta ley. Las dependencias y entidades del Ejecutivo Federal podrán compartir entre ellas las bandas de frecuencia concesionadas para los fines a los que fueron concesionados, previa autorización del Instituto. Las solicitudes de autorización de cesión relacionadas con bandas de frecuencia necesarias para la seguridad serán analizadas en forma prioritaria (Segob, 2013).

Con ello, a diferencia del tratamiento privilegiado que se le dio a los medios privados-comerciales, el margen de acción de los medios públicos quedó muy restringido y sin acceso a los avances reconocidos en la Carta Magna.

2. Respecto de las concesiones de naturaleza pública, el artículo 90 de las leyes secundarias indicaba que

... para el otorgamiento de las concesiones de radiodifusión para uso público y social, el Instituto deberá tomar en consideración: *I.* Que el proyecto técnico aproveche la capacidad de la banda de frecuencias para prestar el servicio; *II.* Que su otorgamiento contribuya a la función social

de los servicios públicos de radiodifusión y al ejercicio de los derechos humanos de libertad de expresión, a la información y al libre acceso a las tecnologías de la información y comunicación; *III*. Que sea compatible con el objeto del solicitante, en los términos de los artículos 86 y 87 de esta ley; y *IV*. Su capacidad técnica y operativa, así como sus fuentes de ingreso (Segob, 2013: 29).

Al definir con precisión solo las obligaciones legales que debían cumplir los medios públicos y limitar las vías concretas para implementarlos, solo se creó una camisa de fuerza normativa para que los medios de comunicación de Estado no se transformaran, sino que permanecieran dentro del mismo modelo constreñido que, históricamente, han padecido durante muchas décadas.

3. No se precisó cómo garantizar que los medios públicos contaran con los importantes avances constitucionales antes logrados en la reforma constitucional de 2013. Así, se planteó en el artículo 86 que

... los interesados en obtener una concesión sobre el espectro radioeléctrico destinada al uso público para dar el servicio de radiodifusión presentarán solicitud en la que deberán cumplir los requisitos establecidos en el artículo 85 de esta ley, dentro del plazo establecido en el programa anual de uso y aprovechamiento de bandas de frecuencias. En dicha solicitud deberán precisarse los mecanismos para asegurar la independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales. El Instituto verificará que los mecanismos expuestos en la solicitud sean suficientes para garantizar dichos objetivos y, de lo contrario, prevendrá al solicitante para que realice las modificaciones pertinentes (Segob, 2013: 28).

Al no aterrizar jurídicamente tales características fundamentales, los medios quedaron como instituciones al servicio de los poderes burocráticos en turno y no como organismos de comunicación *de servicio público* para beneficiar a la sociedad.

4. La normatividad especificó la limitación de que su apoyo económico únicamente podrá provenir de las fuentes financieras indicadas en el artículo 88:

... para el cumplimiento de sus fines, la operación de las concesiones de radiodifusión de uso público se financiará con presupuesto público que garantice su operación. Así, a diferencia de los medios privados, los concesionarios de uso público solo podrán tener cualquiera de las siguientes cinco fuentes de ingresos adicionales:

I. Donativos en dinero o en especie hechos por personas físicas o morales de nacionalidad mexicana o extranjera, siempre que en este último caso provengan exclusivamente de organismos multilaterales y agencias de cooperación internacionales reconocidas por el orden jurídico nacional, las que en ningún caso podrán participar ni influir en el contenido de las transmisiones. Cuando se trate de donativos en dinero deberán expedirse comprobantes fiscales que cumplan con las disposiciones establecidas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público, mientras que las donaciones en especie se harán constar en un contrato celebrado conforme a las leyes aplicables. II. Venta de productos, contenidos propios previamente transmitidos de conformidad con su fin y objeto o servicios, acordes con su capacidad tanto legal como operativa sin que se encuentre comprendida la emisión de mensajes comerciales y venta de publicidad. III. Patrocinios. IV. Proyectos de financiamiento y convenios de coinversión para la producción o difusión de contenidos afines a los objetivos del servicio. V. Convenios de coinversión con otras dependencias públicas para el mejor cumplimiento de sus fines de servicio público. La ausencia de fines de lucro implica que dichos concesionarios no perseguirán dentro de sus actividades la obtención de ganancias

con propósitos de acumulación, de tal suerte que los remanentes de su operación solo podrán invertirse al objeto de la concesión (Segob, 2013: 28-29).

Todas estas alternativas financieras fueron muy restrictivas en cuanto a apoyar económicamente –de manera realista– a los medios públicos. En especial, se impidió que estos contaran con la principal fuente de ingresos, que era comercializar sus espacios audiovisuales para contar con opciones de financiamiento; solo se permitió difundir patrocinios, que son breves menciones de cinco segundos de empresas o instituciones que respaldan un programa (Trejo, 2014: 2-3).

Este marco de financiamiento económico limitó seriamente la autonomía comunicativa real de los medios públicos y los subordinó a la voluntad, los caprichos y los intereses de las estructuras burocráticas del Estado, que evitaba darles impulso como instituciones independientes de comunicación pública.

Como resultado de lo anterior, creemos que es necesario permitir que los medios de Estado de servicio público también puedan ser financiados por medio de la publicidad comercial, y no que esta quede monopolizada por los canales privados.

5. En quinto término, en su artículo 41, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión determinó que las instituciones de educación superior de carácter público, “... que a la fecha de entrada en vigor del presente Decreto, cuenten con medios de radiodifusión a que se refieren los artículos 67 fracción II y 76 fracción II de dicha Ley, no recibirán presupuesto adicional para realizar la transición de lo analógico a lo digital” (Segob, 2014: 98), es decir, debían de llevarla a cabo con recursos propios.

Con dicha prescripción se castigó severamente el desarrollo de los medios de comunicación pública, su transformación tecnológica hacia el mundo digital quedó restringida y, en consecuencia, limitó su grado de competitividad real frente a los medios comerciales privados, que

tuvieron todos los apoyos para su conversión digital. Ante ello, es necesario preguntarse ¿por qué los partidos políticos decidieron vulnerar sustantivamente los medios de comunicación de Estado de servicio público que pudieron haber apoyado el desarrollo cultural del país y optaron por beneficiar el modelo de comunicación empresarial?

6. Con el objetivo de reforzar más estos candados jurídicos contra los medios públicos, el artículo 7º Transitorio de la Ley Convergente sentenció que

... sin perjuicio de lo establecido en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que se expide por virtud del Decreto, en la ley y en la normatividad que al efecto emita el Instituto Federal de Telecomunicaciones, las concesiones y permisos otorgados con anterioridad a la entrada en vigor del presente Decreto se mantendrán en los términos y condiciones consignados en los respectivos títulos o permisos hasta su terminación, a menos que se obtenga la autorización para prestar servicios adicionales a los que son objeto de su concesión o hubiere transitado a la concesión única prevista en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en cuyo caso, se estará a los términos y condiciones que el Instituto Federal de Telecomunicaciones establezca (Segob, 2014: 91).

7. Finalmente, además de las limitaciones anteriores, es necesario agregar que los medios de comunicación públicos estaban sometidos a otros mecanismos de control estatales muy eficaces en cuanto a subordinar su independencia y su pluralidad comunicativa a la voluntad del poder en turno. Una de estas estrategias era retrasar, por parte de la Secretaría de Hacienda, la entrega de su presupuesto anual de operación, hasta por diez meses de cada año, demorando los pagos del personal, las inversiones, los proyectos de producción, la difusión de nuevas líneas de programación, etc.; es decir, todo lo que hace posible la estabilidad de los medios de comunicación de Estado.

Así, independientemente de las garantías jurídicas de autonomía que les otorgó la *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos* después de la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, en 2014, mediante este recurso de presión hacendario, los medios públicos limitaron su margen de acción informativa para ser compatibles con los intereses de la estructura de poder establecido y evitar conflictos en su operación cotidiana.

La creación de los anteriores mecanismos de subordinación limitó sustantivamente el desarrollo de los medios de comunicación de Estado al constreñir sus funciones de comunicación social a una tendencia “oficialista”, al quedar imposibilitados para ejercer el derecho pleno a informar y realizar su vocación como medios de comunicación de servicio público para ofrecer servicios adicionales de telecomunicaciones como internet, triple *play*, etc., a menos, claro está, de que transformaran su estructura normativa.

CONSECUENCIAS DE LA MARGINACIÓN DEL MODELO DE DIFUSIÓN DE SERVICIO PÚBLICO

La aplicación de la estrategia jurídica en las normas secundarias para debilitar a los medios públicos significó que, contrariamente a la propaganda que difundió el gobierno en turno respecto de que la reforma de las telecomunicaciones sería para “¡Mover a México!”, las actuales emisoras de radio y televisión que hoy opera el Estado mexicano no modificaron medularmente el viejo modelo de comunicación dominante en el país, sino que propiciaron el retroceso del modelo de comunicación de servicio público que demanda la Constitución de nuestro país. Esto debido a las siguientes razones:

1. En los hechos, los medios de comunicación de Estado continuaron siendo canales de gobierno y no *medios de Estado de comunicación de servicio público*. Así, los que pertenecían a sistemas de las entidades federativas mantenían su estilo de comunicación apegado a sus intere-

ses, y dependían y permanecían vinculados a los fines del Ejecutivo federal y local y no a las necesidades y demandas de los ciudadanos. No tenían independencia editorial, autonomía de gestión financiera, garantías de participación ciudadana, reglas claras para la transparencia y la rendición de cuentas, defensa de contenidos, opciones de financiamiento, pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales (Ramírez, 2014: 17).

2. Al debilitarse la situación jurídica respecto a la operación de los medios de difusión públicos, y al conservarlos en su realidad jurídico-política anterior, se “condenó a la inopia y a la persecución judicial a los medios comunitarios y a las radios indígenas” (Caballero, 2015: 68).

3. Esto permitió que el *espacio público mediático* de la sociedad mexicana siga siendo dirigido predominantemente por los intereses fenicios, sin límites, del modelo comercial-privado de los monopolios informativos que, desde hace mucho tiempo, reinan en el país, con consecuencias perjudiciales para el desarrollo plural y democrático de la república, propiciando que el principal eje cultural de nuestra nación siga siendo construido por la dinámica de la comunicación-mercado (*business comunicativo*) con tendencias salvajes, y no gracias al proceso del ejercicio del servicio público informativo que tanto requiere el equilibrio nacional.

En este contexto, no fue

... casual que cuando se discutía en el Congreso, y en parte fuera de él, la Reforma en Telecomunicaciones, a fines de 2013, los medios gubernamentales de los estados, organizados en una asociación nacional, no dijeran ni media palabra en la esfera pública, el menor pronunciamiento sobre el destino que se les deparaba en la nueva legislación: otra vez el abandono y casi el desprecio total. Salvo las únicas excepciones de TV UNAM y el Canal 44 de Guadalajara, ningún otro medio de servicio público llevo a cabo la menor protesta, no se dijo nada (Caballero, 2015: 68).

Todavía más asombroso fue que

... la izquierda (al menos la izquierda organizada) no comprendiera o hiciera como que no comprendía que la columna vertebral del poder oligárquico que impide construir una verdadera democracia en México son los medios de comunicación, sobre todo los electrónicos: la escuela hace mucho que ya no lo hace; son ellos quienes moldean, forman, modelan, reproducen el tipo de personas que requiere el sistema de producción del trabajo miserabilizado y la inconsciencia política. La izquierda nunca ha planteado el problema ni siquiera en sus documentos programáticos o en sus declaraciones de principios (Caballero, 2015: 68).

De igual forma, fue muy sorprendente que, salvo algunos escasos analistas independientes que en su momento criticaron dicha simulación mediante declaraciones de prensa o reflexiones críticas en revistas especializadas de comunicación, el resto de la sociedad civil y de los ciudadanos no protestaran por el engaño histórico del Estado de abortar el apoyo a los medios de comunicación de servicio público en el país.

4. Con la acumulación de dichas tendencias se debilitó el modelo tradicional de República histórica, conformado por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, y se fortaleció el modelo de la “Cuarta República Mediática” en México, compuesta por los tres poderes referidos más el *poder mediático*. De esta forma, la nación dejó de ser conducida solamente por los poderes republicanos anteriores, y la dirección se la disputó el poder mediático de la radio y la televisión. Con ello, los medios de comunicación comerciales dejaron de ser empresas o industrias y se convirtieron en parte medular del Estado mexicano.

En este sentido, y debido a las presiones ejercidas por los poderes fácticos mediáticos y a los intereses corrompidos de la vieja y la nueva clase políticas para continuar manteniendo sus privilegios de poder por mucho tiempo más, el Estado mexicano renunció a su responsabilidad de atender las principales necesidades comunicativas de la sociedad

mexicana, y permitió que los medios de comunicación públicos no avanzaran como lo mandaron la Constitución y la Reforma de las Telecomunicaciones en 2013, manteniéndose como instituciones subordinadas a los fines del poder burocrático en turno. Con ello, el Estado permitió que se vulnerara el derecho de la comunidad nacional, a no contar con la indispensable comunicación de servicio público ni a tener un poder republicano democrático que no solo protegiera a un pequeño segmento de intereses de las fracciones políticas dominantes.

En conclusión, hoy en día, aún no hay un modelo de medios público en México, porque el sistema de comunicación audiovisual del país no ha salido de lo que se ha llamado la *fórmula mexicana*, patrón mediático que surgió en la época del presidente Miguel Alemán y que hasta la fecha no se ha modificado (Villamil, 2018: 4). Un suceso que constata nuestra carencia de medios públicos, en lugar de los cuales operan medios de control político subordinados al gobierno en turno, fue la manera en cómo, entre 2014 y 2016, por lo menos tres redes de comunicación del Estado mexicano fueron utilizadas para desviar dinero de fondos públicos de la Secretaría de Desarrollo Social (Sedesol) y de la Secretaría de Desarrollo Agrario, Territorial y Urbano (Sedatu) y “lavar” 1 031 millones de pesos en la llamada *estafa maestra* a través del Sistema de Radio y Televisión de Hidalgo (SRTH) y del Sistema Quintanarroense de Comunicación Social (SQCM). De igual forma, la televisora pública sonoreense Televisora de Hermosillo (Telemax) participó en el desvío de más de 260 millones de pesos públicos (Aroche *et al.*, 2018). Así, los medios públicos quedaron alejados del interés público y de las condiciones básicas de vida de la población y se convirtieron en extensiones culturalistas o propagandísticas del poder en turno para reproducir sus intereses.

De acuerdo con Caballero (2015), el Legislativo declaró abiertamente que

... si los medios de servicio público no contribuyen a fortalecer la democracia (donde ya exista), a procurarla (cuando esté ausente), a impulsarla

(cuando esté en riesgo), a explicar la vida, discutir y comprender las contradicciones políticas y sociales, a dar la voz a las comunidades y los pueblos, a promover el pensamiento y la deliberación colectivos, entonces no tienen razón alguna para existir (2015: 68).

En síntesis, por todo lo anterior podemos resumir que la clase política mexicana “no entendió que no entiende” cuál es la obligación comunicativa del Estado y se opuso a resolver la “cuadratura del círculo” en materia de comunicación de servicio público en el país.

NECESIDAD DE CONTAR CON MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE ESTADO DE SERVICIO PÚBLICO

Debido a los tiempos de cambio de régimen por los que atraviesa la sociedad mexicana, derivados del proceso electoral de 1 de julio de 2018 y de la instauración de la Cuarta Transformación, cobra una importancia medular rescatar la misión estratégica que deben asumir los medios públicos de comunicación en cuanto a equilibrar la desproporción estructural que, respecto a lo cultural, comunicativo y espiritual, han vivido las comunidades mexicanas en las últimas décadas, debido al modelo de comunicación-mercado y a la operación del paradigma propagandista de medios de Estado sometidos al gobierno en turno, sin contrapesos efectivos. Si se lograra, se podrá transformar el moderno espacio público mediático en una nueva zona de reconstrucción de la conciencia colectiva para elaborar una mentalidad que nos permita sobrevivir civilizadamente como una sociedad compleja, plural y diferenciada en la nación.

De aquí que, en la actualidad, el desafío elemental de los medios de comunicación de servicio público no sea reproducir el viejo modelo de difusión comercial privado, guiado por la lógica de la *mano invisible del mercado*, que se dio en la sociedad mexicana del siglo xx y principios del XXI, sino crear un nuevo modelo de comunicación colectivo con-

ducido por la perspectiva del *servicio público*, por la lógica del desarrollo sustentable y para la sociedad en el nuevo milenio. Es decir, este modelo debe priorizar la razón de Estado sobre la razón de mercado y sobre la razón burocrática de la partidocracia, un modelo de comunicación basado en las necesidades de avance del *México profundo*, y no desde las frivolidades del entretenimiento del México imaginario del poder mediático tradicional y de la globalización contemporánea, orientados, fundamentalmente, por la dinámica del *business* para la acumulación de la riqueza.

El proceso de cimentación del desarrollo histórico de la sociedad mexicana no solo demanda la existencia de un sistema económico que distribuya la riqueza nacional, un sistema hacendario que recaude impuestos, un marco jurídico que establezca el orden del derecho formal, un conjunto de fuerzas armadas que respalden la legitimidad del Estado, instituciones que permitan la implantación de la gobernabilidad cotidiana, una red de policía que garantice la seguridad ciudadana, un sistema educativo que forme a las nuevas generaciones, un lenguaje o código común que permita el entendimiento comunitario, una memoria histórica compartida colectivamente que posibilite la creación del *nosotros* nacional, una identidad colectiva que permita el arraigo del modelo de sociedad nacional, etc., sino que también demande la presencia activa de medios de comunicación colectivos de servicio público para crear subjetividades, imaginarios, mentalidades y afectividades que permitan el crecimiento y la existencia armónica de la sociedad dentro de un claro proyecto de nación.

Por ello, es necesario considerar que el beneficio social que aporten los verdaderos medios de servicio público a la sociedad sea significativo, a fin de obtener la rentabilidad social que estos generan y conservar el equilibrio del país. Ante ello, debemos preguntarnos, por ejemplo: ¿Cuánta inversión pública representa la formación de una conciencia ciudadana para respaldar la democracia? ¿Cuánto cuesta cubrir con política pública la demanda ciudadana del derecho a la libertad de

expresión y a la información? ¿Cuánto se beneficia la sociedad mexicana al tener instrumentos de difusión para que las organizaciones civiles se puedan comunicar pacíficamente en las calles, evitando así que estalle la ingobernabilidad? ¿Cuánto debe gastar el erario para construir una cultura de supervivencia social? ¿Cuántos saltos evolutivos puede dar la sociedad mexicana si los medios públicos fortalecen los mínimos civilizatorios para convivir armónicamente en el territorio nacional, con futuro tolerante, pacífico e incluyente?

Los verdaderos medios de servicio público deben reflejar la energía de toda una nación y desempeñar un papel estratégico en el desarrollo de la sociedad. Por lo tanto, hay que protegerlos legislativamente y brindarles todos los apoyos con el fin de que puedan ejercer sus funciones estructurales de Estado en el seno de las comunidades.

De la misma manera, así como el Estado financia la existencia y la operación del Instituto Nacional Electoral (INE), de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), del Tribunal Federal Electoral (Trife), del Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), del Centro Nacional de Prevención de Desastres (CNPD), del Programa Nacional Alimentario (PNA), etc., de acuerdo con la construcción de la democracia, las dinámicas civilizatorias básicas de convivencia colectiva, la sobrevivencia comunitaria y la estabilidad social en México, también debe apoyar a los medios de comunicación de servicio público, dadas sus contribuciones culturales al proceso de formación de ciudadanía, al respeto por el Estado, a la formación de la identidad nacional, a la gobernabilidad de la república y a la existencia colectiva.

Financiar a estos medios de difusión de servicio público no es producir un daño patrimonial a la nación, como argumentan los sectores tecnocráticos, los grupos comerciales de la comunicación monopólica o algunos sectores políticos que impulsan el proyecto de desarrollo neoliberal salvaje cuando se reflexiona sobre la existencia de estos. Todo lo contrario: es lograr un gran ahorro para el Estado y para la sociedad en cuanto a que estas son instituciones que pueden crear una

conciencia para la solución de los grandes problemas locales, regionales y federales. No es un gasto, sino una inversión para mantener la paz, intensificar la participación comunitaria, reforzar la formación de la ciudadanía, fortalecer la pluriculturalidad, respetar las libertades de información, crear equilibrios en la expresión colectiva, resguardar la gobernabilidad, etc. En otras palabras, es aportar para fortalecer las condiciones civilizatorias medulares que permitan la construcción de un mejor futuro para todos.

Asimismo, ante la rentabilidad social que generaran los medios de comunicación de servicio público, el Estado debe capitalizar ampliamente su existencia, pues con ello respaldaría las bases para el surgimiento de la nueva sociedad equilibrada que exige el convulsionado México del siglo XXI. No financiarlos sería comprobar que aquél abandona su función rectora ante la comunidad nacional y solo sería un simple gestor o administrador de los intereses de las grandes empresas monopólicas privadas, que se oponen a la evolución de los medios de servicio público al considerarlos competidores potenciales para su proyecto de comunicación-mercado y concentración económica.

No contar con la intervención de auténticos medios de comunicación de servicio público en la dinámica funcional de la sociedad mexicana es semejante a no contar con medicina, electricidad, calles, alumbrado, agua, jardines, caminos, petróleo, educación, espacio aéreo, entre otros.

Entregar toda la operación básica del funcionamiento de la estructura comunitaria a la dinámica mercantil de la autorregulación social de mercado no es otra cosa que la autorización oficial de reinado de la ley darwinista salvaje: la preeminencia del más fuerte sobre el más débil. Podemos decir que con la presencia de los medios de información comerciales la sociedad puede construir el mercado, los negocios, el consumo, la cultura *light* y la globalización; pero sin la presencia de verdaderos medios de comunicación del Estado, difícilmente el Estado mexicano puede construir la nación, la república, la patria, la memoria nacional, la identidad histórica, la democracia, el ejercicio de las garan-

tías constitucionales comunicativas y los procesos civilizatorios de sobrevivencia armónica.

El Estado mexicano moderno requiere de la existencia de auténticos medios de difusión de servicio público para la gobernabilidad, de lo contrario no será un Estado fuerte que garantice la pluralidad cultural, democrática y pacífica de la compleja sociedad mexicana en nuestro país.

LOS MEDIOS PÚBLICOS EN LA CONSTRUCCIÓN DEL NUEVO PROYECTO DE NACIÓN EN MÉXICO

Dentro del contexto que hemos señalado, el 23 de enero de 2019 el gobierno morenista de la Cuarta Transformación anunció la reestructuración de los medios de comunicación públicos, para crear un nuevo orden de comunicación nacional en México (López Obrador, 2019a). Dicha iniciativa buscaba integrar al Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR), al Instituto Mexicano de la Radio (Imer), a los canales 11, 14 y 22, a Televisión Educativa (TVE), a Radio Educación, a Notimex y a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) en una sola coordinación nacional armónica, con la finalidad de crear orientación editorial, política de contenidos, producción conjunta con otras entidades, que tuvieran como propósito informar profesionalmente con objetividad, profesionalismo, sinergia y libertad, sin que existiera injerencia, censura, línea, consigna o control por parte del Estado en la información que se transmitiera (López Obrador, 2019a).

El panorama comunicativo reflejaba que en ese momento

... se tenían estaciones de radio y televisión de Estado, incluso una agencia de noticias, pero no existía una política de Estado en lo relacionado con la comunicación social, que garantizara el derecho a la información. Por ello se crearía un nuevo sistema en el que todos los medios se coordinaran, para que existiera una orientación editorial, que tuviera como

propósito informar con objetividad y profesionalismo (*Aristegui Noticias*, 2019).

En este reordenamiento actual, los medios públicos del Estado se mantendrían como estaban, cada uno orbitando en sus respectivos satélites administrativos. Se trabajaría para que todos privilegien su carácter de medios públicos, no de gobierno. No habría concentración y sí respeto por entidades con autonomía orgánica, como el SPR y otros (Urdiales, 2018).

El objetivo de dicha reestructuración era crear una armonía entre los medios públicos del Estado mexicano, considerados como medios de la ciudadanía, del pueblo, no medios del gobierno; no tenían por qué ser sistemas imitadores del modelo comercial, sino medios públicos para defender y ejercer el derecho de la ciudadanía a estar informados con contenidos de calidad. Por ejemplo, cuántos problemas se habrían evitado en la tragedia del 18 de enero de 2019 en Tlahuelilpan, Hidalgo, si los medios públicos hubieran llegado a las comunidades para advertir a la población sobre los riesgos del *huachicol*.

Esta iniciativa no debe verse como una acción contra los medios privados, pues no busca contrarrestar, afectar, enfrentar o competir contra el sistema de concesiones particulares establecido para estaciones de radio y canales de televisión. Es ordenar lo que se tiene, y que está disperso, para mejorar la información a los ciudadanos y garantizar el derecho a la información y a la libertad de expresión. Aun siendo medios del Estado, el régimen actual ha prometido que no habrá injerencia en la información que se difunda (López Obrador, 2019b).

Para llevar a cabo este trascendental avance, el actual gobierno cuenta con el respaldo jurídico del artículo 10° transitorio de la Reforma Constitucional de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión, que desde 2013 aprobó que los medios públicos, prestadores de servicio de radiodifusión, deberán actuar con plena independencia, autonomía, garantías ciudadanas, reglas de transparencia, expresión de diversidades ideológicas, étnicas, culturales, etcétera.

Con este objetivo se estableció el compromiso institucional de crear una ley específica sobre los medios de comunicación públicos, que dotara a estos de un estatuto jurídico para operar como instituciones del Estado mexicano, y no como herramientas propagandistas para legitimar los intereses del poder político en turno.

Independientemente del establecimiento de estos lineamientos generales, es fundamental cuestionar con profundidad ¿para qué necesita la sociedad mexicana todos estos medios públicos de comunicación en México?

Al respecto, dentro de este nuevo escenario de reestructuración nacional, el gobierno actual planteó, entre otros, siete aspectos vertebrales que distinguirán el proyecto de comunicación pública en México:

1. Los medios públicos son parte de un derecho ciudadano, en los cuales no debe regir el interés político de un grupo de poder, sino que deben brindar un servicio público que informe y otorgue voz a los ciudadanos. Por ello, “hay que eliminar la perversión” que siempre ha existido en los medios gubernamentales (Ramírez, 2018).
2. La radio y la televisión son un servicio público, de interés nacional, esenciales para el desarrollo cultural y social de la población (López Obrador, 2018).
3. Se requiere la reorganización y la creación de un sistema público fuerte, potente, que sirva a la ciudadanía y que tenga suficiente credibilidad frente a la ciudadanía, especialmente en el área informativa (Congreso de la Unión, 2018).
4. Desaparecerán los medios gubernamentales y quedarán solo medios públicos, debido a que el ciudadano tiene derecho a recibir una información pública, veraz y de calidad (Chávez, 2018).
5. Es necesario establecer medios públicos en manos de la sociedad, para garantizar el derecho a la información, reflejar la pluralidad política, étnica, social y cultural de los mexicanos (López Obrador, 2018).

6. Se creará un “nuevo modelo de comunicación que apueste a la inteligencia de las audiencias. Ya no más una televisión para la clase media, jodida, que no va a salir de jodida” (*Aristegui Noticias*, 2019).
7. Las emisoras de radio y televisión concesionadas al Estado abrirán sus espacios para la expresión de los artistas locales, se ampliará la cobertura de estos medios y se establecerán convenios para que algunos de ellos se puedan ver y escuchar más allá de las fronteras del país (Mejía Barquera, 2017a).

Además de estas características que debería tener este proyecto, la gran pregunta que quedó por despejarse es que, con el cambio de régimen político que experimentó el país el pasado 1 de julio de 2018, ¿solo se pasará de la tradicional fórmula de la televisión privada mexicana, que apostó por impulsar el modelo de “comunicación para los jodidos”, a fomentar la nueva fórmula propagandística de la comunicación de la Cuarta Transformación para la creación del culto a la personalidad del “¡Me canso ganso!” (*El Universal*, 2015), o se evolucionará hacia la edificación de un verdadero modelo autónomo de comunicación de Estado que contribuya a lograr la independencia, la pluralidad y la libertad de expresión de los ciudadanos para enriquecer el espacio de la opinión pública nacional?

Es necesario subrayar que la razón de la existencia de los medios de comunicación públicos no es defender o legitimar la imagen del gobierno en turno; no es competir con los medios comerciales privados ni actuar como aparatos *ideológicos* de Estado para compensar los “errores” o desgastes derivados del proceso de gobernabilidad; tampoco para entregárselos a los amigos a los cuales se les debe favores políticos o electorales ni para difundir información *parasitaria* o *basura* para justificar su existencia; mucho menos para crear una “cultura del consumo” rentable. Su misión esencial es actuar como herramientas de colaboración en la construcción de todos los aspectos que implican la conformación del proyecto histórico de la nación y favorecer las condiciones de vida de la población.

Independientemente de las medidas contracíclicas que aplique el actual gobierno para superar un probable escenario de fragilidad política, es fundamental preguntar: ¿Cuál será el papel que desempeñarán los medios de comunicación de Estado de servicio público diseñados en la Cuarta Transformación en los momentos de inestabilidad social? ¿Operarán como un sistema de agujas hipodérmicas o como aparatos ideológicos de Estado para difundir la versión o la publicidad coyuntural del nuevo régimen para administrar ideológicamente la crisis? ¿Se convertirán en espacios independientes, libres y abiertos para la discusión plural de los conflictos de la sociedad en el espacio público con el fin de buscar nuevos caminos alternativos para resolver la problemática nacional? ¿Se caerá en la gran tentación de intensificar, vía los canales de Estado, el discurso demagógico, dogmático, autoritario y oportunista a fin de ocultar el fracaso de la “promesa morenista redentora” mediante la creación de una versión negadora o deformadora de los hechos con “otros datos”? ¿Estarán los medios de difusión de servicio público a favor de la libertad de expresión, del derecho a la información, del derecho de réplica, de los derechos de las audiencias de los ciudadanos, etc., que permitan ejercer el pensamiento crítico ante los errores estatales, o se convertirán en canales de instrumentación de la propaganda oficial para legitimar la crisis del régimen imperante?

Considerando lo anterior, la autonomía del modelo de comunicación de los medios públicos, en la fase de la Cuarta Transformación, tendrá su prueba de fuego cuando el actual gobierno enfrente las crisis estructurales y coyunturales que se derivarán del desgaste de la aplicación de su proyecto de gobernabilidad.

Por este motivo, para construir un sólido proyecto de nación nuevo en México no solo se deben llevar a cabo acciones económicas, materiales, políticas, jurídicas, logísticas, etc.; también se deben ejecutar proyectos comunicativos, dentro de los cuales ocupa un lugar central el rol de los medios públicos de comunicación de Estado. Debido a ello, será fundamental elaborar diversos análisis y propuestas que permitan cons-

truir un nuevo modelo de medios públicos que logre el avance de la sociedad mexicana y que evite que sean utilizados por las estructuras del poder en turno como infraestructuras ideológicas para legitimar sus deficiencias, corrupciones, lacras e intereses de grupo.

Históricamente, la creación de este nuevo prototipo de comunicación de servicio público, vía los medios de difusión de Estado, no debe retrasarse más, pues ya ha esperado más de medio siglo y, de no efectuarse ahora en el ambiente de la nueva democracia que se ha construido en el país, el fantasma del autoritarismo disfrazado de “renovador”, “modernizador” y “progresista” volverá a surgir en el horizonte político con sus graves vicios tradicionales: despotismo, verticalidad, discrecionalidad, hermetismo, desinformación, manipulación y descontextualización de la información, impidiendo el cambio civilizado de nuestra sociedad hacia la democracia y hacia el crecimiento equilibrado.

Por todo ello, en el camino de la transformación nacional es necesario que los grupos civiles se replanteen qué hacer en términos políticos para crear un proyecto colectivo de democratización de la comunicación social que permita que los medios de información, particularmente los canales de Estado, se conviertan en instancias de comunicación de *servicio público* que permitan la participación creciente de la ciudadanía, orientando el desarrollo de nuestra conciencia colectiva hacia la resolución de nuestros grandes conflictos de crecimiento; y no como *aparatos ideológicos* del poder en turno.

De no realizarse un profundo cambio en el ámbito de operación de los medios de comunicación públicos, constataremos que, en el México del siglo XXI, en el marco pleno de la Cuarta Revolución Industrial, no se logrará la Cuarta Transformación histórica que formula el nuevo gobierno de la esperanza; lo que se producirá, en cambio, será el reforzamiento de la Cuarta Republica Mediática o de la República Populista que dañará severamente al Estado y a la sociedad mexicana.

INTRODUCCIÓN

LA CONSTRUCCIÓN DEL SERVICIO PÚBLICO DE RADIO EN MÉXICO comenzó desde las últimas décadas del siglo xx. Fue una larga batalla que inició en las cabinas de algunas emisoras estatales y culturales del país, pero esta lucha también se relacionó con transformaciones estructurales en México y en el mundo en el contexto del neoliberalismo.

Desde la década de los ochenta, las condiciones del mercado mundial provocaron cambios económicos, políticos, tecnológicos y culturales en distintas naciones. Tales transformaciones llevaron a los Estados-nación a replantear sus políticas financieras y jurídicas y a redefinir su relación con los distintos sectores de la sociedad, que en cada país se dio de manera diferente.

En la región latinoamericana, por ejemplo, estos cambios fueron producto de “la recesión internacional y la crisis de la deuda de la década de los ochenta, más las debilidades explicadas del proteccionismo y la dependencia del sector exportador” (Calvento, 2006: 52). Estas transformaciones económicas también impactaron en las políticas de los llamados gobiernos neoliberales, los cuales consideraban que invertir en instituciones culturales era más un gasto innecesario que una inversión para el bienestar social de los ciudadanos. Calvento atribuye este hecho a que:

Las políticas sociales envueltas en el concepto de desarrollo social (inversión) perecieron. En su lugar fue instaurado un nuevo tipo de política social donde predominaba el enfoque de verla como compensación social (gasto). Las políticas sociales eran consideradas de carácter asistencial, así como también temporarias (2006: 54).

Como consecuencia, las instituciones culturales –en particular las llamadas medios de radiodifusión pública– tuvieron que revisar sus fun-

ciones y su relación con el Estado, con el mercado y con los ciudadanos. Por otra parte, los grupos sociales se volvieron más complejos, y también sus necesidades informativas y sus procesos de participación en la vida pública. Esto sucedió sobre todo en países del centro y del norte de Europa, en Norteamérica y en Australia, donde los medios de radiodifusión pública tuvieron mayor arraigo como instituciones de la cultura en la sociedad desde la segunda mitad del siglo veinte.

Esto nos llevó a preguntarnos cómo experimentaban la transformación de la noción de servicio público los sistemas de radiodifusión pública en el mundo; en especial, cómo atendían a sectores sociales más plurales y diversos. Asimismo, cuestionamos su legitimidad en la sociedad al ser instituciones de servicio público en momentos de expansión del mercado audiovisual y de la alta tendencia a la concentración de medios en manos privadas.

Es un hecho que esta noción sufrió transformaciones desde el inicio del periodo neoliberal; ya no se entendía únicamente como un servicio ofrecido por el Estado, sino uno en cuya gestión participaban activamente diversos sectores de la sociedad. La mayoría de los gobiernos en el mundo recortaron, desde la década de los ochenta, los presupuestos de la radiodifusión pública, porque consideraban que esta no era rentable. Por el contrario, la radio comercial, como particular, podía invertir en tecnología, atraer a anunciantes y allegarse con mayor facilidad interlocutores sociales que buscaran visibilidad mediática.

Al respecto, John Keane (1997) explica que, como consecuencia de estas políticas, en Europa, con excepción de la BBC y de las cadenas alemanas ARD y ZDF, las radiodifusoras se rezagaron en la incorporación de nueva tecnología. Las corporaciones públicas se vieron obligadas a firmar convenios de coproducción, privatizar o a subcontratar algunos de sus equipos –servicios e instalaciones de producción– así como a participar en empresas de comercialización internacional.

Kane agrega que la tendencia a la autocomercialización “debilita la legitimidad del modelo de servicio público al desdibujar la singularidad

de su programación y dar fuerza a los promotores de la desregularización en su cruzada para marginar a la radiodifusión pública” (Keane, 1997). Esto es, de hecho, lo que condujo a que las cadenas privadas proliferaran y se convirtieran en competencia para la radiodifusión pública, al constituir una mejor oferta de contenidos temáticos.

A medida que el neoliberalismo se consolidaba como una lógica política imperante en el marco del capitalismo, en diferentes regiones del mundo se dio la discusión sobre si era viable que los Estados-nación siguieran apoyando económicamente a la radiodifusión pública. Aunque el debate presentaba distintos enfoques en cada país, predominaban dos posturas: la primera sostenía que el Estado tenía que privatizar la radiodifusión pública al asumir que implicaba un gasto innecesario para los contribuyentes, pues, entre otras cosas, suponía que estos medios no ofrecían contenidos distintos a la radiodifusión privada. Asimismo, veían la participación económica del Estado en los medios públicos como una forma de control político, que ponía en riesgo la libertad de expresión y la pluralidad. Por el contrario, la segunda defendía a la radiodifusión de servicio público como un derecho de comunicación, el cual debía garantizar, entre otras cosas, la libertad de expresión, el desarrollo político y cultural y el derecho a la información.

Por otra parte, la radiodifusión comercial cumplía funciones sociales diferentes a los modelos de radiodifusión pública. Establecía vínculos más estrechos con el mercado a través de la venta de espacios publicitarios. En algunos países –como Italia– la relación con el Estado fue favorable, ya que se ofrecieron mejores condiciones económicas y políticas para la explotación del espacio radioeléctrico.

De acuerdo con Graciela Martínez, “las tres emisoras de la [radio pública italiana] (RAI) compiten con 1 500 privadas” (2007: 173). Asimismo, en ese país se permitió la concentración monopólica a cambio de beneficiar a las elites políticas y empresariales –la ideología del *statu quo*–. Así, el principal objetivo era la rentabilidad económica y no el servicio público, aunque en teoría las radiodifusoras debían ofrecer este servicio.

En Italia, y en otras naciones latinoamericanas, como Venezuela, los gobiernos cometieron abusos al utilizar estos medios para transmitir propaganda. Esto suscitó que algunos regímenes, como el mismo italiano y otros en América Latina, desde la década de los años ochenta, privatizaran y cerraran las operaciones de los sistemas de radiodifusión estatal. En otros, como en España, la radiodifusión pública se fue fortaleciendo desde principios de este siglo como parte de la consolidación democrática de las instituciones del Estado.

También en Italia se flexibilizaron las leyes para favorecer a la radiodifusión privada, lo que hizo que acaparara el mercado. En ocasiones, como ya adelantamos, estos medios fueron los canales de comunicación pública de los gobiernos por medio de los cuales los altos oficiales informaban a los ciudadanos sobre los grandes temas de la sociedad (el desempleo, las políticas económicas, etc.). Sus tratamientos eran críticos y profundos solo cuando convenía defender a sectores sociales y elites en el poder y de acuerdo con intereses económicos y políticos de los dueños de las emisoras.

Los intereses de los empresarios, las condiciones del mercado y la flexibilización de las leyes en Estados Unidos, Italia, Brasil y México (Bustamante, 1999: 87) provocaron que, desde la década de los ochenta del siglo pasado, la radiodifusión privada se concentrara en pocas manos e impusiera las condiciones para que operara la comunicación masiva. Esta situación contribuyó a que estos países apoyaran ampliamente a los medios comerciales, mientras que la radiodifusión de servicio público, en la mayoría de los casos, era relegada.

Especialistas y realizadores alrededor del mundo (Bustamante, 1999; F. Ortega, 2003; P. Ortega, 2006; Fernández, 2003, entre otros) han dado evidencias de cómo, en diferentes naciones, las radios comerciales operaron con base en el lucro y no en el interés público. Este hecho determinó la orientación de sus contenidos y los Estados-nación no les fincaron responsabilidad; tampoco elaboraron marcos jurídicos que las obligaran a tener un mayor compromiso con la sociedad.

El servicio público parecía haberse entendido desde esta perspectiva como *servicio social* a la comunidad. Autores como Félix Ortega han llamado a este fenómeno *privatización del espacio público*, porque “lo público por antonomasia ha pasado a tener su sede en los medios de comunicación. Con su auge y creciente protagonismo, no solo ha cambiado el concepto mismo de lo público, sino también el de la política” (2004: 7).

A pesar de ello, en modelos de radiodifusión pública en Europa, Norteamérica y Oceanía se hicieron grandes esfuerzos para producir contenidos que contribuyeran a enriquecer la vida de los ciudadanos. Por ejemplo, sistemas como la Organización Holandesa para la Radiodifusión Pública (Dutch Public Broadcasting Organization (PBO) (Evers, 2009) y la Radio Pública Nacional (National Public Radio (NPR) (Martell, 2010), en Estados Unidos, pusieron en marcha políticas para incluir más realizaciones sobre migrantes en su programación. Estas radios también se interesaron en reforzar su responsabilidad ética y social con la población, proveer contenidos de calidad y responder de manera óptima a las problemáticas de grupos más plurales y diversos.

Producir contenidos de utilidad social ha sido, hasta nuestros días, una manera de distinguirse de la oferta de la radiodifusión comercial. Asimismo, la radiodifusión de servicio público se ha tenido que interesar en ese tema para hacer frente a la competencia de la radiodifusión privada. Por esta razón, autores como Nicholas Garnham (cit. en Keane, 1997) consideran que la radiodifusión pública en los países socialdemócratas europeos es superior a la normada por el mercado, dado que ofrece a todos los ciudadanos información, educación y entretenimiento de alta calidad, sin el objetivo de obtener rentabilidad financiera.

En las llamadas sociedades democráticas, el Estado tiene la obligación de garantizar los mecanismos para llevar a cabo el debate social, porque es la entidad que organiza el espacio público a través de las instituciones (F. Ortega, 2004). Desde la posguerra, los sistemas de radiodifusión pública en países de Europa, en Norteamérica y en Australia

han fungido como canales de comunicación que amplían y potencializan la discusión de los asuntos políticos y sociales en el espacio público, para coadyuvar al desarrollo democrático y cultural de la sociedad. En este siglo, estos sistemas han sido revalorados por algunos sectores de la población, que se han dado cuenta de que el sistema comercial no pone en práctica el servicio público y han entendido que es necesario que se fortalezcan, no como sistemas dependientes del gobierno, sino como entes autónomos en los cuales la sociedad tenga participación.

A principios de este siglo, los gobiernos de Australia, Canadá, Dinamarca y Finlandia generaron mecanismos políticos y económicos para enfrentar las condiciones del mercado. En esa línea, impusieron a la radio comercial directrices específicas en los contenidos –como el uso del idioma– que enaltecieran la identidad nacional.

A diferencia de estos países socialdemócratas, y en la mayoría de las naciones de América Latina, donde incluso fueron condescendientes con la función y la responsabilidad de los medios privados, México fue uno de los países en donde al Estado no le interesó desarrollar una radiodifusión de servicio público; tampoco establecer un marco jurídico que garantizara que este pudiera contribuir al desarrollo cultural del país y al fortalecimiento del derecho de los ciudadanos a la comunicación. Históricamente, el Estado mexicano apoyó la expansión de la radiodifusión privada, mantuvo una inadecuada ley de radiodifusión y, con frecuencia, se subordinó a las exigencias del mercado audiovisual. Por ello, dejó un campo fértil para el desarrollo exitoso de los monopolios y del modelo de radiodifusión comercial (Alva, 2000); sin embargo, tal modelo no respondió a la sociedad con contenidos de calidad, solo lo hizo al interés particular de los grupos de poder político y económico.

Alva ha estudiado el desarrollo de los modelos de radiodifusión en México; al respecto, anota:

Desde los inicios de la radiodifusión mexicana, la participación de las emisoras llamadas “culturales” [...] ha sido minoritaria frente a las esta-

ciones comerciales, que saturan el medio con sus mensajes y captan el mayor número de radioescuchas [...] El funcionamiento de la radio se ha apegado a un modelo en el que el manejo del medio se considera como campo natural del sector privado y en el cual el Estado ha participado de manera minoritaria [...] El Estado mexicano se ha visto periódicamente obligado a legitimar su poder frente a los industriales de radio y televisión, quienes debido a su injerencia en el avance e incremento de los recursos tecnológicos propios de la información colectiva sostienen una posición hegemónica frente al Estado (1982: 42, 43 y 56).

Históricamente en México, la alta concentración y la hegemonía de la radiodifusión comercial, además de su complicidad con los gobiernos en turno y con la elite política y empresarial, se han reflejado en contenidos que buscan grandes audiencias y rentabilidad. Salvo ciertos contenidos, en el modelo comercial mexicano la producción y la difusión de la programación han estado sujetas a la rentabilidad, al *rating* y al éxito comercial a costa de la responsabilidad ética de las emisoras ante la sociedad. Tanto la radio como la televisión han abierto y cerrado la discusión sobre asuntos públicos a conveniencia de los grupos de poder a los que representan, y exaltan los valores y las aspiraciones de una sociedad vertida en el consumo. Por otra parte, ha habido apatía constante de gran parte de la población para señalar los abusos del mercado audiovisual.

Solo algunos sectores más activos de la sociedad manifestaron su descontento desde hace varias décadas. Esto dio lugar a un debate sobre la responsabilidad social de los medios electrónicos, el vacío jurídico que existía para regular a las grandes empresas de comunicación y la ausencia de definición jurídica para legislar los medios no comerciales. Inicialmente participó en la discusión un sector reducido de académicos y políticos.

Fátima Fernández considera que acontecimientos nacionales e internacionales motivaron esta discusión:

Uno fue la reforma política de 1977, cuya discusión sobre el derecho a la información se realizó entre febrero y agosto de 1980; el otro, la publicación del Informe MacBride [...] presentado por la Comisión Internacional de Estudios sobre Problemas de la Comunicación y adoptado por la XXI Conferencia General de la UNESCO. El informe, que propuso el concepto de “nuevo orden mundial de la información y la comunicación”, fue aprobado por los 153 países asistentes a la citada conferencia, incluido México (2002: 120-121).

El debate se prolongó hasta la siguiente década y atrajo la atención de otros periodistas, académicos y especialistas en medios. Sin embargo, sus esfuerzos no lograron regular de manera equitativa las condiciones de los medios de comunicación, principalmente porque tropezaron con la falta de voluntad política de los gobiernos en turno y con el poder alcanzado por las empresas de radiodifusión comercial.

Al cambio de siglo, al enfrentar los excesos en la concentración y los contenidos de poca o nula utilidad social difundidos por las radiodifusoras comerciales, cada vez más ciudadanos vieron la necesidad de fortalecer el servicio público en la radiodifusión estatal y cultural; esto dio lugar a que la discusión se ampliara a más sectores de la sociedad: grupos de periodistas, especialistas en medios, académicos, realizadores, así como organizaciones civiles nacionales e internacionales. Algunos políticos empezaron a introducir el tema en sus agendas, aunque no necesariamente como asunto preponderante; otros usuarios de las radios estatales, incluso estudiantes, se fueron acercando al tema con mayor seriedad. Sin embargo, en el debate, el Estado mexicano no fijó una postura en cuanto a la definición de este servicio.

En 2000, la alternancia de poderes en el gobierno federal, liderada por el Partido Acción Nacional (PAN), generó ciertas expectativas de cambio entre algunos sectores sociales más escolarizados e informados respecto a la estructura de los medios de comunicación audiovisual. Pero, una vez al mando, el Ejecutivo, lejos de atender los reclamos de la

sociedad y garantizar la transformación de la estructura de los medios, en especial la de la radiodifusión estatal, apoyó el mercado audiovisual, en particular a Televisa y a Televisión Azteca. Este respaldo dio pie a que estas empresas televisivas cometieran abusos en la operación de sus concesiones. Algunos ejemplos de estos privilegios fueron:

1. *El decreto presidencial de 10 de octubre de 2002.* Los mexicanos amanecemos en medio de un albazo legislativo emitido por el Ejecutivo, en el cual se decretaba un acuerdo presidencial sobre el manejo de 12.5% de los tiempos de Estado y un nuevo reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión. Pero en realidad el gobierno federal ignoraba con dicho decreto el trabajo que se había venido realizando con la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos de 2001.
2. *La ley Televisa.* El primero de diciembre de 2005 un nuevo anuncio legislativo sorprendió: 327 diputados votaron a favor, por unanimidad, una minuta –se dictaminó y aprobó en siete minutos– para reformar las leyes de Telecomunicaciones, Radio y Televisión.¹ Durante cuatro meses hubo intensos debates al respecto en dis-

1 Para Javier Esteinou, “dicha propuesta, no consideró ninguna de las más de 18 000 propuestas presentadas en los últimos 40 años por intelectuales, partidos políticos, académicos, sociedad civil, especialistas, sectores gubernamentales, en foros, consultas públicas, audiencias, congresos, para discutir la reforma del sistema de radio y televisión y construir otro modelo de comunicación en México. Tampoco incluyó ninguna de las conclusiones de los trabajos realizados durante más de tres años por la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral del Marco Jurídico de los Medios Electrónicos, organizada por la Secretaría de Gobernación y los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la Conferencia Interparlamentaria y la Comisión de Comunicaciones y Transportes del Senado para el sector de las telecomunicaciones, con el fin de elaborar una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad. Finalmente, tampoco contempló ninguno de los postulados estratégicos de la Iniciativa Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión, que ya tenía muy avanzado el Senado de la República. Por el contrario, cínica y prepotentemente solo se incluyeron la protección y la ampliación de los intereses de los grandes monopolios mediáticos, especialmente de Televisa y Televisión Azteca” (entrevista con Esteinou, 28 de abril de 2006).

tintos ámbitos de la sociedad. Incluso medios gubernamentales como Radio Educación, el Imer y el Canal Once se opusieron públicamente a la minuta. En contraparte, la CIRT, Televisa y otras instituciones beneficiadas por la ley (la cual comenzó a ser llamada *ley Televisa*) hicieron campaña a favor de esta en sus televisoras y radiodifusoras. El Ejecutivo expresó abiertamente que se mantendría al margen de la discusión.

Estas y otras circunstancias dieron lugar a que ciertos sectores de la sociedad organizada, algunos miembros de la clase política e incluso distintos medios estatales hicieran pública su posición y profundizaran la discusión sobre la situación jurídica y normativa de los medios estatales. El debate albergó diversos aspectos: *la ley Televisa*, la negligencia del gobierno panista para garantizar la pluralidad y la diversidad en los medios, los excesos de los dueños de los medios privados y las promesas de campaña que había hecho el presidente Vicente Fox sobre la transformación de los medios de gobierno en medios de Estado; hubo foros organizados por medios estatales y la Mesa de Diálogo para la Reforma Integral del Marco Jurídico de los Medios Electrónicos, una iniciativa de la Secretaría de Gobernación, que se efectuó el 5 de marzo de 2001 (P. Ortega, 2005). Todo esto evidenció la necesidad de una presencia más fuerte de medios estatales con una vocación de servicio público en nuestro país.

En particular, estaciones estatales como Radio Educación y el Imer jugaron un papel más activo en el debate acerca de la necesidad de tener un servicio público de radio que contribuyera al bienestar social, al desarrollo cultural de los mexicanos y a lograr una estructura más equitativa de medios. El debate se centró sobre todo en el desarrollo del marco jurídico; asimismo, fue trascendental la discusión en torno al rol que jugaban las radios estatales que aspiraban a cumplir con el perfil de servicio público: cómo estas podían promover la participación social, tener una legislación que las incluyera y un modelo de financiamiento que

permitiera su autonomía respecto al gobierno y a los grupos de poder económico, y de qué manera se insertarían a la transición digital, etcétera.

Todo lo anterior nos llevó a centrar este análisis en el primer sexenio presidencial del siglo XXI, momento histórico en la vida nacional. Hemos querido retratar la etapa previa a la emisión de una ley que fue aprobada en 2014 y que garantiza lo anterior. Era necesario decir, desde una mirada académica, cómo se había transitado hacia la promulgación de la ley. Esto nos permitiría organizar la discusión histórica sobre los medios estatales en México y entender una nueva etapa histórica para el desarrollo de estos y su relación con el Estado y la sociedad.

Durante el sexenio del presidente Fox (2001-2006), un sector de periodistas, académicos y especialistas de los medios inmersos en el debate centraron el eje de la discusión en demandar al Ejecutivo y al Legislativo que hubiera condiciones equitativas para desarrollar el servicio público en la radiodifusión estatal y un reconocimiento jurídico a otros medios distintos a los comerciales. El servicio público no gozaba de naturaleza jurídica en la Ley Federal de Radiodifusión. Pero, al mismo tiempo, el debate reflejaba que en el país había un entorno sociopolítico para desarrollar el servicio público de radiodifusión: 1) cambios institucionales hacia la transición democrática; 2) la existencia de una amplia estructura de medios del Estado; 3) algunas radiodifusoras estatales daban cabida a expresiones diversas de la cultura, a una agenda informativa que presentaba ángulos de análisis y temáticas distintas a la comercial, así como los criterios éticos y el manejo de valores sociales; también desarrollaron un estilo de producción radiofónico diferente a aquél de la radio comercial y consiguieron tener presencia entre sectores plurales de la sociedad, entre otras condiciones que se analizarán a lo largo de este libro.

En este debate se dejó de lado, en gran parte, la contribución que estos medios habían hecho en la construcción de un referente de programación con utilidad social que, en la práctica, cumplía con ciertos principios del servicio público, como se verá más adelante. Por tal motivo,

era importante revalorar lo que estos medios habían sido para algunos grupos de la sociedad y la influencia que podían tener en caso de ser valorados por el Estado y la sociedad.²

Lo más importante es que desde principios de este siglo se intensificó el debate sobre el papel que debía y podía tener la radiodifusión pública en la construcción de nuestra democracia. En ese contexto, las radiodifusoras estatales fueron enfáticas en autodenominarse como radios con vocación de servicio público y fueron conscientes de la importancia que podían tener en la construcción e institucionalización de dicho servicio.

La radio estatal y cultural, entre estas Radio Educación, Radio UNAM, Radio Universidad de Guadalajara, y algunas emisoras del Imer como Horizonte, eran ejemplos de estaciones cuya propuesta de programación era diferente a la de la radio comercial a principios de este siglo y a pesar de que, en ocasiones, eran presas de los intereses políticos de quienes las dirigían o de los gobiernos en turno que, desde el siglo xx, habían construido una audiencia leal; se habían acercado a distintos grupos de la sociedad para discutir temas que no se tocaban en el cuadrante comercial o, si lo hacían, se llevaba a cabo de forma parcial y superficial.

Hasta aquí, hemos identificado algunos hechos que describían la situación de la radio estatal en México a principios del siglo xxi, los cuales podemos resumir en los siguientes puntos:

1. Hubo una constante inconsecuencia del Estado mexicano en relación con las radiodifusoras estatales. Algunos gobernadores en turno creaban emisoras, luego las dejaban en el olvido presupuestal o las usaban para sus fines políticos y partidistas.

2 El debate entre este sector se centró en discutir sobre la ausencia de una ley que definiera las funciones y responsabilidades del servicio público de radiodifusión en México y cómo había dejado a los medios, que pertenecían al Ejecutivo y al gobierno de los estados, la decisión de los intereses de los gobiernos en turno.

2. No había voluntad política de los gobiernos para legislar el servicio público o para otorgar a las radios autonomía política y jurídica que les permitiera independencia con el gobierno o buscar fuentes alternativas de financiamiento al erario. La discusión sobre la reforma de ley para medios públicos no había sido históricamente una prioridad dentro de la agenda política de los gobiernos y las legislaturas.
3. A pesar de que había esfuerzos por parte de algunos grupos y organizaciones sociales, no hubo una respuesta que involucrara a una gran franja de la sociedad; tampoco lo hubo en la creación de leyes que respaldaran la difusión del servicio público como garante del bienestar social.
4. No obstante que hubo un desarrollo desigual de las estructuras de la radio comercial y estatal, en ese momento se contaba con un amplio número de radios sin fines de lucro.

Dentro de la estructura de la radio estatal, Radio Educación había jugado un papel muy importante: había cumplido una función cultural y social que la convirtió en un referente de utilidad social para los escuchas; había sido una de las estaciones que se definía a sí misma como radio con vocación de servicio público. Desde principios de la década de los setenta, los realizadores de Radio Educación intentaron atender a públicos más diversos, transmitir una agenda noticiosa y cultural en la que se trataban contenidos distintos a aquellos escuchados en otras emisoras. Como se observará más adelante, a principios de este siglo sus contenidos se fueron fortaleciendo y sus realizadores fueron participando activamente en el debate sobre la necesidad de aumentar la presencia de la radiodifusión estatal en México. Estas acciones le fueron dando a la estación una legitimidad institucional frente a ciertos grupos de la sociedad.

En el debate nacional sobre servicio público algunos académicos y políticos percibían a Radio Educación como una emisora que se había

esforzado por ser un ejemplo de radio estatal, con una programación de servicio público que intentaba asemejarse al ideal de radio pública. En esta se transmitían contenidos de utilidad social que promovían principios (como pluralidad cultural y política, y diversidad a lo largo de la barra programática) y era financiada con recursos públicos sin fines de lucro. La emisora contribuía de manera cotidiana a tener una audiencia crítica y una expresión cultural diversa a lo largo de los años, mantener cierta independencia política y editorial con el gobierno y lograr este servicio con principios y características en su programación.

El planteamiento de estas premisas apuntaba a reconocer que Radio Educación había ayudado a desarrollar dichos principios y valores en su quehacer diario. También, a que probablemente había dado las condiciones para la discusión en la vida pública. Algunos de sus realizadores y funcionarios se sumaron al debate participando en foros y eventos internacionales, demandando propuestas concretas sobre el papel de estos medios, mejores condiciones de trabajo y que se legislara el servicio público de radiodifusión.

Este trabajo no soslaya la importancia del debate en torno al sustento jurídico para la radiodifusión no comercial, que se agudizó durante el sexenio de Fox; pero pone mayor énfasis no solo en rescatar a qué se le nombraba radiodifusión con vocación pública sino también en el papel que cumplía en esos momentos: proponer un análisis para evaluar la función de las radios estatales. Asimismo, era interesante conocer el rol cultural y político de estas para algunos sectores de la sociedad, a pesar de algunas condiciones (hegemonía de la radio comercial: un estado que privilegiaba el uso comercial de los medios sobre el uso social y la indefinición jurídica).

A pesar de que Radio Educación no contaba con algunas condiciones, como un régimen jurídico que definiera este servicio y garantizara su autonomía, queremos evidenciar que sí desarrollaba algunos principios y funciones del servicio público, que se manifestaban desde la consolidación de su programación y que contribuían a su edificación. Estas

características se habían conformado desde décadas atrás y se habían fortalecido en la primera década del siglo.

Para efectos de nuestro estudio de caso, Radio Educación será nuestro tema de investigación. Por consiguiente, aunque en este trabajo nos enfocaremos en la programación, esta se analizará de acuerdo con las características y condiciones del servicio público antes mencionadas (financiamiento, estructura, políticas institucionales, marco jurídico). Estos factores determinan, hasta cierto punto, en el modelo de servicio público, las estrategias de programación y la calidad de los contenidos. Al ser la programación nuestro eje de análisis nos conduce a situarnos en la descripción de los contenidos de la barra programática y en aquellos realizadores que producen los programas de radio.

De inicio, formulamos la pregunta de investigación e hipótesis que es el eje temático de este libro: ¿Cómo contribuye Radio Educación a la construcción de la noción del servicio público en México en la primera década del siglo veintiuno?

- Es el contenido de los programas radiofónicos la principal característica que define al servicio público de radio, porque a través de contenidos de utilidad social el medio puede ofrecer las herramientas necesarias para fortalecer la identidad de los ciudadanos, ejercer la libertad de expresión y tener acceso a la información pública.
- Se pueden encontrar características de la función de servicio público en la barra programática de Radio Educación, debido a la calidad de la información y a la función social que cumplen sus contenidos.
- La barra programática tiene ciertos rasgos de servicio público, porque en gran parte de los contenidos se orientan valores públicos (el diálogo y la discusión) y valores sociales (la justicia, la tolerancia y la democracia), los cuales contribuyen al bienestar social, cultural y educativo y al fortalecimiento de la identidad ciuda-

dana de los escuchas; además, contribuyen a ampliar la discusión del espacio público.

- La barra programática cumple con determinadas características de la función del servicio público, porque en ella se promueve la diversidad y pluralidad cultural y política.
- A pesar de que no existía una legislación que respaldara el cumplimiento de la función del servicio público en México, el desarrollo de la programación y los esfuerzos en la producción contribuyeron a fortalecer las características de este en los contenidos programáticos de Radio Educación.

El planteamiento de la pregunta-hipótesis nos permitió delinear el objetivo general de la investigación: explicar cuál ha sido la contribución de Radio Educación en la construcción de principios y valores que constituyen la noción de servicio público de radio.

Lo anterior nos permitió delinear los objetivos específicos:

- Explicar la función del servicio público de radio en el neoliberalismo.
- Analizar la transformación de la participación del Estado en el espacio público en las condiciones del neoliberalismo.
- Describir experiencias internacionales sobre el debate académico del concepto del servicio público de radiodifusión.
- Identificar las características de la noción del servicio público en distintos contextos internacionales en el marco neoliberal.
- Definir el servicio público de radio a partir del debate académico sobre el concepto de lo público.
- Manifestar la función social de la programación de Radio Educación y el *servicio público* desde el imaginario social de los realizadores.

En un plano más amplio, pretendimos que los objetivos ofrecieran elementos para analizar, a través del estudio de la programación en Radio

Educación y del trabajo de producción de los realizadores, cuál era la contribución de esta al desarrollo cultural de la zona metropolitana, además de la ampliación del debate del espacio público sobre la construcción del servicio público de radio.

A partir de la hipótesis y los objetivos establecimos la delimitación de nuestro objeto: el estudio de la construcción de la utilidad social de los contenidos y principios que constituyen la función del servicio público en Radio Educación en el siglo veintiuno.

Para llegar a ello se realizó un análisis de la barra programática transmitida del 17 al 23 de octubre de 2005. El trabajo se abordó desde una perspectiva teórico-conceptual del espacio y servicios públicos y desde un análisis metodológico descriptivo y cualitativo/interpretativo.³

A partir de esta delimitación se fue delineando el abordaje del objeto de estudio: el problema conceptual de la idea de servicio público.

1. Abordar el tema del problema conceptual, después de formular la pregunta de investigación y las hipótesis, se convirtió en una ardua tarea a lo largo de este estudio. En primer lugar, porque hablaríamos del servicio público, un concepto definido de distintas maneras y cuyo significado cambiaba de acuerdo con el contexto en el que se desarrollaba.

Esta situación nos llevó a más problemas conceptuales que tuvimos que resolver en cada etapa de la investigación. Por ejemplo, cómo referirnos a Radio Educación: “radio estatal”, “radio cultural”, “radio de servicio público” o “radio oficial”, etc. Las referencias hechas por periodistas, especialistas de los medios, políticos y trabajadores de Radio Educación eran tan diversas, como si el servicio público se tratara de un adjetivo de una radio oficial o gubernamental o como si hoy pudieran tener una función y mañana otra, de acuerdo con las condiciones determinadas por el gobierno en turno e incluso del mercado. Lo cierto es

3 Aunque la investigación se centró en un espectro local, es posible que tanto el planteamiento como los hallazgos de esta investigación inviten al diálogo para entender al servicio público de radiodifusión en otras ciudades, como Guadalajara, donde existe mayor fortaleza de sus sistemas de radiodifusión no comercial.

que Radio Educación se gestó en un principio como una radio educativa y cultural y fue considerada parte del sistema estatal de radios del país. Sin embargo, a través de los años, la estación ha mostrado un mayor compromiso con la sociedad y ha realizado funciones sociales que van más allá de apoyar la educación formal, como inicialmente fue concebida por el Estado en 1968.

Consideramos entonces que la manera apropiada de referirnos a ella sería como una radio estatal con vocación, aspiración, orientación o enfoque de servicio público. El término radio estatal define a Radio Educación como un sistema de radiodifusión sin lucro, propiedad del Estado, y que se diferencia de los intereses de la radio comercial; esto nos evitará confusiones. Para Radio Educación, en el periodo estudiado, su función social era informar, educar, entretener y difundir la cultura, y para ello pretendía transmitir contenidos de utilidad que reflejaran principios como la pluralidad cultural y política y la diversidad. Si bien estos rasgos son propios del servicio público de radiodifusión, a lo largo de este estudio no podíamos adelantarnos a afirmar que Radio Educación era una estación de servicio público, porque hay otras características, aparte de los contenidos, que lo determinan.

2. *El estado de la cuestión.* En México y en otras naciones se han hecho trabajos importantes relacionados con el tema del servicio público de radiodifusión, los cuales han sido referencias esenciales para orientar el contenido de este libro. Alva y Rebeil (2000) sistematizan la información sobre el desarrollo de la radio no comercial en México, donde se discute la situación de la radio estatal. Asimismo, Romo (1990) describe el desarrollo de la radio estatal en el país. Winocur (2002; 2007) ha estudiado la contribución de la radio en la conformación ciudadana y en la ampliación del espacio público. En México, Patricia Ortega (2002 y 2007), ha identificado las características del servicio público y definido la noción de los medios públicos de radiodifusión como rasgo principal. Su trabajo lo ha concebido en la televisión, pero igualmente ha aportado elementos trascendentales que pueden ser aplicados a la llamada radio

pública; en especial porque la relación de la tv pública con la sociedad y el Estado tiene características similares a las de aquella.

Otros trabajos que estudian el tema de Radio Educación son los de Pi Orozco (2001) y las memorias editadas por Radio Educación (2008). La investigación empírica de Navarro y Villanueva (2008) aporta también información invaluable sobre la normatividad de los llamados medios públicos en México.

Gran parte de las posturas sobre el debate, desde la perspectiva de distintos grupos sociales acerca de los medios públicos, han sido sistematizadas en publicaciones editadas por el Congreso de la Unión, instituciones académicas y fundaciones internacionales. De ahí se han editado trabajos que integran planteamientos de diversos especialistas nacionales e internacionales y experiencias de trabajadores de los medios públicos, así como propuestas de funcionarios públicos (Solís, 2000, 2002 y 2005). Algunas de estas deliberaciones incluyen discusiones puntuales acerca de Radio Educación.

Los trabajos de Esteinou (2001, 2005 y 2006a) ofrecen una visión crítica, que ha sido retomada para esta investigación, pues ha analizado la relación de los medios estatales con el Estado y la sociedad. Asimismo, ha rescatado el potencial sociopolítico de estos medios para el desarrollo democrático del país.

Cisneros (2007), Keane (1997), F. Ortega (2004), P. Ortega (2006) y Rabotnikof (1995) son autores que, desde la economía política crítica y la filosofía, han estudiado a fondo la transformación del espacio público en las sociedades contemporáneas y el papel de los medios de radiodifusión pública en el espacio público. Sus postulados fueron trascendentales para entender cómo el servicio público de radiodifusión sigue siendo un garante importante del Estado para ampliar la discusión en el espacio público.

Después de estudiar el papel del servicio público de radiodifusión en el plano ideal, algunos conceptos internacionales que discuten su transformación en distintas partes del mundo proveyeron insumos

conceptuales necesarios para conocer cómo se constituía la noción del servicio público en el marco del neoliberalismo. Entre estos se encuentran los estudios de Bustamante (2001), Tremblay (1988), Fuenzalida (2000 y 2002), P. Ortega (2007) y Serrano (2006). No obstante que las naciones en las que se centra el debate tienen sistemas políticos diferentes al nuestro, discuten la manera en que el servicio público, promovido desde la radiodifusión pública, ha enfrentado problemáticas como la diversidad, la pluralidad política y cultural, la participación, la autonomía política y financiera, entre otras.

3. *El abordaje metodológico.* El desvanecimiento de fronteras entre las disciplinas de las ciencias sociales en las últimas décadas ha enriquecido el entendimiento de los fenómenos complejos. En particular, estudiosos de la comunicación se han acercado a sus objetos de estudio a través de metodologías, técnicas y perspectivas teóricas que pertenecen a la psicología, la sociología y la antropología, entre otras. Como resultado, muchos científicos sociales han utilizado un modelo interpretativo y de caso, y no uno únicamente teórico basado en elementos históricos. En tiempos recientes, la teoría ha optado por “referentes empíricos” por encima de lenguajes abstractos o, en otras palabras, se explica a partir de la interpretación de datos obtenidos de las experiencias individuales relatadas por los sujetos sociales que participan en un determinado estudio. En la investigación de las ciencias sociales, las vivencias de los sujetos deben ocupar un sitio central como reconocimiento de su papel dentro de prácticas sociales (Cornejo, 2007). Por ello, el trabajo de campo en esta investigación partió de un estudio que abarca la observación, las entrevistas semiestructuradas y la descripción estadística.

Hemos dicho que en este análisis nos interesa estudiar primordialmente cómo se reflejaban la función social y los principios del servicio público en los contenidos de Radio Educación, para conocer la manera en que el medio contribuía a la construcción de la noción del servicio público en México en la primera década del siglo XXI. Aquí privilegia-

remos el debate desde la mirada de los realizadores de la emisora. No profundizaremos en las otras características (como el financiamiento) ni en las condiciones (estructura de la organización; políticas institucionales, marco jurídico) que determinan este servicio, solo analizaremos su impacto y su relación con la programación.

Este estudio está organizado en cuatro capítulos. En el primero, “La transformación del Espacio público en el neoliberalismo”, se ubica la parte teórico-conceptual. En este explicaremos los conceptos a utilizar en esta investigación; también, cómo el servicio público de radiodifusión contribuye a potencializar la discusión del espacio público, ya que es a través de este servicio que el Estado amplía la discusión de los asuntos públicos en la sociedad. Discutiremos, además, algunas características de los cambios del espacio público en el neoliberalismo que responden a transformaciones económicas y políticas de las sociedades contemporáneas.

Estudiar la evolución del concepto del espacio público en el neoliberalismo es esencial, ya que nuestro objeto de estudio se enmarca en este momento histórico. En el contexto neoliberal, el Estado (particularmente en México) ha reducido su participación en asuntos de la vida pública, los cuales son primordiales para garantizar el bienestar social. De aquí que instituciones culturales en varios países europeos y norteamericanos que han ofrecido el servicio público, han tenido que ajustar su papel en el espacio público para fortalecer su servicio y satisfacer las necesidades informativas y de entretenimiento de sociedades cada vez más complejas.

En el segundo capítulo, “La noción de servicio público de radio en el neoliberalismo: el debate internacional”, se define el concepto de servicio público en dos partes: la primera explica el debate sobre el concepto de lo público y se divide a principios del siglo XXI, además de hacer un recorrido sobre el debate en diferentes contextos sociopolíticos. Este ejercicio nos brindó elementos para conocer las características que lo conformaban en distintos contextos internacionales regidos por gobiernos neoli-

berales, y nos permitió saber cuáles eran algunos de los problemas a los que se enfrentaban para poder atender a minorías y mayorías sociales. En la segunda parte, proponemos una definición propia y jerarquizamos sus dimensiones, que más tarde nos permitirán evaluar el caso de Radio Educación.

En el tercer capítulo, “Políticas neoliberales y la radio estatal en México”, describimos la relación entre Estado, Radio Educación y sociedad, desde 1968, para entender cómo la emisora contribuía a la construcción del servicio público a comienzos del siglo XXI, justo cuando en el país habían regido gobiernos neoliberales. Estudiar sobre algunos aspectos históricos de la emisora también nos sirvió para conocer por qué se tuvo la aspiración de ejercer dicha función y cómo se fueron cimentando algunas actividades del servicio público en su programación.

En el cuarto capítulo, “La barra programática en Radio Educación”, explicamos la manera en que se cumplían las funciones sociales y las características del servicio público en los contenidos de Radio Educación y la idea de servicio público que emanaba desde el imaginario social de los realizadores a través de sus actividades de producción. Aquí presentamos los resultados de nuestro trabajo. Nuestra pretensión es ofrecer evidencias para evaluar cuáles eran las condiciones de Radio Educación en el marco del neoliberalismo y de qué manera esta contribuía a ampliar la discusión del espacio público. Particularmente, se analiza la función social de los contenidos (informativa, difusión de la cultura, educativa). Luego, otras características de lo público como pluralidad, participación, autonomía editorial. Estas dimensiones fueron tomadas de la definición que propusimos sobre el servicio público en el capítulo II.

Realizamos este estudio de caso desde el punto de vista del programador del mensaje, es decir, desde la perspectiva de los realizadores de los programas y no de la audiencia. Por ello, en este análisis era necesario conocer de qué manera ellos contribuían a producir contenidos de utilidad social y cómo entendían las características de lo público, además de promover la participación en los contenidos. En la cotidianidad

de las emisoras, los realizadores tienen una gran responsabilidad por aterrizar los principios del servicio público en la programación.

4. *Alcances y limitaciones.* Todo trabajo de investigación es inconcluso, pues solo se estudia una parte de una realidad, cambiante y compleja; la actividad de investigar es una tarea en constante construcción. Este no es la excepción a esta premisa. En la investigación dejamos de lado ciertos aspectos, quizá importantes, y no profundizamos en otros tanto como hubiéramos querido; sin embargo, esto no fue motivo para no poder dar una respuesta a nuestro objetivo general.

Esta obra tiene varias aportaciones, entre ellas la metodología utilizada para estudiar el servicio público. La investigación abre campo en el estudio de este en México desde esta perspectiva metodológica, ya que construye datos empíricos respecto de la situación de Radio Educación durante la administración del presidente Vicente Fox.

Por otra parte, hemos abordado un tema muy complejo. Salirse de rutinas de pensamiento de las ciencias sociales implica hacer amalgama con conceptos, técnicas y postulados de otras disciplinas; requiere de explicaciones en las que el investigador se encuentra con limitaciones al interpretar el objeto de estudio, y donde fácilmente se pueden cometer errores. Pero este también es el reto del campo de la comunicación. Porque al abordar los fenómenos de la cultura desde distintas perspectivas, se contribuye a fortalecer un campo que, como lo denominan varios autores, es altamente híbrido (Giménez, 2004; Cornejo, 2007).

I. LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN EL NEOLIBERALISMO

EL ESPACIO PÚBLICO EN EL NEOLIBERALISMO

LA APERTURA DEL MERCADO GLOBAL HA INFLUENCIADO la transformación del contexto sociopolítico mundial desde la década de los ochenta. En este proceso, los medios de comunicación se han conformado como aquel sector de la industria que hace evidente la nueva relación entre Estado, sociedad y mercado, porque han ido ganando aquellos huecos de poder que deja el Estado.

El español Enrique Bustamante ha observado el impacto de los cambios políticos, económicos y sociales en la radiodifusión europea, tanto privada como pública. Bustamante indica varias razones de estas transformaciones:

En primer lugar, “determinaron la apertura del sector radiotelevisivo europeo a la iniciativa privada, en ritmos y condiciones diversas según las historias y particularidades nacionales, y de la consiguiente extensión de un régimen mixto de radiotelevisión –pública y privada– por todo el continente”. En segundo condujeron, a “un proceso de concentración acelerado, vertical, horizontal y multimedia [...] y por procesos de transnacionalización de los capitales que, comenzando por las redes de pago, [en este siglo] comienzan a ampliarse a toda Europa” (2008: 185).

Para Bustamante, estas transformaciones también impactaron a la radiodifusión pública europea, estrechamente vinculada antes de la década de los ochenta:

A la concepción del Estado de bienestar nacido en la posguerra, centrado efectivamente en la protección pública frente a las contingencias materiales (la salud, el empleo o la edad [...]) que desarrolló la legitimidad estatal para asegurar condiciones de acceso equitativo a la educación, la cultura o la información [...] como elemento capital de la igualdad de oportunidades y de la participación democrática (2008: 185).

De acuerdo con el autor, los efectos en la radiodifusión pública ocurrieron debido a diversas razones, entre otras:

1. La incapacidad de “reacción (de estrategias planificadoras en ocasiones) de los servicios públicos en su necesaria adaptación a un entorno competitivo” (2008: 189).
2. La disyuntiva entre estar condicionados al *rating* o a la calidad.
3. Tratar de conocer cuáles eran los objetivos de los medios de radiodifusión pública ante los cambios históricos (2008: 189).
4. Sufrir recortes presupuestales en la mayoría de las naciones, por lo que han tenido que depender más del poder político (2008: 186, 192). Además de otros, estos hechos han ocasionado que los medios públicos sean relegados de la escena pública.

La nueva relación emprendida, tanto por los medios privados como públicos con el Estado, el mercado y la sociedad, ha ocasionado un fuerte impacto en el espacio público –el espacio de la deliberación– porque, a medida que la industria audiovisual se empodera mediante la concentración, acapara el debate social a partir de la lógica de los grupos políticos y económicos a los que representan sus dueños.

Bustamante afirma al respecto que:

Aunque esta concentración genera evidentemente importantes amenazas para el pluralismo [...] los riesgos no vienen ya solo ni fundamentalmente para el espacio político ni pueden ser medidos exclusivamente

por los indicadores tradicionales, sino para toda la esfera pública en su más amplio sentido, especialmente para la diversidad cultural... (2008: 192).

Los hechos mencionados provocaron un debate entre varios autores que, desde distintas ópticas, han estudiado la reconceptualización de lo que es el espacio público. Patricia Ortega es una de las autoras que ha analizado esta reconceptualización, y afirma que:

El desarrollo de los procesos de la globalización de las economías, las transformaciones del Estado-nación, la crisis de las instituciones políticas, las reformas democráticas y la desaforada evolución de las tecnologías de la comunicación, son algunos de los procesos que han incidido un determinado cambio en la noción de espacio público, hechos que, desde distintas disciplinas, nos obligan a su reflexión. En el ámbito de las ciencias sociales, una de las problemáticas que en la actualidad constituye un tema de análisis es el de la reconstrucción de las fronteras entre lo público y lo privado en el marco de las nuevas formas de organización económica y política (2006: 23).

¿Por qué abordar el espacio público como punto de partida para entender la construcción del servicio público de radio en México? Para responder a esta pregunta es necesario primero definir qué se entiende por espacio público.⁴

4 El concepto de *espacio público* y/o *esfera pública* tiene distintas interpretaciones hoy día, como la de Papacharissi (2002: 11) y Trejo (2009: 5), quienes coinciden en realizar una diferenciación entre las dos definiciones. Particularmente, de las interpretaciones estudiadas en este capítulo por los autores provenientes de la tradición anglosajona, como Kleinsteube (2007), Abercrombie *et al.* (2006) y Keane (1997), observamos que utilizan la noción de esfera pública. Incluso Keane afirma que el espacio público actual, debido a su diversidad y heterogeneidad, se compone por esferas públicas locales, nacionales y supranacionales. El resto de los investigadores hispanoamericanos aquí estudiados optan por el término de espacio público: F. Ortega (2004), (Estéinou, 2005 y 2007), Cisneros, (2003 y 2007), P. Ortega (2006), Rabortnikof (1995 y 1997); otros más, como Winocur (2002 y 2007), usan estos dos términos como sinónimos.

El *espacio público* ha tenido características específicas en cada periodo histórico; según la filósofa Nora Rabotnikof, la noción de lo público, como categoría política, ha sido relacionada con tres dimensiones básicas: lo que es *común*, lo que es *visible* y lo que es *abierto* para todos. Lo *común*:

... que atañe a lo colectivo, que concierne a la comunidad, y por ende a la autoridad de ella emanada, contra lo privado como aquello que se refiere a la utilidad o al interés individual [...] De aquí se desprende la relación de lo público con lo que emana del pueblo y la referencia a la autoridad colectiva al Estado [...] Lo que es *visible* y se desarrolla a la luz del día, lo manifiesto y ostensible contra aquello que es secreto, reservado, oculto: lo que no puede verse, aquello de lo que no puede hablarse, que se sustrae a la comunicación y al examen [...] Lo que es de uso *común*, accesible a todos, abierto contra lo cerrado, aquello que se sustrae a la disposición de los otros [...] Algunos lugares son públicos (abiertos) porque son de todos (comunes), y por eso las actividades que en ellos se realizan son manifiestas y ostensibles (visibles). Sin embargo, algo puede ser público en el sentido de no oculto o no secreto, por desarrollarse a la luz del día, y no ser público en el sentido de accesible o disponible para todos (1997: 17, 18 y 20).

En efecto, la noción de lo público no se puede entender en contraposición a lo que es privado. Para Ortega, “el binomio público-privado ha sido usado para identificar e interpretar el desarrollo de distintas formas de relación entre Estado, sociedad y mercado” (P. Ortega, 2006: 38). Además, agrega la autora, que el espacio público es “esa esfera intermedia entre la sociedad civil y el Estado que mantiene una relación con lo político pero que no se agota en lo gubernamental. Es una esfera en la que la

Por lo tanto, en este trabajo, se entenderán las nociones de *esfera pública* o *espacio público* como arenas simbólicas donde diferentes sectores sociales se informan y debaten acerca de los asuntos públicos regionales, nacionales e internacionales.

sociedad mantiene relaciones con el Estado y el Estado con la esfera de lo público” (2006: 40).

Actualmente, diversos autores en el mundo se han interesado en desarrollar nociones relacionadas al concepto de *espacio público* debido a las recientes transformaciones históricas causadas por la revitalización del capital global, el impacto del mercado en la vida política y económica, las migraciones internacionales, el desarrollo tecnológico, entre otros aspectos. Estos cambios han ocasionado nuevas relaciones entre Estado, mercado y sociedad. Las definiciones de espacio público adquieren un significado particular de acuerdo con el contexto sociopolítico de cada país. Desde distintos marcos sociales, autores como Habermas (1996), Keane (1997), Hanada, (2001) y F. Ortega (2004) han buscado explicar la reconceptualización de la noción de espacio público. Aquí la abordaremos en su relación con el espacio público para determinar cuáles han sido sus transformaciones en los primeros años de este siglo veintiuno.

Habermas (1996), por ejemplo, la define en la década de los sesenta, cuando la conformación del espacio público y de las sociedades era diferente a la del siglo XXI. Su visión anglosajona defiende una perspectiva burguesa que domina la discusión sobre el espacio público a la cual no todos los ciudadanos pueden pertenecer.⁵

Por su parte, Keane (1997) y F. Ortega (2004) observan el papel de los medios de comunicación como actores en la transformación de la política europea en la segunda mitad del siglo XX y, con ello, su función fundamental en el espacio público. Desde la época de la posguerra, los medios de comunicación cooptados por el Estado logran centralizar la escena de lo público.

Para F. Ortega (2004), los medios de comunicación y el espacio público son casi términos indistintos. Hoy en día, la expansión del modelo comercial de medios de comunicación en la Europa socialdemó-

5 Asimismo, existen vacíos en la traducción de su trabajo. Para mayor información se recomienda el artículo de Hans Kleinsteuber (2007).

crata acapara cada vez más la discusión del espacio público. A este proceso, el español lo denomina *privatización del espacio público*, magnifica el rol social de los medios y habla del espacio público actual como un espacio de la comunicación mediática, “siendo la lógica de esta la que predomina en, e impregna a cuantas manifestaciones son definidas como lo público”. Esto se debe primordialmente a que los medios de comunicación han contribuido a la acción política –factor decisivo para que exista una democracia–, porque es justamente a través de la acción política en donde una sociedad toma decisiones. Para F. Ortega (2004), el Estado benefactor ofrece las condiciones sociopolíticas y económicas a la ciudadanía para que pueda actuar como sujeto activo. Con ello, las discusiones autónomas de los grupos sociales pierden beligerancia política (burguesía y grupos revolucionarios), porque el Estado absorbe el espacio público, mismo que queda vinculado a través de las acciones políticas, en donde los partidos políticos y los parlamentos son sus más fuertes protagonistas. Los medios de comunicación se instalan paulatinamente en la escena política. Sin embargo, al mismo tiempo ocurre una dicotomía en los llamados países socialdemócratas de Europa: los medios de comunicación manejan una dosis abundante de información, con la cual se aleja a los ciudadanos. Por el contrario, periodistas, políticos, empresarios y parte de la elite social se inmiscuyen. “Ahora el ámbito público, en el que la política debe entrar en competencia con otros actores e instituciones, viene establecido por los marcos de la comunicación mediática” (2004: 8).

Hanada incluso habla de un *espacio público global*, pues suma al concepto una perspectiva desde la globalización y lo define como una nueva dimensión del capitalismo, cuya característica es una “visualización y espacialización de conciencia, acciones y relaciones sociales en el mundo contemporáneo” (Hanada, 2001: 137).

Cada uno de los autores antes citados, desde su propia perspectiva, reconocen que la transformación del espacio público está ligada a la incursión de los medios de comunicación en el ámbito político y a la relación de estos con el Estado, el mercado y la sociedad en el mundo actual.

Esteinou (2005 y 2007), Cisneros (2003 y 2007), P. Ortega (2006) y Rabotnikof (1995 y 1997) se han acercado a la noción de espacio público en relación con el contexto sociopolítico de México y América Latina, y concuerdan en que es un espacio público “dominado por los medios [de comunicación]” (Rabotnikof, 1995: 58).

CUADRO 1. Definición del espacio público global.

Autor	Definición
Tsutsuru Hanada	Nueva dimensión del capitalismo cuya característica es una “visualización y espacialización de conciencia, acciones y relaciones sociales en el mundo contemporáneo.”*
John Keane	Lo privado y lo público parecen asemejarse cada vez más dentro del capitalismo global. “Hoy en día se ha vuelto obsoleto el ideal de una esfera pública unificada [...] en lugar de ello figurativamente hablando, la vida pública experimenta una refeudalización [...] en la conformación de un complejo mosaico de esferas públicas de diversos tamaños, que se traslapan e interconectan o que nos obligan a reconsiderar radicalmente nuestros conceptos sobre la vida pública y sus términos asociados, tales como opinión pública, bienestar público y la diferenciación público-privado”. (p. 86)**
Félix Ortega	En los regímenes políticos neoliberales, el ámbito privado ha colonizado al espacio público a través de la lógica de mercado. Es aquel espacio de la comunicación mediática. “Siendo la lógica de esta la que predomina en, e impregna a cuantas manifestaciones son definidas como público.”***
Lenin Martell	Es una nueva forma de organización de la vida pública y una nueva manera de mirar y reconfigurar el mundo, a partir de la revitalización del capital global en una sociedad multicultural. De esa noción, se desprenden varias características que lo describen; aquí solo mencionaremos las que sirven para los fines de esta investigación: Existe una minimización de las tareas del Estado, las cuales quedan gestionadas por fuertes grupos empresariales supranacionales, quienes hacen alianzas con grupos políticos en el poder, para beneficiar intereses personales.

(Continúa)

Autor	Definición
	<p>Además de crear desigualdad social, estos hechos vistos en regímenes políticos neoliberales, como México, fomentan la privatización del espacio público, pues da apertura del mercado sin una regulación jurídica y normativa adecuada, debilita la organización económica y social de las localidades geográficas en donde se instalan los grandes negocios. Entre otras cosas, porque en algunos casos inciden en prácticas de corrupción; hacen fracasar pequeños negocios o generan daños ecológicos con impactos irreversibles para la región.</p> <p>En las sociedades multiculturales, no se puede hablar de un espacio público global homogéneo, sino de uno heterogéneo e intercultural, fragmentado en esferas locales, regionales-nacionales y supranacionales que –cuando funcionan como tales– se convierten en incubadoras del cambio social. En estas esferas es también donde se reorganiza simbólicamente la vida pública, ya que conforman una relación temporal-espacial que opera el sentido de la sociedad.</p> <p>Asimismo, se experimentan procesos políticos y culturales, como migratorios; alianzas regionales entre Estados-naciones; conflictos interétnicos y políticos como la ocupación estadounidense en Irak.</p> <p>Muchos de estos procesos son mediados por redes de tecnologías de comunicación. Con ello el espacio simbólico se reconfigura, pues la relación tiempo y espacio se compacta y el sentido de las acciones sociales adquiere diferentes significados.</p> <p>Como consecuencia, nuevos actores sociales se incorporan a la escena de lo público, mientras otros –como algunas minorías étnicas– son en muchos casos excluidos. Entonces, las posibilidades para ponerse de acuerdo entre los ciudadanos sobre la forma en que quieren vivir en conjunto, es más compleja y difícil, pero cuando se logra, se generan cambios sociales determinantes para una comunidad, región o país.</p> <p>En esta reconfiguración, los medios masivos, entre ellos la radio, logran ser, en ocasiones, mediadores del espacio público global. Esto ocurre únicamente cuando promueven la discusión, el cuestionamiento y la búsqueda de consensos y cuando son incluyentes en su discurso y cuando contribuyen al fortalecimiento de la identidad de los ciudadanos.****</p>

FUENTE: elaboración propia. *Con base en Hanada, 2001: 137; **Keane, 1997: 86; ***F. Ortega, 2004: 8; ****Martell, 1997.

En México, José Cisneros (2007) analiza el concepto de espacio público:

El espacio público, y sobre todo el espacio público político, es donde se expresa el “público” definido por Wright Mills [...] no como aquel donde una masa asiste como espectadora [...] El espacio público, y por supuesto el espacio público político, más allá de su delimitación física, es una estructura de relaciones establecidas entre diferentes actores sociales con intereses diversos, e incluso opuestos, que reconocen la necesidad de decidir juntos sobre asuntos que los afectan, y que por tanto acuden a expresar sus respectivas propuestas y visiones del mundo con el ánimo de confrontarlas, complementarlas o incluso desarticular la del adversario, pero con la disposición para llegar a algún tipo de acuerdo que les permita seguir conviviendo con respeto y dignidad.

Participar en un espacio público implica reconocer el derecho del otro diferente [que no participa] abiertamente con sus propios intereses y sustentos. Las reglas del encuentro en un espacio público las han de proponer y/o aceptar los propios protagonistas de la participación. El espacio físico puede en un momento dado pertenecer a un grupo o individuo, inclusive como es el caso de los medios de difusión, pero no la estructura democrática de relaciones políticas.

También afirma que:

Las propias contradicciones de los conceptos mediáticos del “nuevo espacio público” y el “nuevo espacio público político” obligan a buscar otros enfoques [...] Javier Esteinou, por ejemplo, considera que es necesario reconstruir el espacio público como un territorio *libre, abierto y autónomo*,⁶ puesto que en los medios los asuntos públicos se convierten

6 Las palabras de Javier Esteinou fueron pronunciadas en el seminario Comunicación y democracia: ciudadanía y procesos electorales, organizado por el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación en Ciencias de la Comunicación, Coneicc, en la Ciudad de México, en 2002.

en cosa de unos cuantos, con acceso al medio, es decir, en asuntos privados (como en la Edad Media) (Cisneros, 2007).

Debe ser un *espacio libre, abierto*, en el que cualquier ciudadano interesado pueda participar libremente, sin exclusiones, “para expresar su propio pensamiento e incidir realmente en las decisiones que les afectan y que puedan contribuir al bienestar o desarrollo de la sociedad en su conjunto” (Cisneros, 2007). Debe ser *autónomo*, porque el discurso que se construya en el espacio público deberá reflejar la lógica propia de los actores sociales que lo enuncian; el discurso debe contribuir al ejercicio de la reflexión de los ciudadanos.

Ese discurso que se delibera en el espacio público es una forma de hacer visible al grupo social que debate y expresa aquello que comparte con otros sectores de la sociedad. En este espacio, los ciudadanos con diversos intereses pueden discutir y reflexionar sobre su forma de vida, resignificar sus representaciones sociales sobre el mundo al encontrarse con otros y fortalecer su identidad. Al disentir o consensar sobre una acción social, pueden decidir la forma en que quieren vivir en conjunto. Dichos acuerdos deben buscar que los ciudadanos puedan vivir con respeto y dignidad.

En el plano ideal, es un espacio en el que los ciudadanos deben ejercer la democracia y, por lo tanto, debe ser plural y universal. Es en la vida cotidiana donde se articula, pues es ahí donde nacen los procesos comunicativos y se generan la discusión abierta y los cuestionamientos al ejercicio del poder.

Los autores arriba mencionados coinciden en que los actuales medios de comunicación acaparan cada vez más el espacio público. Pero cabe señalar que la discusión sobre el término no se agota solo en función de los medios masivos; existen otras arenas simbólicas en la sociedad que también forman parte de esa esfera. Por ejemplo, hay formas tradicionales de debate público en diversas localidades del mundo que no se acaban en los medios de comunicación: asambleas o sistemas de delibe-

ración, elección y participación en comunidades autónomas. Estas acciones tienen cabida sin la mediación política de los medios de comunicación y ocurren mediante la participación política de los habitantes de las comunidades.

Para analizar el papel de los medios públicos en el espacio público, la perspectiva de José Cisneros nos ayuda a reflexionar en qué medida la radio contribuye a ampliar el espacio público.

Este concepto no ha sido estático; ha sufrido transformaciones de acuerdo con la estructura económica y política en la que se manifiesta. En la era del capitalismo, los cambios experimentados han sido particularmente complejos, sobre todo a partir de la segunda mitad del siglo xx. El concepto se ha reconceptualizado de acuerdo con las relaciones que el espacio público establece con el Estado, el mercado y la sociedad. En esta etapa, en la mayoría de los países del orbe se vivió una reestructuración en los sistemas económico-políticos como resultado de los acontecimientos de la Segunda Guerra Mundial y de los adelantos tecnológicos.

La revolución de la tecnología de la información ha sido útil para llevar a cabo un proceso fundamental de reestructuración del sistema capitalista a partir de la década de los ochenta. En el proceso, esta revolución tecnológica fue remodelada en su desarrollo y manifestaciones por la lógica de los intereses del capitalismo avanzado (Castells, 2005: 40).

Las transformaciones económicas en las décadas de los ochenta y noventa afectaron a prácticamente todos los países occidentales; estas se dieron de diferente forma de acuerdo con las políticas económicas instauradas y las condiciones sociohistóricas específicas de cada nación. Sin embargo, hay razones comunes que contribuyeron a la reconceptualización del concepto de espacio público en la última parte del siglo veinte:

1. La primera se debió a la cada vez mayor complejidad de las sociedades contemporáneas y a la multiplicidad de tareas políticas y

sociales que generaban al Estado, las cuales le eran difíciles de regular. Por otra parte, la sociedad retraía cada vez más su participación en la vida política. Para F. Ortega, “existe una ‘despolitización’ creciente de las nuevas generaciones, que se traduce en la apatía y el desinterés político, la escasa participación en las instituciones y en las elecciones, la debilidad del liderazgo político y el desprestigio de la clase política” (F. Ortega, 2004: 7).

2. La interacción directa entre los ciudadanos y los políticos era cada vez menor, lo que los alejaba de políticos, periodistas, líderes de la elite social y corporaciones, y otros protagonistas que interactuaban en los medios de comunicación masivos. Los ciudadanos se apartaron de la política y, como consecuencia, se quedaron al margen de lo público. Esto se explica porque, al no haber ciudadanos que participaran en las acciones políticas, lo político quedó fuera de lo público y era necesario que la ciudadanía participara en el debate social. De este modo se instauró una agenda política pública con los medios de comunicación donde, por cierto, sobresalieron los intereses privados de los grupos de poder.
3. A finales de la década de los ochenta, el proceso de globalización –sobre todo en los países industrializados– permeaba las estructuras políticas y económicas, minimizando el poder del Estado en las decisiones políticas, para el cual las leyes del libre mercado en ocasiones resultaban más fuertes que su poder de decisión. Los políticos, en su mayoría, impulsaban estrategias que beneficiaban al grupo en el poder y a sus propios intereses privados. Los medios de comunicación eran utilizados para estos fines, acaparaban cada vez más el debate en el espacio público y excluyeron de la discusión a amplios sectores de la población.

El capitalismo se revitalizó dentro de un esquema global, cuyo eje político-económico sería a partir del neoliberalismo –en esta investigación se entenderá a este como aquella extensión contemporánea del capitalismo, caracterizado por la reducción del

poder del Estado, y con ello el de sus instituciones—. Es una fase del modo de producción capitalista que intenta implantar una sola forma de ideología y de ver el mundo desde la base de una economía de mercado global. En otras palabras, se impone como visión totalizadora de gobernar, desde el ámbito de lo doméstico y cotidiano, hasta modelos macroeconómicos y políticos.

Para Calvento, años más tarde el neoliberalismo se convierte en “un pensamiento único”:

En la década de los noventa el pensamiento neoliberal se constituyó en la corriente de mayor consenso entre los sectores e instituciones financieras internacionales influyentes. El mayor consenso provino tras la caída del comunismo en Europa oriental y en la Unión Soviética. Al parecer la única opción de oposición en la economía de mercado, el capitalismo neoliberal se instaló como la única alternativa viable. De ahí que se le bautizara con el nombre de “pensamiento único” (2006: 42).

Actualmente, en el contexto del neoliberalismo, la presencia del Estado en el espacio público disminuye, mientras crece la influencia de otros grupos empresariales nacionales y multinacionales, que hacen alianzas con grupos políticos y económicos en el poder para beneficiar el interés privado.

El estadounidense Dan Schiller (2007: 3) ha estudiado esta relación en corporaciones mundiales como American Express, General Motors, McDonnell Douglas y General Electric (GE). La expansión de estas multinacionales desde la década de los ochenta se debe, en gran medida, a la diversificación de sus productos, para lo cual empresas dedicadas a la información han sido cruciales para aumentar sus ganancias y tener injerencia en el debate público. Según este autor: “En los años ochenta los satélites se empezaron a utilizar para interconectar instalaciones computarizadas en los periódicos –*Wall Street Journal*, USA

Today, Toronto Globe and Mail y Financial Times– con el fin de cosechar ingresos provenientes de mercados nacionales y transnacionales” (2007: 13).

Estos nexos se han observado en Estados Unidos y otras naciones, cuyos gobiernos trazados por el neoliberalismo han fomentado la privatización del espacio público, pues han dado lugar a la apertura del mercado sin regulación jurídica y normativas adecuadas. Schiller expone al respecto que, en Estados Unidos, “la liberalización ocurrió como un hecho de estrategias de acumulación privadas más que un servicio público” (2007: 112). Este hecho ha contribuido a debilitar la organización económica y social de las localidades geográficas en donde se instalan los grandes negocios (F. Ortega, 2004); entre otras cosas, porque en algunos casos inciden en prácticas de corrupción, hacen fracasar pequeños negocios o generan daños ecológicos con impactos irreversibles para la región.

En otras regiones del mundo, por ejemplo, en Europa central, los cambios en la noción de espacio público en el contexto neoliberal se produjeron debido a la reestructuración del capital y a la caída del socialismo. El capitalismo se quedó como la forma económica y política dominante de organizar al mundo; se abrieron las fronteras y la economía de las naciones se organizó en regiones, en lo que hoy día se conoce como la Unión Europea.

El británico David Hesmondhalgh (2008), en su libro *The Cultural Industries*, explica la manera en que se dio este proceso en Europa. El Reino Unido, en particular, fue uno de los países impulsores del neoliberalismo a principios de la década de los ochenta, cuando Margaret Thatcher fungía como primera ministra. Thatcher defendió la lógica del mercado mediante una reestructuración jurídica que permitía la privatización; quitó las barreras regulatorias que el entonces Estado benefactor había puesto durante la posguerra para garantizar el interés común de la sociedad. En otros países, como Alemania y Francia, hubo menor privatización de servicios públicos (transporte; electricidad; correo; etc.)

Alrededor de la década de los ochenta, tras el afianzamiento del capitalismo en casi todas las naciones, los países se conjuntaron en bloques económicos y políticos más que en ideológicos. Asimismo, se reconfiguraron los procesos migratorios de personas e insumos, motivados –en parte– por el avance tecnológico, invasiones territoriales o luchas étnicas. Los movimientos sociales en China o la exYugoslavia, en la década de los noventa, fueron un ejemplo (Martell, 2006). Cabe notar que estas transformaciones fueron graduales y ocurrieron de diferente forma y dependiendo del contexto sociopolítico y cultural de cada país. Como consecuencia, el espacio público entró en una fase que obedecía a las reglas del innovador orden económico mundial y que se extiende hasta nuestros días.

Otro aspecto importante que tiene que ver con la transformación del espacio público en el neoliberalismo se encuentra en el ámbito político, debido a su influencia en el espacio público. Lo político hace la diferencia entre lo público y lo privado; es desde lo privado –y del seno de la familia u otras instituciones socializantes como la escuela o la iglesia– donde lo político se empieza a articular, porque es ahí donde “se crean condiciones favorables para crear un clima de discusión y consenso, que es precisamente lo que caracteriza a cualquier espacio público” (F. Ortega, 2004: 9). Esto sucede por las acciones cotidianas, en las cuales las relaciones de poder, por ejemplo, se entretienen simbólicamente, y donde la discusión entre las personas adquiere lugar. Es desde estas instituciones privadas donde se forman las opiniones sobre los asuntos públicos –es aquí en donde, por tradición, los ciudadanos suelen insertarse en la vida política–. Esto implica que una vez que la política regula un asunto de carácter privado se puede convertir en público, porque se socializa por medio de redes y se asimila por los miembros de una comunidad. De esta forma, el asunto es visible y lleva a una discusión pública.

Hoy en día, este proceso –privado-político-público– ocurre aún en el seno del neoliberalismo, aunque, a medida que la política ha cobrado

un significado diferente en la escena del capitalismo, lo público ha quedado debilitado. De modo que estas articulaciones, o esfera pública, a través de lo político quedan en muchas ocasiones relegadas en la memoria de los grupos sociales o narrados como espectáculo por los medios de comunicación. Se diluye la esencia de lo político y “compite” con secciones de la agenda de los medios de comunicación, la cual dictará lo que es político o si un asunto político se convierte en uno propio del espectáculo o de lo judicial, etcétera.

Félix Ortega explica esta situación de la manera siguiente: “el ámbito público, en el que la política debe entrar en competencia con otros actores e instituciones, viene establecido por los marcos de la comunicación mediática” (2004: 8). Es la misma agenda mediática la que contribuye a desvanecer lo político y a definir su nueva noción de acuerdo con sus intereses de poder. Así es como los medios también confinan el interés de los ciudadanos en la política.

Si la política –pieza fundamental del espacio público– se transforma en una actividad del *marketing* político, lo público automáticamente se debilita. Félix Ortega explica que “... se ha ido pasando a otro tipo de política, la electoralista que ha sustituido la ideología por el *marketing*, el partido por los expertos electores y la movilización por la comunicación política. El escenario público ya no es ahora el de los partidos, el parlamento o las masas en acción” (2004: 7).

Es a través de este proceso que la lógica de lo privado invade a lo público sin que haya intervención de la política. El hecho adquiere mayor relevancia porque la discusión se vuelve efímera y escasean las posibilidades de buscar acuerdos en una sociedad de masas. Dicho escenario tiene varias consecuencias, entre ellas, las fracturas sociales a mediano y largo plazos, además del conflicto mismo. Esta es una de las características fundamentales del espacio público en el contexto neoliberal.

Para entender el papel de la política en la transformación del espacio público en tiempos del neoliberalismo, recapitemos cuatro cuestiones:

1. La política en los llamados países occidentales, hoy en día, no se entiende sin la participación de los medios de comunicación, los cuales deciden qué es política y qué no lo es. De este modo, aquel relato político que no se ajuste a la lógica de los medios de comunicación difícilmente puede ser incluido en el discurso de los medios.
2. La política en el espacio público es mediada cada vez más por los intereses privados de los grupos en el poder político y económico, cuya lógica se antepone al interés colectivo que el ejercicio político debería representar.
3. El mercado es aquella arena que influye decisivamente en la definición de lo que es privado y lo que es público, “y a convertir la política en una instancia patrocinadora de meros intereses privados” (F. Ortega, 2004: 9). Es un campo que no tiene responsabilidad, pues le importa obtener las máximas ganancias, le interesa que el individuo consuma, pero no que participe. Como consecuencia, la discusión se esfuma o existe con ciertas características impuestas por el mercado a través de la agenda mediática y, con ello, la política se deslegitima.
4. La crisis de lo político ha conducido a la reconfiguración del espacio público, el cual se ha vuelto más heterogéneo y complejo. Es un espacio que restringe su apertura y su libertad de discurso desde el momento en que excluye de la discusión a numerosos grupos sociales, los cuales no pueden hacer visible sus propuestas y enfoques del mundo; los asuntos que se exponen no son comunes para todos sino solo para ciertos grupos de poder. Asimismo, estas condiciones restan autonomía al debate, porque una elite política y económica es la que lo dirige y acapara. La recomposición del espacio público ha sido también resultado de la reestructuración de los Estados-nación a partir del movimiento del capital en el mundo.

Las causas de la crisis de la política no solo se reflejan en el plano discursivo. Patricia Ortega añade otras razones en el caso de Europa, las cuales tienen que ver con

... la disminución de la presencia pública del Estado frente a la cada vez mayor privatización de muchas de las áreas de servicios que antes se encontraban sometidas a regulación estatal. Estas áreas (transportes, comunicación, educación, etc.) tienden a ser cubiertas por empresas privadas, grandes corporativos transnacionales u otras formas asociativas [así como] ... el amplio cuestionamiento de la eficiencia de las políticas públicas del Estado-nación en la procuración de justicia social y de bienestar público... [y] la deslegitimación de los sistemas de representación social y política (2006: 24).

Argumenta también que los cambios económicos y la crisis de lo político transformaron el papel del Estado de bienestar social en la socialdemocracia, y con ello incidieron en la dinámica del espacio público; particularmente en aquella relacionada con las instituciones de la cultura: los sistemas de radiodifusión pública. De acuerdo con Keane (1997), desde la primera parte del siglo xx: “El ideal de la esfera pública ha sido vinculado con la institución de radiodifusión de servicio público, al cual se le considera que tiene una afinidad electiva con la vida pública y constituye la mejor garantía para la supervivencia de esta, en una era de capitalismo consumista y organizado por el Estado”.

Durante ese periodo, los Estados más organizados política y económicamente –sobre todo aquellos de las democracias sociales como el Reino Unido– eran una fuerza política en la sociedad que garantizaba la existencia de lo público. Otorgaron derechos civiles (libertad de expresión, reunión, opinión), derechos políticos (derecho al voto) y sociales (educación, deporte, cultura, medios de comunicación públicos). Se trataba de un Estado benefactor que ofrecía las condiciones sociopolíticas y económicas a la ciudadanía para que pudieran actuar como sujetos

activos. Con ello las discusiones autónomas de los grupos sociales perdieron beligerancia política (burguesía y grupos revolucionarios). El Estado predominaba en el espacio público y los grupos sociales quedaban vinculados a las acciones políticas, en donde los partidos políticos y los parlamentos eran sus más fuertes protagonistas.

Como consecuencia, lograron centralizar la discusión de lo público. Los medios se circunscribieron a una constante reconceptualización, en tanto que algunos sectores de la población empezaron a cuestionar la función de los medios de comunicación en la sociedad. En esta época también existía una despolitización de las masas, caracterizada por una escasa participación en las elecciones e instituciones; el liderazgo político se debilitó y los políticos se desprestigiaron (Keane, 1997).

Al mismo tiempo ocurría una dicotomía en la mayoría de los países europeos: los medios de comunicación, especialmente las corporaciones mediáticas, ofrecían una dosis abundante de información que no le servía al ciudadano común para participar en la vida pública. Por el contrario, periodistas, políticos, empresarios y parte de la elite social se inmiscuyeron en la actividad informativa de los medios.

De acuerdo con Keane (1997), en las sociedades del mundo occidental no se puede hablar de un espacio público homogéneo, sino de uno heterogéneo e intercultural. En él se experimentan procesos políticos y culturales: migratorios, alianzas regionales entre Estados-nación, conflictos interétnicos y políticos. Muchos de estos procesos son mediados por redes de tecnologías de la comunicación. Con ello, el espacio simbólico se reconforma, pues la relación tiempo y espacio se compacta y el sentido de las acciones sociales adquiere diferentes significados. En consecuencia, nuevos actores sociales se incorporan a la escena de lo público, mientras otros –como algunas minorías étnicas– son, en muchos casos, excluidos.

En el plano ideal, las posibilidades para que se pongan de acuerdo los ciudadanos sobre la forma en la que quieren vivir en conjunto pueden ser más complejas y difíciles, pero, cuando se logran, se generan

cambios sociales determinantes para una comunidad, región o país. En este escenario, los medios masivos, entre ellos los de radiodifusión pública, pueden ser, en ocasiones, canales de información y comunicación que amplían la discusión del espacio público y pueden ser incluyentes en su discurso. En este sentido, contribuirían a la construcción de la ciudadanía. Además, en un espacio en donde la radiodifusión comercial ha acaparado el debate público, los medios de radiodifusión pública deben hacer contrapeso al papel que juega la mayor parte de la radiodifusión comercial en la sociedad y enriquecer el espacio público, contribuyendo así a la construcción y a la consolidación de la democracia.

LA TRANSFORMACIÓN DEL ESPACIO PÚBLICO EN AMÉRICA LATINA

Hasta aquí, hemos afirmado que el neoliberalismo, como forma de gobierno, se ha desarrollado en cada país de acuerdo con el contexto sociopolítico determinado. También se ha explicado cómo ha generado condiciones con las que se han reestructurado las relaciones entre el Estado, el mercado, la sociedad y la relación política de estos tres en el espacio público.

Hay un amplio debate sobre este tema en diversas disciplinas. Autores como Calva (1999), Alva (2006) y Calvento (2006) han estudiado cómo el neoliberalismo fue tomando forma en América Latina, coincidiendo en los sucesos sociohistóricos que detonaron su punto de partida. En varias naciones de América Latina, las políticas económicas neoliberales se pusieron en marcha en las últimas décadas del siglo xx y tuvieron efecto en prácticamente todos los aspectos de la vida social. Aunque las experiencias en cada gobierno neoliberal fueron diferentes, su pasaporte de arribo está estrechamente ligado a cuestiones económicas materializadas durante el Consenso de Washington, en 1989:

El Fondo Monetario Internacional y el Banco Mundial organizaron un encuentro en el que participaron funcionarios del Departamento de Estado de Estados Unidos, dirigentes de países industrializados, presidentes de bancos internacionales, entre otros tomadores de decisiones. Al término del evento se acordaron un conjunto de recomendaciones que se emitirían a los países endeudados a la hora de negociar nuevos préstamos. Con estos lineamientos económicos, también se introduce una corriente de pensamiento que implica que los países cuya economía es emergente organicen su vida social bajo una lógica propuesta por los organismos y naciones occidentales más desarrolladas. Este proceso también afecta directamente “el cambio del patrón productivo, que pasa de ser un modelo sustitutivo de importaciones a ser uno de apertura de la economía” (Calvento, 2006: 48).

El mismo autor comenta que entre las imposiciones económicas del FMI a los países deudores se destacan:

La disciplina fiscal; disminución del gasto público; recaudación impositiva sobre la base de la extensión de los impuestos indirectos, especialmente el IVA; liberación del sistema financiero y de la tasa de interés; mantenimiento de un tipo de cambio competitivo; otorgar amplias facilidades a las inversiones externas; realizar una enérgica política de privatizaciones de empresas públicas; cumplimiento estricto de la deuda externa; derecho a la propiedad, el cual debería ser asegurado y ampliado por el sistema legal (2006: 48-49).

El Consenso de Washington determinó la forma en que se dirigiría la economía mundial, haciendo énfasis en los intereses del mercado y de la propiedad privada, sin preocuparse por regular la distribución de la riqueza y el buen desempeño del Estado para proveer bienestar social. De modo que la responsabilidad del bienestar quedaría en manos del individuo y con creciente disminución de la participación del

Estado; las políticas sociales se enfocarían en asistencia social marginal y estarían dirigidas, sobre todo, a los grupos más desfavorecidos. Los costos sociales de esta nueva asignación de la riqueza fueron graves, pues se fueron abandonando paulatinamente las políticas sociales del modelo desarrollista, que habían fomentado el fortalecimiento del mercado interno, la inversión pública en infraestructura social (construcción de escuelas, hospitales, vivienda con capital público y privado) y, como consecuencia, la movilidad social.

En comparación con las entonces nuevas instrumentaciones neoliberales de la década de los ochenta, las políticas sociales se habían entendido como “una dimensión de la inversión y no del gasto” (Calvento, 2006: 51), lo cual le había otorgado al Estado, en países como México y Brasil, relativa legitimidad social en amplios sectores de la sociedad. “El modelo desarrollista, en su conjunto, consiguió, entre 1960-1980, que la población en condiciones de pobreza se redujera de 51% a 33% de la población total en América Latina” (Calvento, 2006: 51), esto a pesar de los movimientos sociales y altos niveles de corrupción en distintos gobiernos en los que México no fue la excepción.

Pero las causas de la sustitución del modelo desarrollista por el neoliberal no solo se debieron a las dinámicas del capital global. Internamente, el fuerte proteccionismo y la dependencia al sector industrial exportador hicieron también empresas ineficientes, corruptas y de alto costo para la sociedad, que limitaron la competencia en el mercado interno: estructuras oligopólicas y, en algunos casos, precios inapropiados (Calvento, 2006). Además, durante la década de los setenta, el implacable autoritarismo aplicado por diversos estados, para apaciguar el descontento social expresado por diversos grupos de la población, fue factor fundamental para que en las siguientes décadas se le diera punto final al modelo desarrollista. Era claro que la sociedad de aquellos años pedía una reorientación en las políticas económicas y sociales, pero no unas dirigidas al beneficio del sector privado, reguladas por el mercado y no por el Estado. Como consecuencia, la aplicación de las políticas

neoliberales en las siguientes décadas condujo, por una parte, al crecimiento económico en la región, pero, por otra, a una mayor inequidad en la distribución de la riqueza y a la injusticia social, en donde los programas sociales y culturales quedaron bastante relegados.

Aunque la región experimenta dichas transformaciones hasta la década de los noventa, la adopción de la ideología neoliberal –como la llaman algunos autores– en México se remite a una década antes. De acuerdo con Alva, el modelo desarrollista que se había aplicado en México durante tres décadas inició su viraje hacia el neoliberalismo en 1976, “con la firma de la primera carta de intención de México con el FMI y el Banco Mundial” (2006: 151).

El manejo deficiente y abusivo de las finanzas públicas durante el sexenio de López Portillo, acrecentado con los ingresos provenientes del petróleo, impulsó también el cambio gradual de dirección en las políticas económicas. Pero es hasta finales de 1982 que el nuevo modelo es puesto en marcha con el comienzo del gobierno del presidente Miguel de la Madrid Hurtado. La crisis económica de aquel año fue el punto de referencia para que el gobierno argumentara la modernización de la economía, en donde se pretextaba la incapacidad del Estado para “regular la economía y los mercados” (Alva, 2006: 152) frente al creciente “déficit público, el alarmante deterioro del sector externo, la fuga de divisas, la inflación y caída del producto nacional” (Alva, 2006: 157). La otra razón de fondo era la presión del capital financiero internacional para gobernar con dicho modelo y la decisión de la elite en el poder para acoger la ideología neoliberal como nueva forma de acumulación del capital.

Para Calva (1999) y Alva (2006), esta primera etapa –de transición– hacia el neoliberalismo se alarga casi una década, hasta 1987, con lo que se le da carpetazo a aquel modelo iniciado en la década de los veinte con el término de la Revolución mexicana. La fase de “pleno despliegue” es liderada por el siguiente gobierno, el de Carlos Salinas de Gortari, quien con el estandarte del Pacto de Solidaridad Económica le

da aún más vigor a la ideología neoliberal, la cual continuará vigente hasta el siglo veintiuno.

Desde entonces, el Estado mexicano desplaza su función como proveedor del bienestar social; o bien, comienza a abandonar su papel como Estado benefactor, el que, de acuerdo con Abercrombie *et al.*,

... es un sistema económico y político empleado especialmente por los países europeos-socialdemócratas durante la posguerra y que en algunos casos se extiende hasta nuestros días. Es aquel gobierno que tiene la responsabilidad de velar por el bienestar de sus ciudadanos –función que no la puede conferir a particulares, corporaciones privadas o comunidades locales–. Los Estados benefactores usualmente protegen a la gente de la pobreza por medio de beneficios como el desempleo, otorgamiento de créditos de instituciones del Estado para las familias, asistencia económica para trabajadores con menores recursos y sistema de pensiones; proveen educación y atención médica gratuita, y, en algunos casos, vivienda pública. Estos servicios son financiados por fideicomisos o impuestos de los contribuyentes (2006: 418).

El Estado mexicano desarrolló la función de Estado benefactor por varias décadas al aplicar políticas que habían fomentado la creación de infraestructura de bienes de servicio público, e intentó emular dicha forma de gobierno entre las décadas de los cincuenta y setenta, aunque no logró los alcances políticos, económicos y sociales de países europeos como Alemania o Francia. Por ello, De la Garza (1988), entre otros, reconoce a esta función de Estado benefactor más como un *Estado social autoritario*.⁷ El politólogo mexicano, Luis Salazar (2005), explica que dicha transición tuvo que ver:

7 De acuerdo con Enrique de la Garza Toledo, en su libro *Ascenso y crisis del Estado social autoritario*, “Estado social autoritario no significa otra cosa que Estado social incompleto, incapaz de basarse en las concesiones a los dominados y en la institucionalización de la lucha de clases. Estado social en general no significa ausencia de coerción, Estado social autoritario no significa ausencia de consenso. En el caso

Con la naturaleza peculiar del sistema autoritario mexicano que, a diferencia de otras experiencias, nunca fue ni una dictadura personal o militar, ni tampoco un sistema totalitario [...] Se trató de un sistema que desde sus orígenes se cobijó bajo las formas constitucionales de un régimen republicano, representativo y federal capaz de realizar sistemáticamente elecciones y sobre todo capaz de posibilitar una circulación de las elites sustentada en la no reelección absoluta del presidente de la república [...] La clave de este sistema fue el partido prácticamente único, verdadero partido del Estado, forjado desde y para el poder concentrado en manos del titular del poder ejecutivo federal (2005).

Destacan, entre otras, algunas características de la relación autoritaria PRI-gobierno:

1. Se mantuvieron instituciones débiles caracterizadas por ser corruptas y dependientes de la “disciplina corporativa autoritaria de la maquinaria priísta”.
2. El poder se centraba en el presidente, quien tomaba las decisiones y era el único responsable de todo lo que ocurría o no ocurría en el país...
3. Este presidencialismo extremo pudo funcionar y dar la impresión de contar con un Estado fuerte, justamente porque su lógica autoritaria era perfectamente compatible con una economía cerrada, subsidiada, capaz de agregar y articular intereses desigual y discrecionalmente distribuyendo todo tipo de privilegios a los diversos sectores de la población. Pero cuando esa economía cerrada entró en crisis y forzó a realizar reformas, ajustes y privatizaciones, cuando crisis recurrentes condujeron entonces hacia un cambio radical y atropellado del modelo económico, no solo comen-

mexicano, lo autoritario tomó la forma de control organizacional y jurídico de los agrupamientos de las clases dominadas por el Estado” (De la Garza, 1988: 29).

zaron a aparecer fisuras y conflictos crecientes en la gran coalición priísta, sino que se puso en evidencia el desprestigio y la debilidad inmensa de todas las instituciones públicas.

4. Lo estatal y lo público, asimilados con lo autoritario, lo corrupto e ineficiente, se opusieron así a lo privado, a lo eficiente y a lo libre, e incluso a lo democrático y “ciudadano” (2005).

Con dicho desplazamiento como Estado benefactor, también se vieron afectadas las instituciones que daban servicios públicos. Congruente con la filosofía neoliberal, la responsabilidad de la protección social fue cedida en parte al sector privado, cuya elite tendría amplia decisión en el control, la regulación y el destino de dichas organizaciones de servicio público.

LOS ACTORES DEL ESPACIO PÚBLICO: ESTADO, MEDIOS Y SOCIEDAD CIVIL

Hemos explicado un concepto de espacio público a partir de las relaciones entre el Estado y la sociedad y la manera en que estas se han transformado en el neoliberalismo. También hemos mencionado que los medios de comunicación han ido ocupando los vacíos de poder que ha dejado el Estado, como consecuencia de que su presencia en la vida pública es cada vez menor.

Patricia Ortega (2006). afirma que:

Muchas de las decisiones que corresponderían al Estado y a sus instituciones en un modelo de democracia representativa, hoy están siendo tomadas por los grandes corporativos internacionales, por los conglomerados empresariales transnacionales y los espacios privados [...] Como lo ha señalado el politólogo Roberto Gutiérrez, “los vacíos de poder tienden siempre a llenarse”. Y es ahí donde crece la influencia de otros actores

sociales como “los poderes fácticos legales o extralegales que han contribuido a la relativización del Estado de derecho”.⁸

Uno de esos “actores” son los medios de comunicación.

Antes de continuar con el tema, es importante definir el concepto de Estado.

La noción de Estado ha sido abordada desde distintos enfoques. La que aquí se retoma es la propuesta por Alejandro Serrano (2006), quien ha estudiado a profundidad el tema del papel de este en el espacio público. Su perspectiva se finca en el hecho de que el Estado tiene el deber de organizar el debate en el espacio público y garantizar y diversificar los canales de comunicación pública, para que los ciudadanos puedan ejercer su derecho constitucional a la libertad de expresión y al derecho a la información. De este modo, entendemos al Estado como aquella entidad conformada por los poderes Ejecutivo, Legislativo y Judicial, que ejercen autoridad en un territorio limitado. El primero es el gobierno; el segundo, los grupos políticos que representan a los ciudadanos; y el tercero, las leyes que vigilan a los anteriores y a las instituciones. El Estado es aquel conglomerado de instituciones que gobiernan a un territorio en particular, que tienen la capacidad de generar leyes que regulan la conducta de la gente dentro de un determinado espacio geográfico. Para poner en marcha estas leyes, se requiere de la fuerza legítima del Estado. Su gestión se respalda mediante los ingresos derivados de los impuestos. Dicha actividad le compete al gobierno, cuyo conjunto de personas administran estos recursos dentro de sus instituciones y en representación de la sociedad para el beneficio común (Serrano, 2006).

La globalización ha traído nuevas dificultades para establecer los límites del Estado en las sociedades contemporáneas. Estas pueden ser de dos tipos: territoriales e institucionales. El Estado gobierna un terri-

8 Idea retomada de Roberto Gutiérrez (2006) en presentación pública en la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, el 11 de octubre de 2006.

torio en particular, pero la globalización hace que los gobiernos disminuyan el control sobre las actividades dentro del territorio. Por ejemplo, las empresas comerciales operan a escala internacional y pueden trasladar sus recursos de Estado a Estado y de acuerdo con su voluntad. Las actividades de los mercados internacionales pueden desestabilizar totalmente gobiernos, los cuales han perdido control sobre sus propias economías (Abercrombie *et al.*, 2006).

Una de las características del comportamiento del capital en el mundo es que no tiene solidaridad con los ciudadanos ni apego a los territorios, por eso la responsabilidad que se tiene hacia los ciudadanos se subordina bajo la conveniencia de los intereses de las personas que lo operan. Esto se percibe en medios de comunicación como la radio. Los medios comerciales buscan rentabilidad antes que servir al público con contenidos de utilidad social.

En este contexto, el Estado tiende a reducir su interés en el bienestar social, el cual –dentro de los gobiernos neoliberales– se ha entendido como “un gasto social” y no como “una inversión social” y ha contribuido a proveer menos servicios públicos para los ciudadanos que impactan su calidad de vida. Esto se ha manifestado en la salud, la educación, la cultura, por citar algunos.

La economía de mercado ha motivado cambios fundamentales en la estructura de los sistemas de radiodifusión, lo cual ha hecho redefinir su función social y con ello el concepto de servicio público y su cumplimiento, definición que nos interesa abordar en este trabajo.

Los medios de comunicación, y en particular los modelos de radiodifusión pública de los países socialdemócratas de Europa como el Reino Unido y Alemania, han fungido tradicionalmente como mediadores de esta tensión de poder mediante la generación de debate en sus contenidos. La tarea no ha sido fácil para estos sistemas, aunque por lo general se han caracterizado por distanciarse del gobierno y ofrecer otro tipo de contenidos. Asimismo, algunos de los Estados en estos países se han planteado la importancia de recuperar su papel como garantes del

espacio público y han empezado a poner en práctica diversas políticas para tener más influencia en las instituciones sociales, entre ellas la radiodifusión pública.

Los efectos del neoliberalismo en la radiodifusión de servicio público son vastos; las reglas del mercado relegan su función y el Estado replantea su relación con este tipo de instituciones y, en general, con el servicio público. El hecho se manifiesta directamente en la difusión de dicho servicio en los diferentes sistemas de comunicación pública, particularmente la radio.

En este contexto, se busca entender a la radio de servicio público en su relación con el espacio público. Los contenidos programáticos de esta radio pueden contribuir a construir ciudadanía, orientar valores sociales universales, favorecer el interés general, enriquecer la vida social y cultural, fortalecer la cohesión social y la identidad nacional, entre otras funciones (Serrano, 2006). En el plano ideal, los ciudadanos pueden realizar estas acciones comunicativas en la radio a través del debate y de la participación en los programas, y la toma de decisiones que puedan hacer en la vida pública a partir de lo aprendido en los contenidos; con ello, podrían ayudar a ampliar y a potencializar la discusión en el espacio público.

De acuerdo con Patricia Ortega, hoy la radio de servicio público y los medios públicos ya no pueden ser entendidos como:

Apéndices del Estado, sino como integrantes y amplificadores del espacio público... La televisión [y la radio] son cada vez más un lugar público. Es público en la acepción de lo público como visible para todos [...] En este contexto, uno de los retos de los medios públicos, sobre todo el caso de la televisión será el de construirse en un espacio de verdadero debate público (2007: 44-45).

La transición en la relación Estado, medios y sociedad, en el contexto neoliberal, se efectuó de manera paulatina y diferente en cada país. En

el caso de los medios de comunicación en México ocurrió de forma un tanto diferente a la de otros sectores públicos, porque nació como radiodifusión privada en décadas más tempranas a la adopción del neoliberalismo en la década de los ochenta. Tal es el ejemplo de Televisa –empresa que, desde la década de los treinta, tuvo primero el control de la radio, y luego el de la televisión a partir de la década de los cincuenta.

Este hecho dio lugar a la alta concentración de medios privados en años posteriores. A diferencia de otros países, tal y como lo apunta Fátima Fernández, “el problema de México es que la concentración de los medios electrónicos que en muchas economías comenzó a manifestarse a principios de los ochenta, aquí se dio muy tempranamente” (2000: 123).

En México se acentuó la tendencia a la comercialización en las décadas de los ochenta y noventa. El proyecto neoliberal implementado en los recientes gobiernos otorgó control a las grandes corporaciones mediáticas, las cuales acapararon el debate público y dieron visibilidad amplia a los grupos de elite política y económica. De acuerdo con Roberto Gutiérrez (2005), “todo parece indicar que el conjunto de las elites políticas se encuentra ubicado ya en un escenario en el que se juzga que no hay éxito ni eficacia posibles si no es acudiendo al recurso mediático”.

Podemos decir que su relación con los medios de comunicación privados es indispensable para que los diferentes niveles de gobierno (federal, estatal y local) y grupos de gobierno logren legitimar el proyecto neoliberal. Esta relación se ha hecho cada vez más evidente, sobre todo en el transcurso de este siglo; la realidad social ha demostrado que la ideología y la lógica de esta elite han utilizado a los medios de difusión comerciales para “promocionar” en su programación el éxito de sus acciones sociales.

Para la sociedad mexicana este hecho ha representado un problema de fondo porque, de acuerdo con Patricia Ortega, “... el Estado mexicano ha renunciado a tener un papel rector en el desarrollo cultu-

ral de nuestra sociedad y ha dejado en las manos del mercado las directrices de este desarrollo” (2007: 100).

Los medios comerciales también han presionado al Estado para imponer sus reglas y normas con el fin de que este los beneficie jurídicamente.⁹ Salvo excepciones, el Estado mexicano, desde la década de los ochenta, ha fortalecido aún más al poder de los medios comerciales con mecanismos jurídicos, políticos, además del respaldo de los gobiernos en turno para fungir como los principales canales de comunicación con la sociedad.

Con este apoyo, estos medios desprestigiaron a actores políticos que no favorecían su proyecto económico. Varios ejemplos existen al respecto: las campañas negativas orquestadas por el Estado y difundidas por el duopolio mediático (TV Azteca y Televisa) en contra de Cuauhtémoc Cárdenas en 1999 (Fernández, 2002), o aquellas en contra de Andrés Manuel López Obrador, que se intensificaron en 2005 con el fin de detener sus intenciones para contender por la presidencia de la república en 2006 (Esteinou, 2006a).

En 2000 México experimentó la alternancia en el poder federal después de la década de los ochenta. Vicente Fox, representante del Partido Acción Nacional (PAN), se convirtió en el primer presidente de un partido distinto al PRI. Amplios sectores de la población en México confiaron en el cambio de poder y eligieron al PAN para representar al Estado mexicano; tenían grandes expectativas de cambio político que dieran lugar al fortalecimiento de la democracia (Preston y Dillon, 2004: 17-31).

Particularmente, algunos de estos grupos esperaban transformaciones jurídicas y políticas de las instituciones relacionadas con los medios de comunicación. Sin embargo, el gobierno pasó por alto la creación de una política de comunicación social, la cual pudo haber dado lugar a la inclusión de más ciudadanos en los medios de comunicación, sobre todo

9 Véase el capítulo III.

en aquellos estatales, es decir, una política que pudo haber tenido un fuerte impacto en la democratización del espacio público al abrir el flujo de información y otorgar autonomía a los sistemas de radiodifusión estatales. Por ello era imperante la puesta en marcha de una política de comunicación que regulara un sistema de radiodifusión más equitativo. Por el contrario, el gobierno de Fox desestimó un proyecto que sentaría las bases de un modelo de comunicación pública que interviniera en la transformación del sistema político mexicano.

Al explicar esta etapa, Esteinou comenta:

El proceso político de transición pacífica a la democracia que eligió seguir la sociedad mexicana a partir del 2 de julio de 2000 no ha construido en el espacio público mediático nuevas zonas básicas de participación social para que otras fracciones ciudadanas puedan participar colectivamente, vía los medios de información. Contrariamente a lo expresado en la oratoria y en los discursos oficiales, el nuevo gobierno del cambio continúa manteniendo la vieja estructura comunicativa del antiguo gobierno, pero maquillada con nuevos colores, barnices y sabores blanquiazules que no han creado las bases para construir un nuevo modelo de comunicación nacional para la creación de ciudadanía o el fortalecimiento de la democracia, sino para reforzar el viejo modelo comunicativo (2005: 274).

De esta forma el modelo comercial se fue apoderando del espacio público y a través de los contenidos, salvo excepciones, se encargaron de decidir qué era lo público para los ciudadanos, es decir, cuáles fenómenos eran “comunes” y para “todos”.

En vez de fungir como canales de difusión nacional que *abrieran* la comunicación para los mexicanos, la restringieron a la participación de actores sociales pertenecientes a las cúpulas de poder. Para el resto de la población, la expresión de su voz fue limitada, generalmente a través de correos electrónicos o como actores referentes en los relatos de las

noticias o programas de “debate”; solo en ocasiones se hacía *visible* en momentos coyunturales, en casos de acciones criminales o catástrofes.

De lo anterior, Esteinou afirma:

En una idea, la problemática nacional no pasa sustantivamente por los medios electrónicos, lo cual ha provocado la existencia de un modelo de funcionamiento esquizofrénico entre lo que difunde e inculca la programación televisiva y las necesidades o realidades que viven cotidianamente los grupos mayoritarios de la sociedad mexicana. Así, se consolidó un esquema de comunicación altamente unilateral y concentrador, el cual permitió que solo un pequeño grupo exprese a la mayoría sus puntos de vista y su visión del mundo, y el resto de los grupos mayoritarios se subordine a su visión e intereses. En este sentido, dichos espacios mediáticos de participación han funcionado más como herramientas de control político y de legitimación del viejo Estado, y no como espacios para la creación y fortalecimiento de la democracia y la civilidad nacional (2005: 274).

En lo que va del siglo XXI, el Estado mexicano ha ampliado sobremanera la discusión de los verdaderos asuntos públicos en el modelo comercial de radiodifusión; en él se le comunica a la sociedad el rumbo de las acciones políticas y económicas del Estado. Un ejemplo de ello fueron las declaraciones cotidianas de los políticos en los noticiarios de medios comerciales con mayor *rating* o el segundo informe de gobierno del presidente Felipe Calderón, en 2008, donde las cámaras y grabadoras del duopolio mediático (Televisa y TV Azteca) estaban en primera fila.

En esta relación simbiótica entre el Estado y los medios comerciales pululan los intercambios de favores y se promocionan las acciones de gobierno y empresariales, aunque a veces se descontextualice o esconda la información. En complicidad con los gobernantes, el modelo de medios privados en México se ha podido constituir como un poder fáctico.¹⁰

10 El término se usa para nombrar a aquel poder que, sin tener mandato constitucional, condiciona las acciones políticas del Estado mexicano; se desarrolla en complicidad

Esto ha propiciado la concentración del debate del espacio público en los medios comerciales, lo cual ha ido en detrimento del beneficio de la sociedad en general porque, al ampliar las dimensiones de la comunicación en el modelo comercial, el Estado debilita otros canales de información pública, como la radiodifusión estatal o la comunicación pública comunitaria.

Esteinou explica que el espacio público se ha transformado radicalmente en las últimas décadas por causa de los medios de información, sobre todo los electrónicos, lo cual ha fungido como el eje ideológico del Estado mexicano:

La expansión de esta realidad mediática modificó la organización, el funcionamiento y las fronteras del Estado mexicano y de la cultura nacional creando un nuevo tejido mediático en la esfera del poder que generó al Estado mexicano ampliado [...] El espacio público se convirtió en una nueva franja de interacción social donde se produjeron fenómenos de ampliación y extensión de las personas, los grupos, las instituciones y el Estado [...] Esta realidad produjo una gran mutación al interior de la estructura y dinámica del Estado, pues las tareas de construcción, dirección y cohesión ideológica que realiza, entraron en una nueva fase de extensión geométrica que dio origen a una nueva faceta del poder: el Moderno Estado Ampliado (2005: 267).

Uno de los problemas fundamentales de esta nueva faceta es que la expansión mediática privada limita la construcción de la *sociedad civil*. Los medios comerciales en México han demostrado que el debate que emprenden no es abierto ni común para todos; tampoco es autónomo y solo le dan visibilidad a los grupos sociales que ellos deciden y conforme ellos deciden.

con las autoridades, y sus organizaciones están estrechamente ligadas con los monopolios públicos y privados. El duopolio mediático y el narcotráfico son ejemplos de poderes fácticos en México. Véase el artículo de Fátima Fernández (2007).

Si bien hay excepciones en algunas radiodifusoras del país, que logran crear esferas de comunicación y ayudan a dar visibilidad y reconocimiento a grupos de la sociedad civil en el espacio público nacional, esto se debe a la historia particular de cada una de las emisoras, a la voluntad de sus realizadores y a su relación con la audiencia. Estudiaremos más adelante cuál es la contribución de Radio Educación al ampliar la discusión en el espacio público durante el sexenio del presidente Fox.

Los medios de comunicación son especialmente importantes para el fortalecimiento de la sociedad civil en México y América Latina, ya que pueden contribuir a su organización. En esta última existen condiciones históricas similares que no han permitido su fortalecimiento; por ejemplo, la pobreza extrema, la desigualdad social y la poca capacidad para integrarse por parte de los ciudadanos. Para su organización se necesitan métodos, estrategias, creatividad e intuición, además de capital cultural para facilitar redes sociales con otros actores políticos.

Gran parte de sus comunidades no cuentan con la cultura necesaria que proviene del ámbito privado (familia, escuela, trabajo). Tampoco existe una cultura de lo público para generar una conciencia de sus derechos civiles, reproducir los deseos para una mejor calidad de vida, aprender a argumentar y a deliberar para forjar acuerdos con otros actores políticos, es decir, practicar la organización para generar el cambio social, sobre todo para aprender a tomar decisiones y manejar las tensiones naturales que se producen con el Estado a través de la sociedad civil.

Patricia Ortega, al explicar el porqué del estatus de la sociedad civil en América Latina y su tensión con el Estado, encuentra la respuesta en el intervencionismo estatal:

En los países donde la sociedad civil ha sido más débil, menos organizada, política y socialmente más atrasada, el Estado ha tenido mayor injerencia e influencia en el espacio público. En muchas naciones de América Latina, por ejemplo, el intervencionismo estatal ha propiciado

mayor dependencia de la sociedad respecto del Estado. Esto ocurre sobre todo cuando la organización social ha sido propiciada y dirigida desde el Estado y no desde la sociedad civil misma. Ese intervencionismo estatal no se ha constituido en un Estado social fuerte, por el contrario, se ha tratado de un Estado frágil mediado por la corrupción y la ilegalidad (2006: 28).

En el plano ideal, la sociedad civil participa en el espacio público. No se puede hablar de espacio público democrático sin tenerla en cuenta. Ante la debilidad de los partidos políticos, es la forma organizada de representación ciudadana ante el Estado.

El mismo Habermas afirma que “el núcleo de la sociedad civil es una forma asociativa que institucionaliza discursos en torno a la resolución de los problemas sobre cuestiones de interés general dentro del marco de una esfera pública organizada” (Habermas, 1987, cit. en Rabotnikof, 1995: 49).

Es precisamente a través del discurso que se puede reflexionar sobre la vida pública, porque de esta forma la sociedad puede entender los problemas y pensar cómo solucionarlos organizadamente; es aquí en donde la sociedad adquiere un papel preponderante. Su reflexión y organización son elementos clave para la construcción democrática y para revitalizar al espacio público. Patricia Ortega dice que con esto la política se llena de contenidos simbólicos: “El Estado deja de ser la institución que monopoliza a lo político y cede el espacio público a lo social” (2007: 39).

Entre más activa sea su participación en el espacio público, este se verá más fortalecido. Además, vigoriza un ambiente de gobernabilidad y vida democrática de los países. Por lo tanto, es claro que primero los ciudadanos tienen que decidir si quieren generar iniciativas para organizarse en sociedad civil, y una vez constituida, impulsar cambios sociales.

La sociedad civil puede contribuir a revitalizar el espacio público estableciendo vínculos más equitativos con los medios de comunica-

ción a través de la práctica de la lógica racional del diálogo entre el Estado y los diferentes grupos de la sociedad. Además, es un camino más para fortalecer los derechos civiles y políticos –condiciones mínimas para que exista la ciudadanía–. Pero más allá, es una manera de contrarrestar las disparidades económicas y sociales que ha impulsado el capital global a través de la lógica del libre mercado.

Finalmente, los cuatro conceptos (espacio público, neoliberalismo, Estado y sociedad civil) estudiados en este capítulo nos sirven como herramienta y reflexiones teórico-conceptuales para identificar y situar en los capítulos siguientes el contexto en el que se desarrolla la construcción del servicio público de la radio en México.

II. LA NOCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO DE RADIO EN EL NEOLIBERALISMO

EL DEBATE INTERNACIONAL SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO DE LA RADIO

ESTE DEBATE ES DIFERENTE EN CADA PAÍS. Aquí abordaremos las experiencias de investigadores de Europa, Norteamérica y América Latina, quienes se han preocupado por hacer una crítica a la noción de servicio público. Este ejercicio analítico permite establecer, a grandes rasgos, los principales ejes que constituyen la discusión internacional de este en el siglo XXI y sus diferencias y coincidencias en diversas partes del mundo.

Cualquier servicio público (educación, vivienda, cultura, salud, etc.), hoy día se circunscribe en las sociedades contemporáneas como un servicio que brinda el Estado con el fin de garantizar el bienestar de la sociedad. Es a través de estos que el Estado amplía sus funciones y garantiza a los ciudadanos una mejor calidad de vida, lo que permite impulsar el desarrollo social.

El servicio público de radio es tan importante como los demás, y que garantiza el Estado porque, entre otras cosas, contribuye a fortalecer la identidad nacional, la participación de los ciudadanos en el debate público y la libertad de expresión. En el Reino Unido y en el norte de Europa adquiere importancia a finales de la década de los veinte, y en la de los treinta en países de la mancomunidad británica (Canadá, Australia y Nueva Zelanda).

Aunque es un término que se acuña en el siglo pasado, sus fines están inspirados en los ideales de fraternidad, igualdad y libertad de la Revolución francesa del siglo XVIII –que se extrapolan en el siglo XX y que constituyen el cimiento en el que el Estado se basa para procurar el bienestar social.

Al respecto, Ortega afirma que:

La noción tradicional de servicio público tiene su origen en el pensamiento jurídico francés, el cual tiende a considerar al servicio público como aquel que provee el Estado o una entidad autorizada por él. Históricamente, esta noción de servicio público se desarrolló en varios estados nacionales de Europa que, después de la Segunda Guerra Mundial, buscaron reforzar su identidad y su sentido de nación (2006: 201).

Después de la guerra, algunos países de Europa desarrollaron una economía más avanzada, que les otorgó condiciones para poder vivir en un sistema relativamente estable con gobiernos liberales democráticos. Esto contribuyó a que estos estados nacionales europeos impulsaran políticas con el fin de ampliar el bienestar de los ciudadanos. La expansión de los sistemas de servicio público de salud, educación y cultura fueron ejemplo del progreso social.

Estas circunstancias económicas y políticas permitieron que los Estados del centro y norte de Europa consolidaran la expansión de los sistemas de medios públicos.

Pierre Albert y Andre-Jean Tudesq mencionan que: “La radio conoció un rápido desarrollo en Europa del norte: en Dinamarca, el país europeo mejor equipado en receptores; y en Noruega y en Suecia el número de aparatos se incrementó de 427 000 en 1930 a un millón 226 mil, a fines de 1938” (1982: 58).

Después de la Segunda Guerra Mundial, el Estado jugó un papel muy importante en los países de Europa occidental como precursor para generar un “espacio estatal homogéneo”. Por un lado [señala Enrique Bustamante] “permitió la expansión y universalización el servicio” y, por otro lado, sostuvo una “producción sistemática de programas que hizo atractivo el nuevo medio y suscitó una compra masiva de receptores a precios baratos” (Bustamante 2006: 52-53).

Dichos estados nacionales se dieron cuenta de la influencia de la radio (y después de la tv) de servicio público y de cómo el difundir el debate político y la información nacional contribuían a popularizar el medio entre los ciudadanos. Desarrollaron la radio como modelo de servicio público para atender temas de interés para todas las edades y gustos y fortalecer la unidad e identidad nacional, contribuir al desarrollo cultural y democrático de las naciones, y como sostén de la libertad de expresión. Esto permitió que el modelo de radio pública fuera hegemónico durante varias décadas.

La perspectiva de la información intentaba ser plural tanto en el plano político como en el cultural. Según Albert y Tudesq, “el papel cultural de la radio está subrayado, sobre todo, en Europa; más de la mitad de los programas generalmente está consagrada a la música (conciertos y artes líricas); las emisiones literarias e históricas intentan difundir el patrimonio cultural...” (1982: 42).

Los modelos de radiodifusión pública en estos países adquirieron características particulares en cuanto a su relación con el Estado y la sociedad; contenidos y lenguaje, paulatinamente lograron legitimidad en diferentes sectores de la sociedad en la mitad del siglo xx. La mayoría de los estados nacionales europeos promulgaron leyes y decretos para desarrollar estos medios, lo cual fue base esencial para que las radiodifusoras y las televisoras obtuvieran autonomía política de los intereses políticos y económicos de los gobiernos. Para Ortega: “La diferencia principal entre unos [sistemas] y otros ha estado en la autonomía que en algunos casos han logrado las televisoras y las [radios] respecto del poder político o, por el contrario, los casos en los que los gobiernos han ejercido un fuerte control sobre estos medios” (2006: 54).

La mayoría de sus sistemas crearon el canon como la principal forma de financiamiento; es decir, “el pago, por parte de los usuarios, de un impuesto anual que equivale a un abono al servicio recibido” (Albert y Tudesq, 1982: 110). Algunas de las características de la radiodifusión pública después de la guerra, especialmente en la BBC, fueron su res-

ponsabilidad cultural y su preocupación por expandir el servicio para atender a las mayorías y minorías sociales.

Entre las décadas de los cincuenta y los setenta los estados nacionales europeos tuvieron un interés especial en que las industrias culturales –y particularmente la radio– contribuyeran al acercamiento de los pueblos de Europa; así, apoyaron la radio de Estado,¹ aunque su desarrollo fue distinto. En algunos gobiernos, por ejemplo, como el francés, se cometieron excesos en el control de estos medios e hicieron que perdieran cierta legitimidad ante la sociedad. Albert y Tudesq explican que esto se debió a que “en los países donde el pluripartidismo o la inestabilidad hacen difícil el consenso político, el equilibrio es más complicado de encontrar o mantener: los gobiernos están más inclinados a ejercer presiones sobre los medios audiovisuales” (1982: 113).

En los países socialistas la situación fue un tanto diferente: la radio fue “un instrumento privilegiado de propaganda estrechamente ligado al partido comunista” (1982: 81).

En otras naciones del mundo, como en Estados Unidos, la radiodifusión, salvo excepciones, nació privada y sirvió como un instrumento de entretenimiento, propaganda y orientación al consumo (DeFleur, 1989).

Esta situación cambió a finales de la década de los setenta. Los Estados-nación que habían apoyado el desarrollo de radiodifusión de servicio público entraron en una larga recesión económica. Sus energías viraron y entonces atacaron los movimientos sindicales y aplicaron políticas para alejarse de la intervención del Estado en la economía que había prevalecido en el periodo de la posguerra.

1 ¿Qué es una radio de Estado? Es un sistema público de radiodifusión, regulado jurídica y económicamente por el Estado. Es un modelo de radio que difunde su proyecto de nación, promueve la identidad nacional y abre un canal de discusión con los ciudadanos. A diferencia de los medios de gobierno, los medios de Estado se deben a los ciudadanos y no a los intereses propagandísticos del gobierno en turno. Sus políticas deben tener una continuidad y no ser olvidadas por la subsiguiente administración. El Estado busca en la radio objetivos concretos, educativos o culturales, entre otros.

Asimismo, hubo discrepancias entre autores sobre las causas del largo declive económico en las naciones capitalistas occidentales. David Hesmondhalgh ha estudiado el papel del Estado y los efectos de la crisis económica en la sociedad durante este periodo, y explica algunas de sus características:

Los gobiernos utilizaron gran porción del gasto público para sostener el crecimiento económico. Las negociaciones entre los gobiernos y empleadores no fueron suficientes para mantener los niveles salariales. En 1979, las economías de los países occidentales hicieron permanentes estrategias antiinflacionarias que habían puesto en marcha entre 1974 y 1975. Los recortes en el gasto público y la desregulación llevados a cabo por gobiernos elegidos democráticamente fueron promovidos de medidas emergentes a política permanente (Hesmondhalgh, 2008: 85-86).

Con estas medidas se imponía el neoliberalismo que, en palabras de Hesmondhalgh:

Sustentaba que las necesidades humanas eran mejor servidas por un libre mercado desregulado.

El pensamiento neoliberal tomó formas extremas en el Reino Unido y Estados Unidos en 1979 y 1980, respectivamente. Los gobiernos conservadores de derecha fueron reelectos en 1983 (Margaret Thatcher) y 1984 (Ronald Reagan) a pesar de la creciente desigualdad social y alto desempleo; particularmente porque una minoría influyente en la política y economía se veía beneficiada por estas políticas. Asimismo, porque los grupos de izquierda y sindicatos en Estados Unidos y el Reino Unido, los cuales tradicionalmente habían sido más liberales, se encontraban desorganizados [...] Las industrias culturales jugaron un papel importante en legitimar las estrategias económicas y políticas de estos gobiernos al estereotipar los fracasos de las organizaciones sindicales...

El dogma del neoliberalismo se expandió hasta países como Nueva Zelanda (1984) y la mayoría de los países capitalistas a finales de la década de los ochenta. Cuando el comunismo estalinista se derrumbó en la Europa del Este, los Estados optaron por el modelo político neoliberal en vez de la social democracia...

El cambio de políticas económicas impactó directamente a las instituciones sociales, en particular a las industrias culturales y su función en las sociedades contemporáneas (2008: 86).

El impacto se hizo evidente. Patricia Ortega señala, uno: "... porque habían sido pieza 'fundamental' en la concepción de un modelo social de comunicación que había tenido muchas bondades en lo cultural, educativo e informativo". Y dos, porque, debido a las crisis económicas, hubo:

Pérdida de legitimación social, burocratización, marginación, sectorización y elitismo. Estas situaciones, en menor o mayor medida, se han agudizado con la expansión comercial de los medios audiovisuales y más aún en los últimos años con el acelerado cambio tecnológico y la liberación de los mercados mundiales (2006: 54-55).

La mayoría de estos Estados consideraron que ceder la industria audiovisual al sector privado atraería más pluralidad y diversidad en los contenidos porque, entre mayor oferta audiovisual hubiera, se podría atender las diferentes necesidades de grupos sociales en ascenso, como los migrantes. De acuerdo con Bustamante:

La radiotelevisión privada nació regulada como "servicio público" indirecto en muchos países y sujeto también a estrictos controles de autoridades audiovisuales que, a su vez, fueron consiguiendo a veces penosamente su autonomía del poder político como de los intereses comerciales. Es decir, que la desregulación hacia el mercado no fue tampoco homogénea, sino que se reveló más salvaje y desorganizada allá en donde las

tradiciones políticas habían conformado servicios públicos más dependientes, débiles e inestables (2008: 188).

Esta situación se pudo ver más en el centro y este de Europa, mientras que en la década de los ochenta el norte se abrió a la radiodifusión privada de manera más controlada.

Ante el cuestionamiento social: pérdida de legitimidad de los medios de servicio público y la expansión del mercado audiovisual privado, los Estados socialdemócratas europeos se dieron cuenta de la cada vez menor incidencia de los medios de radiodifusión pública en el espacio público y, por lo tanto, era necesario aplicar nuevas políticas para fortalecer la pluralidad, la autonomía y la diversidad de sus sistemas de radiodifusión en el contexto del mercado y la competencia.

En este escenario, para Bustamante:

Los cambios de la radiotelevisión pública [en Europa] no pueden ser concebidos sin la regulación de la privada, sus reformas sin el comportamiento de los competidores privados –por el presupuesto de dinero o de tiempo de los espectadores–, sus estrategias o tácticas frente al nuevo mundo digital sin los correlativos movimientos de los actores de mercado. Y, consecuentemente con ambos aspectos, marcha la creación de autoridades reguladoras, su estructura, su grado de independencia o sus competencias efectivas: control de las misiones del servicio público, concesión de licencias privadas, capacidad de regulación y sanción... (2008: 186).

Otros Estados en el mundo, como Estados Unidos, donde el mercado audiovisual privado estaba ampliamente expandido y el modelo público era aún reciente, enfrentaron esta problemática de distinta manera, pues optaron por el modelo de *Public Utility* (utilidad pública) en las décadas de los setenta y ochenta. De acuerdo con Bustamante, al modelo estadounidense le “separa del modelo europeo su convicción perma-

nente en la bondad y supremacía del libre mercado para gestionar el interés común y la subsidiariedad por ello del Estado en una mera función de arbitraje” (Bustamante, 2008: 186).

Podemos afirmar que la tendencia a la privatización del servicio público de radiodifusión en la mayoría de los países occidentales condujo a los sistemas de radiodifusión pública a discutir otros asuntos alrededor de lo público. Por ejemplo, ¿qué son el bien común y los asuntos de interés general en sociedades interculturales? Las respuestas han variado de acuerdo con las experiencias particulares y los contextos sociopolíticos de cada país occidental.

Al respecto, Bustamante (2008: 189) afirma que las entidades públicas radiotelevisivas dieron, entre países vecinos, respuestas a preocupaciones sobre disyuntivas entre ponderar el *rating* o la calidad de la programación, o a preguntas sobre los objetivos y la función social de un medio que subsistía con el financiamiento del erario.

Estos cuestionamientos motivaron a estudiosos del tema a discutir el concepto de servicio público en la radiodifusión (Blumler, 1991 y Peacock, 1986). En un plano conceptual, este estaba intrínsecamente ligado con los de interés público y el bien público. Hay diferentes definiciones al respecto. En este trabajo nos interesan las propuestas por Denis McQuail (1998) y Alejandro Serrano (2006); ambos autores plantean los conceptos desde la perspectiva del Estado.

El servicio público es un término inherente al *interés público*, porque el primero busca ser un servicio de “amplia disponibilidad” (McQuail, 1998: 27), de interés común a toda la sociedad, abierto y universal, autónomo y libre en su información. Esta definición no solo tiene en cuenta a los medios tradicionales, sino también a las plataformas tecnológicas de telecomunicaciones. Para McQuail, “cubre gran parte de la actividad de bibliotecas públicas, exposiciones, de la industria de la publicidad y el *marketing*. En otras palabras, es un concepto muy amplio cuya referencia está en constante expansión” (1998: 27).

Interés público, según McQuail, se utiliza para designar:

El complejo de los supuestos beneficios informacionales, culturales y sociales para la sociedad en general, que van más allá de los intereses inmediatos, particulares e individuales de los que participan en la comunicación pública, sea como emisores o como receptores...

En ocasiones, el concepto de interés público connota una forma particular de organización mediática, la de “emisión de servicio público” y se invoca en defensa de ese sistema. En realidad, hay cierta superposición entre la noción del interés público en la comunicación y la emisión de servicio público, porque la segunda suele definirse con arreglo a los beneficios que supuestamente presta a la sociedad: cobertura universal y apelación a un amplio espectro de audiencia; servicios a regiones y minorías; atención al interés, la identidad y la cultura nacionales; servicios informativos y educativos más allá de los requerimientos del mercado (1998: 27-28).

Para Serrano, *servicio público* “es aquel orientado a la satisfacción de necesidades de la sociedad, surgidas con relación al bien público y al *interés público* y cuya responsabilidad de prestación, corresponde principalmente al Estado” (2006: 3). Y *Bien público* “es aquel que concierne a la colectividad, o que por los valores que encarna tiene una naturaleza universal, con independencia del número de personas que cubra, o que puedan verse afectadas por la trasgresión a dichos valores” (2006: 3).

La naturaleza del servicio público está vinculada intrínsecamente al Estado, porque es la entidad que lo garantiza y establece la relación normativa. Empero no se limita ahí, sino en el cumplimiento de sus funciones y en la voluntad de la sociedad para que estas se lleven a cabo. Asimismo, en la participación de la ciudadanía en la definición de sus valores y objetivos (Serrano, 2006). Es decir, en la medida en que el servicio público amplíe las posibilidades del espacio público y oriente satisfacciones de necesidades sociales de la población potencializa sus alcances como un bien social.

La preocupación por discutir la idea de servicio público no solo se ubica en el plano teórico. También se relaciona con factores como las transformaciones económicas y políticas que han causado la disminución de la participación del Estado en los asuntos públicos; o bien, la dinámica del mercado y su impacto ideológico en los asuntos públicos, que han influido decisivamente en la transformación de dicho servicio.

Además de estos factores, ante la tendencia de expansión del mercado y la privatización de los medios de comunicación en el cambio de siglo, varios sectores sociales se preguntan cuál debía ser el papel del Estado para garantizar el servicio público frente a las condiciones que impone el neoliberalismo. Condiciones que ya se han señalado: la competencia que enfrentaban los sistemas de radiodifusión pública ante la desregulación y el amplio desarrollo del sector audiovisual privado; los problemas financieros y políticos de los sistemas de radiodifusión pública para transitar al mundo digital o para poner en marcha estrategias de programación creativas e innovadoras que atendieran a minorías y mayorías sociales. Dadas las condiciones que imponía el neoliberalismo en la primera década de este siglo, Bustamante explicaba que los medios públicos se enfrentaban a las siguientes condiciones:

1. La presión de las autoridades para minimizar la aportación pública, pasando para ello [en el caso de países ibéricos] por el encargo de informes a consultoras de mercado de nula sensibilidad por el servicio público, como Boston Consulting Group [...] y Deloitte (antigua Andersen Consulting en España...) cuyos diagnósticos economicistas han sustentado reducciones drásticas de personal que, en el caso español, han llegado a suponer la prejubilación masiva del personal de más de 50 años, buena parte de la savia creativa de la radiotelevisión pública (2008: 191).
2. La concentración en grandes grupos y su imperiosa necesidad de altas tasas de beneficios para remunerar a los capitales extranjeros impulsan a una explotación intensiva y acelerada de los productos

y servicios culturales y comunicativos, centrada en pocas fórmulas testadas de éxito que configuran una cultura clónica que empobrece cada vez más el pluralismo cultural. Y cómo esa dinámica va deteriorando en paralelo la ecología insustituible de la creatividad cultural, acabando con la estrategia de catálogo [...] ahogando a las culturas minoritarias, a las creaciones más vanguardistas, acabando, en fin, con las canteras tradicionales de innovación... (p. 192).

En el debate internacional de principios de siglo, uno de los actores que reclamaba la importancia del papel del Estado para fortalecer la radiodifusión pública era la propia UNESCO. Este organismo mundial defendió al servicio público (de radiodifusión) como un medio para promover: “La libertad de expresión para todos los ciudadanos y la existencia de medios pluralistas, independientes y libres; y por la otra, en su vocación a favor de la educación, la ciencia y la cultura como medios para alcanzar la paz, objetivo final de la organización” (Serrano, 2006: v).

La UNESCO hizo hincapié en que, para lograr dichos objetivos, los ciudadanos debían participar en los servicios de radiodifusión y definir sus objetivos y sus valores, y no solo dejar que sean propuestos por los gobiernos y el mercado. Porque la radiodifusión de servicio público era un bien de interés social. Además, la ciudadanía es la que “da contenido a la función política y al servicio público y que participa activamente, a través de las instituciones y mecanismos políticos y jurídicos establecidos o por establecerse, en la construcción de su sociedad y la satisfacción de sus intereses” (Serrano, 2006: vii).

Concretamente, se pusieron en la mesa tres temas fundamentales que ponían en debate lo público y la esencia del servicio público de radiodifusión. Estos eran: 1) la autonomía de los medios públicos respecto al gobierno y al Estado; 2) el pluralismo como condición para que la radiodifusión respondiera a la participación de mayorías y minorías sociales; 3) el hecho de que “a los medios de comunicación pública les

“corresponde asumir los grandes temas de las sociedades contemporáneas, como la justicia, la paz, los derechos humanos, la convivencia” (Serrano, 2006: x).

En un contexto económico y político mundial, donde la tendencia había sido disminuir la presencia del Estado en los asuntos públicos, las acciones emprendidas por organismos como la UNESCO fueron importantes en dos vertientes: en primer lugar, al poner en discusión en la agenda internacional la necesidad de fortalecer el servicio público de radiodifusión como un medio para ampliar el desarrollo democrático. En segundo lugar, para presionar a los gobiernos, entre ellos a los latinoamericanos, para que pusieran en marcha políticas y marcos jurídicos que garantizaran las condiciones que desarrollaran el servicio público.

La discusión sobre el servicio público continuó ampliándose hacia otros sectores como el académico. A pesar de que cada vez cobraba mayor interés, la explicación de este concepto era aún escasa. Incluso autores como Peter Lewis (1993), entre otros, habían estudiado el tema de la radio pública y abocado al estudio del desarrollo de su estructura, pero poco se habían preguntado en sus escritos lo que era el servicio público.

Académicos como Enrique Bustamante (2000, 2001 y 2008), David Hesmondhalgh (2008) y Hallin y Mancini (2004) habían identificado las transformaciones del servicio público en el seno del capitalismo global, y enfocaron sus observaciones en Europa occidental. Gaëtan Tremblay (1988) había articulado la noción de servicio público a partir de la experiencia francesa y norteamericana. Valerio Fuenzalida (2000 y 2002) aportaba una visión muy fresca sobre América Latina a partir de sus más de 30 años de experiencia laborando en la televisión pública y como investigador. Finalmente, ya en México, Patricia Ortega (2005 y 2006) trabajó a fondo el concepto en la televisión pública y precisó sus características, mismas que trasladamos al servicio público de radio en México. De las propuestas de estos autores, en este trabajo se retomaron categorías de análisis para elaborar un concepto propio.

EL DEBATE INGLÉS

A la entrada de este siglo XXI, la BBC era un ejemplo del modelo de servicio público para el mundo, porque había demostrado ser una radio y una televisión públicas que habían contribuido a ampliar la discusión en la vida pública y a fortalecer su identidad nacional.

Para Patricia Ortega:

La BBC ha logrado constituirse en un referente significativo en la cultura británica y ha ganado una importante presencia social. Pero además ha desarrollado una amplia infraestructura no solo para la producción audiovisual, sino también en otras áreas de la industria cultural como la producción editorial y en la venta de servicios y productos audiovisuales, lo que le ha permitido una expansión no solo regional y nacional, sino también internacional (2007: 65).

La estructura de la BBC surgió relacionada con la idea de bienestar social. Es decir, un Estado que garantizara el derecho a la subsistencia, al trabajo y al derecho a la protección social (educación, cultura, deporte, medios de comunicación) para el desarrollo económico y social del país, así como para contribuir a la equidad social.

En el Reino Unido, el Estado subvencionaba a la BBC vía el canon, impuesto que pagaban los contribuyentes por el derecho de tener un televisor.

Otra de las razones por las cuales la BBC se había convertido en un referente obligado para otros modelos en el mundo era su organización interna. La corporación estaba dirigida por un consejo de 12 gobernadores, el cual era designado por la Corona y asesorado por el gobierno. Los miembros provenían de distintos sectores profesionales y representaban a los grupos más importantes de la sociedad.

Esta característica era un mecanismo que contribuía a reforzar la autonomía en la organización y la pluralidad de voces en la toma de

decisiones. Los presidentes, vicepresidentes y gobernadores nacionales de Gales, Escocia e Irlanda del Norte, por ejemplo, eran representantes (Prail, 1993: 14). Algunas de las funciones de este consejo era escoger al presidente ejecutivo de la BBC, vigilar que las funciones de este organismo fueran las correctas. También, que el servicio fuera equilibrado y que los asuntos controversiales se trataran de manera imparcial.

Pero no solo ellos eran los únicos encargados de la programación, sino también los Consejos Nacionales de Radio y TV (National Broadcasting Councils) de Escocia, Gales e Irlanda del Norte, cuya función primordial era catalizar la política y el contenido de los programas nacionales y que estos estuvieran de acuerdo con la idiosincrasia de los diferentes públicos. La corporación contaba, al mismo tiempo, con un Consejo Asesor, el cual nombraba supervisores regionales y locales. Asimismo, la corporación podía denominar al comité que se encargara de asuntos específicos como religión y enseñanza (Prail, 1993).

En lo que a la radio se refiere, el modelo inglés había intentado cumplir con la universalidad del servicio a lo largo del territorio. La programación radial estaba dividida en nacional y local y manejaba el formato hablado: drama, música clásica, música popular y deportes. Para la primera década del siglo XXI, existían cinco redes: BBC Radio 1 FM, BBC Radio 2 FM, BBC Radio 3 FM, BBC Radio 4 FM y LW, además de BBC Radio 5 en vivo MW. Las primeras tres trasmitían una gran variedad de oferta musical. Radio 4 producía programas de noticias y asuntos públicos y otros géneros, como el drama y la comedia. Radio 5 era una red que presentaba noticias las 24 horas del día, deportes y programación hablada.

Además, había 39 estaciones locales que trasmitían música popular y boletines informativos. En la noche eran programas hablados, sintonizados, por lo general, por personas de mayor edad (Izurieta, 2000; Prail, 1993).

La radio de la BBC abrió sus puertas hace más de ochenta años, en 1926 y, paulatinamente, se fue ganando el reconocimiento de institución

mediática por excelencia, no solo nacional sino internacionalmente. Desde su inicio se edificó la estructura de una programación de servicio público respaldada por un marco jurídico y una relación con el Estado y la sociedad, que favorecieron su desarrollo como sistema de comunicación pública durante el siglo veinte.

A los pocos años de creada se convirtió en la arena pública en donde los problemas políticos del país y de la vida cotidiana se podían debatir. De acuerdo con Albert y Tudesq, “la campaña electoral de 1928 se había desarrollado en la radio, donde todos los líderes habían podido expresarse. Por primera vez la prensa inglesa reconocía la influencia directa de la radio en la vida política” (1982: 28).

Con el tiempo, el modelo de la BBC también se volvió un referente mediático para los Estados políticos occidentales, tanto para los llamados en desarrollo como para los emergentes. Prueba de ello fue que a los pocos años, en 1932, la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) inició sus transmisiones con un modelo inspirado en aquella. Décadas más tarde, en 1970, la radio pública en Estados Unidos apareció en el cuadrante, aunque considerando los aciertos de la programación de la BBC.

En su libro *Broadcast Over Britain* (1924), John Reith, primer director de la BBC, definió a la radiodifusión de servicio público a partir de cuatro elementos: “el rechazo del comercialismo, la extensión de la disponibilidad de los programas a toda la comunidad, el establecimiento de un control unificado sobre la difusión y el mantenimiento de criterios elevados” (cit. en Thompson, 1998: 281).

Desde entonces se integró el sentido de lo público al servicio público de radiodifusión, especialmente porque desde la definición se hacía mención a lo abierto, lo común y lo visible para todos los ciudadanos del Reino Unido. Además, quedó establecido *el no lucro* como característica de su funcionamiento.

Estas premisas constituyeron la esencia de la radio pública inglesa, corporación creada por Estatuto Real y cuya función la respaldan dos documentos constituyentes: el primero es:

El estatuto que confiere a la corporación su existencia jurídica establece sus objetivos y su constitución, y trata asuntos como los organismos asesores [...] El segundo es una licencia y convenio del ministro de Patrimonio (Heritage Secretary), el cual es una declaración de los términos y condiciones en las que se autorizan las emisiones (Prail, 1993: 14).

Paralelamente a su surgimiento en 1926, la BBC tuvo diferencias con cuatro instituciones políticas: los partidos políticos, la prensa, la Comisión de Ingeniería y el British Cultural Establishment, mismas que culminaron hasta 1939. La primera de estas tuvo que ver con la huelga general en 1926, comandada por el Partido Laborista, de la cual la BBC salió bien librada. Albert y Tudesq analizan este conflicto y explican que:

La huelga, que también abarcó los periódicos del 3 al 12 de mayo de 1926 en Inglaterra, permitió a la BBC manifestar su importancia y su independencia ante el gobierno; Reith se enfrentó con el ministro de Hacienda, Winston Churchill, quien quería utilizar la radio contra los huelguistas. El primer ministro [...] respetó la autonomía (1982: 28).

No obstante este conflicto, la BBC fue obteniendo gradualmente legitimidad en la sociedad inglesa y autonomía política respecto al gobierno, lo cual se reflejó en el aumento de número de escuchas. Para los mismos autores:

En 1930, ya había 3 millones de aparatos que pagaban impuestos y su número superaba los 9 millones en septiembre de 1939 [...] La BBC difundía emisiones de calidad, pero, a menudo, austeras [...] Sir John Reith, director general hasta junio de 1938, aseguró a la BBC su independencia ante el gobierno y los grupos de presión de cualquier clase (1982: 51).

Después de la década de los treinta, y varias décadas después, la radio expandió su audiencia nacional e internacional con base en una oferta

programática hecha por especialistas y ciudadanos, con contenidos de utilidad social para estos últimos. Por ejemplo, en la década de los cuarenta, además de los programas de música clásica, humor y radioteatro, también se fortaleció la programación informativa mediante el programa *Third o Home Service* (Albert y Tudesq, 1982: 74).

Los *Features* presentaban un tipo de emisión característica de la BBC muy apreciado, documental más que reportaje, que trata tanto la vida industrial o política como temas de derecho o historia. Las emisiones hacia el extranjero continuaron después de la guerra: servicios europeos o servicios de ultramar difunden en 21 lenguas, especialmente en el Commonwealth, América Latina y países árabes (Albert y Tudesq, 1982: 74).

En ese tiempo se fortaleció la autonomía de la corporación, se expandió la universalidad del servicio y la programación trató de ser más diversa mediante mecanismos como la creación de “un consejo consultivo que funcionaba desde 1946 en cada una de las regiones radiofónicas para la organización de programas regionales” (Albert y Tudesq, 1982: 74). Estos factores ayudaron a entablar una relación más estrecha con la sociedad y el Estado. Para Patricia Ortega, esto contribuyó

A que la cadena haya logrado constituirse en un modelo ejemplar de televisión pública y además en una empresa exitosa. En su legitimidad han tenido que ver no solo su relación con la sociedad y su permanente presencia en el gusto de la audiencia, sino también su autonomía respecto del poder político y económico (2006: 64).

En el caso de la radio de la BBC, la hegemonía y la consolidación duraron hasta la década de los setenta. De hecho, cuando la radio privada llegó en 1972, la BBC “conservó sus estructuras, a pesar de haber sido privada de su monopolio” (Albert y Tudesq, 1982: 135).

Sin embargo, la relación del Estado con la BBC cambió en esa misma década, debido a la transición europea hacia un nuevo orden mundial, la expansión del pensamiento neoliberal en el Reino Unido y el avance tecnológico y la diversificación social de la población. David Hesmondhalgh explica de qué manera impactó esta situación a la BBC:

El gobierno ultraconservador de derecha de Margaret Thatcher y los periódicos de su aliado político Rupert Murdoch lanzaron un ataque sobre la corporación de radiodifusión británica a principios de los ochenta. Thatcher designó a un economista de derecha para dirigir una auditoría de la radiodifusión (Peacock, Report, 1986). La resultante legislación, el Estatuto Real de 1990, sin embargo, fue menos radical en la comercialización de la radiodifusión pública que aquella temida por los defensores del servicio público. La BBC no fue privatizada; tampoco lo fue el Canal 4 [propuesto por previas administraciones laboristas (1974-1979) para servir a las minorías e introducido en los primeros años de Thatcher en 1982]. La BBC no fue, como muchos lo habían temido, forzada a incorporar publicidad. Esto se debió a razones económicas y no culturales [...] fuertes controles sobre la concentración y propiedad de los medios fueron debilitados por la ley de 1996 (2008: 123).

El Reino Unido dirigió su política hacia la privatización de las telecomunicaciones. El apoyo de Thatcher al mercado audiovisual privado impactó a la corporación, ya que ella consideraba a los medios públicos como un gasto innecesario para el Estado. La BBC, por su parte, tuvo que aceptar que el mercado exigía y ofrecía otros servicios.

El periodista Philip Gunson (1996) –corresponsal de la BBC durante la década de los ochenta– apunta que:

Thatcher no soportaba la crítica, trataba de intervenir, de censurar, aunque algunos de sus intentos fueron frenados gracias a las bases internas de la organización [...] Ella misma se encargó de colocar a los directi-

vos, con lo que consiguió que la crítica solo viniera de los mandos operativos”.

Durante el gobierno de Margaret Thatcher, la dirección de políticas de comunicación, de acuerdo con las reglas del mercado, inició su camino; comenzó a dar licencias a medios de comunicación privados sin considerar la baja calidad de sus producciones. El proyecto de Thatcher dirigió su filosofía hacia una concepción individual de la sociedad: “Defendió que el interés público solo podía consolidarse maximizando la capacidad de individuos para escoger, y que los gobiernos deberían buscar abandonar el control [del servicio público], mas no ejercitarlo” (Hendy, 2000: 24).

Un ejemplo de lo anterior fue el caso *Thames*:

En aquella ocasión la Televisora Thames produjo un documental acerca de tres miembros del Ejército Revolucionario Irlandés (IRA) en Gibraltar. El trabajo periodístico fue premiado y produjo un escándalo dentro de la opinión pública, a lo que el gobierno de Thatcher contestó con el retiro de su licencia a la televisora. El pretexto fue el nivel de calidad y su propuesta, pero la audiencia sabía el verdadero porqué. Sobre todo, cuando al llegar el nuevo canal notó la diferencia: una programación muy comercial sin mayor compromiso con el manejo de la información (Gunson, 1996).

Aunque el ejemplo anterior no tuvo efectos en la radio, describe la relación que estableció Thatcher entre el Estado con los sistemas de comunicación públicos.²

La política de los gobiernos de Thatcher y los que le siguieron se vio reflejada en la BBC. Cuando John Major llegó al poder –afirma Gunson–

2 Hubo también otros casos de censura. Para mayor información, consultar el trabajo de Martell (1997).

“encontró a una BBC menos fortalecida [...] Major confió demasiado en los *ratings*, lo que trajo como consecuencia menor calidad en las producciones y más interés en los formatos. La relativa pérdida de independencia fue, en parte, una de las características de la década de los noventa”.

Algo muy cierto que ha pasado en los últimos años es la lucha de las audiencias con el modelo comercial, lo cual ha repercutido en el punto de vista editorial y en la elaboración de productos con menor calidad. A veces, por ejemplo, se realizan producciones muy buenas que no son muy escuchadas. Entonces es cuando las políticas cambian y se idean documentales que sean más atractivos para la audiencia, empero, de menor lucidez. Lo peligroso es que el espacio para trabajos brillantes se ha ido reduciendo y, por si fuera poco, el apoyo hacia estos es menor (Gunson, 1996).

De acuerdo con John B. Thompson, en la década de los noventa los principios de la BBC eran muy diferentes a aquellos iniciados por Reith. La BBC no solo había crecido en cuanto a tamaño y producción, sino que también había perdido algo de su celo misionero, el cual se había moderado en parte por la ansiedad competitiva por el advenimiento de la TV comercial. No obstante la trayectoria de esta institución, Thompson observó que en la práctica existían defectos en cuanto al principio de la radiodifusión de servicio público, por lo menos en la forma originalmente elaborada por Reith, los cuales se veían reflejados en las siguientes premisas:

Concentración del poder en manos de una elite burocrática; la susceptibilidad de las instituciones difusoras ante el ejercicio del poder estatal y de la presión gubernamental; la dificultad para mantener el principio tradicional de difusión pública frente a las nuevas tecnologías de los medios” (1998: 371).

La BBC se encontró, durante el segundo mandato de Blair, como un sistema de radiodifusión cuestionado, tanto dentro como fuera del Reino Unido. Para los conservadores era demasiado liberal, para los laboristas, muy irrespetuosa con el gobierno.

Según Patricia Ortega:

Entre los grupos más conservadores ha sido cada vez más frecuente la opinión de que la BBC debería ser privatizada, así como también la expresión de otras posiciones para que el gobierno británico suprima las erogaciones que esta recibe por medio del canon. Tales grupos consideran que la empresa podría participar del mercado buscando su propio financiamiento por medio de la venta de publicidad y con el servicio pagado de televisión (2006: 67-68).

Durante la primera década de este siglo, la mayoría de los dueños de los medios comerciales pertenecía al sector crítico de la BBC. Para ellos, era –y lo es aún– una corporación que tenía demasiado presupuesto (5 251 millones de euros) y que propiciaba una competencia desleal.³ Sobre todo cuando obtenía la mayor parte de los ingresos de los aproximados 170 euros que los contribuyentes pagaban al año por familia, lo que sumaba aproximadamente 4 millones de euros al año. Esto le permitía pagar una nómina de 20 mil 550 empleados situados en diversas partes del mundo y seguir transmitiendo (hasta 2005) sin necesidad de recurrir a la publicidad y/o patrocinios. Con ello se atendía a 38.3% de audiencia (P. Ortega, 2006).

En décadas recientes, debido a las transformaciones en su estructura y su relación con el Estado, el *telos* del servicio público, que respondía a los fines de un Estado-nación, se había transformado en uno con menor autonomía política del gobierno. Con ello, la BBC tuvo que resolver problemas de legitimidad, no solo en el Reino Unido o Europa, sino

3 Cifras equivalentes a 2003 tomadas de Walter Oppenheimer (2005).

ante una vasta audiencia que escuchaba diariamente una programación en diversas partes del mundo a través del Servicio Mundial de la BBC (BBC World Service).

Otros hechos pusieron de relieve que la BBC había sufrido transformaciones en su organización.⁴ Estos hechos trajeron como consecuencia una reconfiguración del concepto de lo público, en donde el debate político disminuía y, por el contrario, los intereses privados de una economía de mercado se hacían cada vez más presentes.

En el debate académico también existían divergencias acerca de la práctica del servicio público en la BBC. En 2008, Bustamante consideraba que:

En la BBC se acredita la prolongación de una línea consecuente de revisiones del servicio público, sin grandes reformas legales, que buscan su consolidación y adaptación: desde el White Paper hasta la nueva Royal Charter de 2006, y la autonomización del control de la BBC respecto a su gestión (paso del Consejo de Gobernadores al BBC Trust). Sin embargo, en los últimos años es posible detectar también una línea de deterioro provocado del servicio público británico, incluyendo las maniobras y presiones del gobierno de Tony Blair, respaldadas por el desequilibrado informe de lord Hutton; y después las restricciones a la subida del canon, que no garantiza la indexación respecto a la inflación, con las consi-

4 Uno de ellos fue el caso Kelly: el 29 de enero del 2004, el director general de la BBC, Gregory Dyke, renunció un día después de la dimisión del Comité directivo de la misma red. La razón se debió a que el juez James Hutton investigó la muerte del David Kelly, cuyo cadáver fue hallado después de que él fuera identificado como la fuente de un reportaje de la BBC. La nota aseguraba que el gobierno del primer ministro Blair había exagerado un informe sobre el presunto arsenal de armas en Irak para justificar la invasión contra ese país [...] El magistrado dijo que el reportaje del periodista Andrew Gilligan era infundado. “Según Hutton, la dirección de la BBC no había verificado adecuadamente el reportaje de Gilligan y no investigó [...] las quejas del gobierno sobre ese informe” (www.bbmundo.com, 30 de enero de 2004). Sin embargo, tanto para ciudadanos como para algunos empleados de la BBC, el veredicto de Hutton fue leído como una presión proveniente del gobierno de Blair para evitar un escándalo internacional.

güentes rebajas de gastos de programación y el despido de 1 800 empleados (2008: 189).

Otros investigadores seguían defendiendo de manera vehemente a la BBC como un “espacio para una política racional y universalista ajena tanto a la economía como al Estado” (Keane, 1997). El inglés Nicholas Garnham era uno de ellos, insistía en que el mejor garante de tal política era el modelo de radiodifusión de servicio público, el cual estaba diseñado para mediar y hacer contrapeso al poder estatal y corporativo, lo que efectivamente lograría dado que no estaba constreñido por los imperativos de maximización ni del poder político ni de las ganancias.

A pesar de los cambios, para Garnham la radiodifusión pública era superior al mercado:

Como un recurso que proporciona a todos los ciudadanos, cualesquiera sea su situación económica o geográfica, un acceso igual a una amplia gama de entretenimientos, información y educación de alta calidad, y como un medio para garantizar que el objetivo del productor de la programación sea satisfacer a todo un mosaico de gustos diversos y no solo a aquellos que producen las mayores ganancias (cit. por Keane, 1997).

Los medios comerciales, para Keane, eran enemigos de la vida pública, “generan relaciones desiguales de poder entre las empresas dominantes y metropolitanas y las culturas e identidades subordinadas y periféricas” [relaciones a las que solo los medios de radiodifusión públicos pueden hacer contrapeso] “protegidos por fondos garantizados, provenientes de los impuestos” (Keane, 1997).

No obstante, a pesar de las diferencias de las posturas académicas y de los cuestionamientos sobre la legitimidad de los contenidos para ciertos sectores, la BBC seguía difundiendo un servicio informativo, cultural y de entretenimiento sólido para un gran número de escuchas

en varias partes del mundo, producto de un desarrollo político y social como corporación pública por más de tres cuartos de siglo.

Para Patricia Ortega, la BBC se había convertido en un "... representativo modelo de servicio público a pesar de los problemas que, como muchos otros de los medios públicos europeos, ha enfrentado debido al creciente dominio de los medios comerciales y al incremento de los costos de producción en una industria que evoluciona rápidamente" (2006: 66).

Ejemplos de muchos de sus logros, para finales de siglo xx, eran que la corporación producía más de 850 horas semanales, tenía 130 millones de radioescuchas y una programación en 42 idiomas. El Servicio Mundial de la BBC era la red internacional de radio más grande del mundo. En el Reino Unido la audiencia alcanzaba un poco más de 37 millones. En vez de financiarse como las demás redes de la BBC, por cuotas que los propietarios de los televisores pagaban al gobierno, el Servicio Mundial lo hacía a través de la Secretaría de Finanzas y la Mancomunidad Británica. El gobierno también decidía tanto las horas de difusión y los programas que se debían transmitir; sin embargo, la BBC dictaba la perspectiva editorial. Con sede en la Bush House, en Londres, este servicio producía noticieros y programas informativos, deportivos y dramáticos. Las instalaciones contaban con equipo digital, tecnología y recursos humanos necesarios para las producciones. Con esta estrategia de programación, la BBC hacía esfuerzos loables para que personas en diversas partes del mundo tuvieran acceso al servicio público.

A comienzos del siglo xxi, La BBC tuvo una adecuada planeación para hacer una transición a la tecnología digital. De hecho, se aprovechó esta coyuntura para realizar nuevas producciones internacionales, incluso con otras radios del mundo y, con ello, ampliar su programación a una audiencia más diversa, que atraía más pluralidad de pensamientos y se había adaptado a distintas formas de participación a través de la internet. En este proceso, el entrenamiento a los reporteros fue una cons-

tante, así como la incorporación de periodistas con perfiles muy específicos, los cuales podían narrar historias con el uso de la tecnología digital.

Los cambios en la organización pudieron hacer frente a la nueva relación con el Estado, la sociedad y el mercado, “esto ha llevado a la BBC a modificar ciertas estructuras y a buscar otras opciones, tanto de producción de una industria que evoluciona rápidamente” (P. Ortega, 2006: 66).

Ante la vasta competencia mediática internacional, al cambio de siglo, la BBC seguía contribuyendo a ampliar la discusión en la vida pública. Es cierto también que existía una audiencia consolidada y educada en el Reino Unido que demandaba información muy especializada que la BBC solo podía brindar, sobre todo por el despliegue de corresponsales que tenía en todo el mundo; se trataba de escuchas que valoraban la existencia de un sistema de comunicación pública en sus vidas cotidianas.

EL SERVICIO PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN EN EL NORTE Y CENTRO DE EUROPA

La transformación de la idea de servicio público de radio en la mayor parte de los países de Europa occidental dio lugar a diversos debates desde las últimas décadas del siglo xx.⁵ Una de sus razones fue por la preocupación de que los gobiernos políticos habían aminorado su presencia en la vida pública, debido a la recomposición de la estructura económica y social global dominada por los intereses del libre mercado. Estos cambios se habían reflejado en sus sistemas de radiodifusión pública, donde la discusión se centraba, entre otras cosas, en los siguientes cuestionamientos:

5 En esta sección solo hablaremos de los países de la antiguamente llamada Europa occidental, y que son donde se desarrolló la radiodifusión de servicio público.

¿Cómo lograr un acceso universal cuando las sociedades tienden a ser más desiguales? ¿Cómo producir contenidos plurales para naciones multiculturales? ¿Cómo hacer frente a los recortes de presupuesto en los sistemas de radiodifusión pública? Y quizá la más importante: ¿Cómo hacer contrapeso a la intromisión de los intereses privados en los asuntos de la vida pública? Este es un tema que aún, hasta nuestros días, se asoma cada vez más en el resto de Europa, incluso en el norte del continente donde el advenimiento de la radio comercial data apenas de las décadas de los ochenta y noventa.

Daniel C. Hallin y Paolo Mancini, en *Comparing Media Systems: Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics)*, señalan que el norte y centro de Europa, al igual que el Reino Unido, tienen un modelo de medios de comunicación similar, al cual denominan “Modelo corporativista democrático” (2004: 143).

Los dos autores atribuyen el devenir de este modelo a la radiodifusión pública y a los medios de comunicación en la región a diversos factores: 1) El establecimiento de la democracia parlamentaria y “la prensa como una institución social fuerte y desarrollada tempranamente” (p. 146). 2) El reconocimiento de la libertad de prensa en sus constituciones; en 1766, Suecia se convirtió en el primer país en reconocer este principio en su Constitución; Noruega en 1814; Dinamarca en 1848 (p. 147). 3) El desarrollo de las instituciones liberales y de la sociedad civil que ponían límites de poder al Estado (pp. 160 y 197).

A principios del siglo xx, los medios de comunicación en esas sociedades sirvieron como:

... instrumentos de discusión pública, de representación de los diferentes intereses sociales, políticos y económicos, los cuales debaten [*sic*] asuntos importantes, luchan por el consenso, y construyen un campo simbólico en el acuerdo posible [...] Los medios han reflejado tradicionalmente las divisiones y diversidad de la sociedad; incluso han funcionado [...] con

una coherencia institucional fuerte y una autonomía sustancial con respecto a otras instituciones (Hallin y Mancini, 2004: 196).

En el modelo corporativista democrático "... se tiende a enfatizar el deber del Estado para proveer condiciones de participación de todos los ciudadanos y todos los grupos en la vida social" (Hallin y Mancini, 2004: 161). El Estado tiene la responsabilidad de los medios masivos, los cuales son vistos como instituciones sociales para las cuales el Estado tiene una responsabilidad importante.

Primero, tiene la responsabilidad de garantizar formalmente [...] la libertad de expresión y la libertad de prensa por medio de una legislación [...] El Estado tiene la responsabilidad de crear y mantener un sistema de información que incluye a diversas voces" (Gustafsson, 1980; Hallin y Mancini, 2004: 160).

El papel del Estado en el desarrollo de la radiodifusión pública ha sido determinante en el norte y centro de Europa. La radiodifusión pública es un ejemplo de cómo la lógica del Estado de bienestar es aplicada a los medios, y es un modelo que ha estado ligado a la sociedad civil.

Hallin y Mancini coinciden en que:

La radiodifusión en estos países ha sido tratada [...] como una institución cuya influencia en la sociedad es muy buena como para que sea puesta a disposición de los intereses privados y que debe ser ejercida bajo la autoridad del Estado como un representante del interés general. Sus sistemas de radiodifusión pública han estado bien financiados y han sido relativamente "puros" en el sentido que las ganancias de la publicidad han constituido una pequeña parte del financiamiento. Ellos pusieron un énfasis [...] en el servicio público en oposición a las funciones del entretenimiento... (2004: 164).

Como ejemplo, hasta principios de este siglo Noruega era el único país que no tenía financiamiento comercial para la radiodifusión pública, mientras que Suecia contaba solo con un poco (Hallin y Mancini, 2004: 164-165).

En países como Dinamarca, Finlandia, Islandia, Suecia y Noruega, el Estado tuvo la capacidad de regular con mayor rigor la entrada del libre mercado en asuntos públicos, y trató de que los diferentes grupos sociales estuvieran representados en la programación. Incluso, en Noruega y Finlandia cuidaron el lenguaje a través de la radio como forma de identidad cultural, pues sus lenguas eran muy diferentes a las del resto de Europa (Aberg, 2005).

Alemania fue quizá el país de Europa central que pudo mantener un sistema de radiodifusión pública más estable hasta la primera década del siglo XXI, aunque fue pública hasta 1984, cuando inició un proceso de privatización incluso más tarde que otras economías poderosas.

En 1986, el sistema público de radiodifusión fue descentralizado. Sin embargo, en el Reino Unido y Francia el modelo comercial penetró con mayor fuerza que en Alemania.

Según Hesmondhalgh:

La resolución de la Corte Federal fue en parte el resultado de la campaña del Partido Socialdemócrata de Alemania...

Las leyes sobre la propiedad de medios fueron relativamente débiles, lo cual permitió establecer fuertes lazos entre la industria editorial y la radiodifusión (2008: 125).

La radiodifusión comercial tuvo un crecimiento importante en la unificación alemana en 1990. Este se debió, en parte, al apoyo del gobierno central para desarrollar el programa de cableado masivo durante la década de los ochenta (Hesmondhalgh, 2008). El modelo comercial se caracterizó por mostrar poco interés en los programas noticiosos y de asun-

tos públicos y por haber "... depositado su confianza en el entretenimiento superfluo y la cobertura de deportes" (2008: 125).

A diferencia de otros países, "la radiodifusión pública ha consolidado su posición sin copiar los formatos de las emisoras comerciales" (Williams, 2005; cit. en Hesmondhalgh, 2008: 125). Probablemente sus formatos no han marcado la misma tradición que la BBC, pero su independencia periodística respecto al gobierno y a la clase política ha sido buena hasta la fecha.

Autores como Hesmondhalgh y Williams coinciden en que "esta versión relativamente exitosa del *ethos* del servicio público/comercial es el resultado de la forma en la que la radiodifusión en Alemania occidental fue configurada con esfuerzos que utilizaron los medios como instrumentos de la democracia" (Hesmondhalgh, 2008: 125; Williams, 2005). Hay varias razones que explican estos logros:

1. *Organización interna.* Está subordinada a un Consejo de Radio y Televisión que tiene el objetivo de elegir al director y al Consejo de administración. En dicho Consejo están representados diversos grupos de la sociedad: partidos políticos, iglesias, sindicatos, organizaciones no gubernamentales, entre otros.
2. *Presupuesto destinado a los medios públicos.* En 2003, el Consejo gestionó el presupuesto anual de aproximadamente 8 023 millones de euros. La mayor parte de los ingresos proviene del canon pagado por los poseedores de radio y televisión, el cual asciende a 194 euros al año, lo que permite una menor dependencia de la subvención estatal directa (385 millones de euros) y de publicidad y patrocinios (267 millones de euros).
3. *Nivel de escolaridad de la audiencia.* La constancia en el buen funcionamiento del servicio alemán de radio no solo se debe a sus holgadas finanzas, sino a una audiencia de 40%,⁶ cuyo grado de

6 Cifras correspondientes a 2003, tomadas de José Comas (2005: 36).

escolaridad ha respaldado su preferencia por los medios públicos y no por los comerciales.⁷

Un caso distinto es el sistema de radiodifusión pública francés; de acuerdo con Hallin y Mancini (2004) este no pertenece necesariamente a un modelo corporativista democrático. En Francia, la intervención del Estado en la radiodifusión pública ha llegado incluso a crear un sistema dependiente política y financieramente del gobierno. Sobre este país, Patricia Ortega explica:

Durante años la radio y la televisión funcionaron supeditadas a una densa burocracia gubernamental. Ha sido larga la historia de debates y enfrentamientos políticos que han llevado a modificar constantemente el marco jurídico que oriente el funcionamiento de la radio y la televisión. Cada cambio en el poder político ha generado modificaciones en la organización, estructura y funciones de estos medios (2006: 75).

Hesmondhalgh, por su parte, considera que el Estado francés hizo enormes inversiones en las décadas de los sesenta y los setenta. Pero más tarde siguió la tendencia de comercialización de Europa occidental. “En los ochenta y principios de los noventa, Francia fue más radical en la comercialización de la radiodifusión que el Reino Unido, aun cuando había sido liderada por un presidente socialista, François Mitterrand, de 1981 a 1999” (2008: 124).

Para Albert y Tudesq, esta razón tiene que ver con que las “emisoras privadas tenían mayor capacidad de innovaciones y atraían más a los oyentes...” a través de la música (Albert y Tudesq, 1982: 57); asimismo, la publicidad de marca se había introducido como fuente de ingresos en el modelo francés varios años atrás.

7 Los alemanes, por obligación del Estado, estudian hasta los 18 años.

En 1982, después de varios debates, el sistema de radiodifusión se modificó en un sistema de servicio público bajo un regulador independiente, pero el cambio no fue suficiente para otorgar a la radiodifusión pública de fuerte autonomía. Desde la década de los noventa, la radiodifusión privada se fortaleció y se convirtió en una de las más comercializadas en toda Europa, pero con un servicio público marginalizado (Hesmondhalgh, 2008: 124).

En este siglo, las radiodifusoras públicas se encuentran más vulnerables ante la intensa penetración del mercado audiovisual y los constantes recortes presupuestales que hacen los gobiernos europeos a los sistemas públicos de radiodifusión. A pesar de la situación poco favorable para la radiodifusión de servicio público, en Francia, hasta 2003, las emisoras del sistema Radio France mantenían niveles altos de audiencia (39.5%). Sin embargo, esta situación ha ido cambiando paulatinamente, ya que los medios comerciales cada vez representan mayor competencia para los medios públicos (Hesmondhalgh, 2008). Esto crea una tensión dentro de los medios públicos, los cuales entran al juego por la audiencia desviándose de su objetivo como servicio público.

Al respecto, Patricia Ortega comenta:

Para algunos sectores de la sociedad francesa tal situación ha desvirtuado la función de servicio público a la que están obligadas estas emisoras, pues con el propósito de atraer a la audiencia han seguido los patrones de la programación de las empresas comerciales y con ello han marginado sus tareas de servicio (2006: 79).

Uno de los principales problemas en Francia es que los últimos gobiernos no han sido capaces de dar a Radio France autonomía política respecto del gobierno ni de diseñar un financiamiento adecuado que fortalezca a la radio pública. Esto se traduce en tensiones con los trabajadores y recortes presupuestales permanentes. En 2011, la radiotelevisión pública

dejó de percibir 1 200 millones de euros por concepto de publicidad (Lukor, 2011).

EL SERVICIO PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN EN ESPAÑA Y EUROPA DEL SUR

El debate sobre la relación entre el Estado, los sistemas de radiodifusión pública y la sociedad en el sur de Europa se ha intensificado hoy en día, y ha sido distinto en cada país. Según Hallin y Mancini, esta región “incluye a los tres países [España, Grecia y Portugal] que caminaron a la democracia a mediados de los setenta, además de Italia, que transitó más temprano pero que comparte muchas características históricas y estructurales con los otros tres países” (2004: 89).

En España, por ejemplo, la ampliación de debate en distintos sectores de la sociedad se debió a varios factores: 1) Las contradicciones entre la transición a la vida democrática y la alta penetración del mercado audiovisual en la sociedad. 2) La crisis en la que vivían la radio y la televisión propiedad del Estado, en donde, de acuerdo con Patricia Ortega, “... había una falta de definición jurídica de las funciones de servicio que debe desarrollar la comunicación pública” (2006: 85). 3) La sociedad española no se veía “reflejada ni representada” en los medios estatales (2006: 84).

Al referirse a la televisión en particular, la autora explica: “... ya al filo del siglo XXI se ha desarrollado una intensa polémica entre los distintos sectores de la sociedad española sobre el incumplimiento de sus funciones como televisión de servicio público y la cada vez mayor comercialización de su programación” (2006: 84).

Bustamante ha estudiado las transformaciones de la radiodifusión pública en Europa desde hace varias décadas. Para el académico de la Universidad Complutense de Madrid, hasta el cambio del siglo XXI la discusión de este concepto giraba en dirección al acceso universal del servicio.

Se trata de una cuestión que está relacionada con la agenda política y económica de la comunicación, a partir de la cual se intenta dar una respuesta a la posibilidad del derecho universal del servicio público o a que todos los ciudadanos tengan acceso a este servicio en la era digital.⁸

Bustamante (2000) afirma que:

Nadie puede negar que las nuevas tecnologías de información y comunicación (NTIC) han transformado de tal forma la cultura, que hoy la industria cultural, la formación y la información han dejado de ser elementos adjetivos a la igualdad económica, han abandonado su carácter de “superestructura”, para convertirse en elementos obligados e imprescindibles de la igualdad socioeconómica de partida.

Es decir, actualmente, sin la posibilidad de acceso universal a las nuevas redes de comunicación (en donde también se inserta la radio), las sociedades no pueden “sostener el mito fundador de la igualdad de oportunidades que sustentan las economías de mercado y a las democracias políticas” (Bustamante, 2000).

El concepto servicio público adquiere también relevancia en los gobiernos neoliberales en el contexto de un discurso que aparentemente aboga por la igualdad de oportunidades. El concepto consigue mayor atención por actores sociales –como legisladores, funcionarios públicos, ciudadanos y grupos de la sociedad civil– quienes incluso han equiparado este servicio con otras funciones de seguridad social, como salud y vivienda, que el Estado tiene que garantizar a la sociedad.

Bustamante critica esta perspectiva neoliberal desde dos puntos. En primer lugar, se creía que el servicio público había alcanzado su función con las redes clásicas (teléfono, radio, televisión), “pero esa propuesta choca frontalmente con su propio discurso sobre la importan-

8 Término utilizado por Enrique Bustamante para referirse al capitalismo global.

cia de las nuevas redes en todos los órdenes de la vida, que dibujarían irremediamente un panorama dual de comunicación de desarrollo”. En segundo lugar, existe un discurso promocional sobre el servicio público, al que Bustamante llama “utópico conservador”, el cual “promete una completa igualdad por el simple desarrollo del mercado de las nuevas redes”.

Lo que se observa, por el contrario, es la abundancia de las redes privadas cerradas concentradas en oligopolios supranacionales identificados en grupos de poder muy específicos. Además, claro está, de las desigualdades producidas por el pago por el uso de redes y de equipos, y el conocimiento de lenguaje y de códigos del medio, así como el financiamiento publicitario que causan la comercialización de la comunicación y la cultura.

De acuerdo con Bustamante, las implicaciones de esta postura neoliberal provocan fracturas sociales entre quienes pueden o no pagar estos servicios; entre quienes producen los contenidos y quienes consumen un aparente servicio público, el cual realmente es ajeno al ciudadano. Esta premisa remite a un discurso promocional utópico con efecto inmediato en el acceso restringido al internet y otras plataformas tecnológicas digitales, donde la radio ya se empieza a ver permeada bajo esta lógica discursiva con su paulatina digitalización en diversas partes del mundo, y con ello la transformación cualitativa de la mercantilización de sus contenidos. De aquí que, pronostica Bustamante (2000), desde principios del siglo XXI “el inevitable deterioro de la influencia y el paso de las radiotelevisiónes públicas,⁹ si se mantienen atrincheradas en un entorno de pocos canales clásicos, es un claro proceso en este sentido”.

Una razón más por la que el debate del servicio público hoy día adquiere vigencia, y con ello la necesidad de poner en marcha políticas

9 Enrique Bustamante se refiere a las radiotelevisiónes públicas porque, como analizaremos más adelante en este capítulo, son los sistemas que difunden el servicio público.

de comunicación que potencialicen su función social. El académico español deja pendiente la siguiente pregunta: “¿qué servicio público?, porque es evidente que su contenido no puede ser el mismo en la sociedad de la información del que tenía en la posguerra” (Bustamante, 2000).

Ante el contexto actual del neoliberalismo, el mismo autor considera pertinente, en el plano ideal, que el servicio público tiene que incluir una “programación de calidad, estética y ética, en todos los géneros y para todos los ciudadanos pero con instrucciones concretas de atención especial a las minorías más inermes de la sociedad (infancia y juventud, tercera edad, discapacitados, minorías étnicas, inmigrantes...) y a los problemas sociales más importantes actualmente (sida, alcoholismo, maltrato a la mujer, accidentes de tráfico)” (Bustamante, 2005).

Asimismo, considera que el servicio público tiene que limitar la publicidad para impedir que se presione sobre los contenidos. A propósito de las formas de financiamiento, el autor cree en el modelo mixto de financiamiento¹⁰ para enriquecer la calidad de la programación y evitar el endeudamiento de los sistemas de radiodifusión que emitan este servicio. Para ello, en la evaluación del presupuesto anual se tienen que incluir al gobierno, congreso o parlamento y al propio organismo de radiodifusión pública. Esta mecánica también permitirá la transparencia por los “presupuestos generales del Estado del costo neto del servicio público” (2005).

En el mismo tenor, para consolidar la programación de servicio público es necesario potencializar las realizaciones que llegan de todo el país, para evitar las desigualdades regionales en la producción. Esto también permite promover la producción independiente, porque los principios de universalismo y pluralismo radican en que los ciudadanos

10 El modelo de financiamiento mixto para la radiodifusión pública consiste en fondos parciales obtenidos del Estado y otros más de organismos privados (como fundaciones y publicidad). Cada país tiene su propia forma de financiamiento. Más adelante se profundizará al respecto.

y grupos de la sociedad civil tengan acceso en cuanto a región y representación de sus puntos de vista. Asimismo, consiste en la universalidad y la pluralidad de la producción.

De modo que la única forma de conseguir que se cumplan los objetivos anteriores es a través de la regulación del servicio. Esto da lugar a que se aplique el derecho de acceso de los grupos sociales vulnerables. Bustamante (2005) considera que se debe garantizar jurídicamente la participación de la sociedad civil a través de un consejo asesor estatal; consejos educativo-culturales y regionales; consejos de redacción conformados por comunicadores, cuyo deber sea proteger la independencia informativa y editorial de la programación.

Hasta aquí hemos retomado las condiciones de normatividad financiera y jurídica y de universalidad y pluralidad propuestas por Bustamante para propiciar el desarrollo del servicio público. Sin embargo, estas no pueden lograrse sin otra categoría más: la autonomía política respecto al Estado. En este sentido, el autor plantea un modelo societario de gestión dentro de la radiodifusión de Estado, compuesto por organismos gerenciales y representados por profesionales incuestionables pertenecientes a grupos de la sociedad civil. Su objetivo debe resguardar el intervencionismo gubernamental y las cuotas partidistas. En otras palabras, persiguen regular la pluralidad mediante la representación equitativa de grupos de la sociedad civil. Específicamente en España, se encontró en el Consejo Audiovisual (uno de los organismos del modelo societario) la posibilidad de “controlar cada año el cumplimiento estricto de las misiones de servicio público, además de regular y asegurar el funcionamiento armónico del conjunto del sistema audiovisual...” (Bustamante, 2005).

Hallin y Mancini también han estudiado las transformaciones entre la relación del Estado, la radiodifusión pública y la sociedad en Europa, y consideran que en los países del sur de Europa “el Estado ha jugado un importante rol social... y en los sistemas de medios no es la excepción [...] pero la ideología de la democracia social ha sido más débil que en países del norte y centro del continente” (2004: 160).

El rol del Estado es complejo en esta región: refleja una combinación de tradiciones autoritarias del Estado de bienestar social similares a aquéllas prevalecientes en los países Corporativistas democráticos. También es complejo por el hecho que la capacidad del Estado para intervenir efectivamente es frecuentemente limitada por la falta de recursos, la falta de consenso político y las relaciones clientelares que disminuyen su capacidad para la acción unificada (2004: 119).

Añaden, además, que algunas reminiscencias del control autoritario de los años de la dictadura permanecen en el periodo democrático, pero que son “tratadas como instituciones sociales sujetas a la regulación del interés público” (2004: 122).

Tradicionalmente, la radiodifusión pública ha sido polarizada por los partidos políticos. “En Grecia, Portugal y España la mayoría política tiene control efectivo sobre la radiodifusión pública” (Hallin y Mancini, 2004: 106). Por ejemplo, en España la junta de gobierno de la Radio Televisión Española (RTVE) es designada por los partidos representados en el parlamento (2004: 106). Esto ha conducido a que, “tanto en los gobiernos del Partido Socialista Español (PSOE) como en los del Partido Popular (PP) se hayan puesto en marcha políticas intervencionistas hacia la radiodifusión pública” (2004: 107).

Aunque la Radio Televisión Española (RTVE) data desde la década de los cincuenta, el Estado español poco se preocupó por fortalecer sus medios públicos. Primero, debido a la dictadura franquista que hacía de RTVE una radio de gobierno. Luego, durante los gobiernos socialistas (1988-1996), sufrió un endeudamiento desmedido, principalmente porque se excluyeron los fondos públicos para su sostenimiento, dejando a la publicidad como fuente principal de ingreso. El hecho coincidió con la entrada de la economía de mercado y un periodo de fuerte recesión económica en el país. Durante los gobiernos del Partido Popular (1994-2004) la deuda no solo se acrecentó hasta alcanzar los 6 mil millones de euros en 2004, sino que el gobierno de Aznar utilizó la

radio pública para justificar la invasión a Irak en el mismo año. Fue un periodo negro para la RTVE, la cual había perdido independencia editorial.

Bustamante (2005) afirma que:

En este mismo periodo las acusaciones de manipulación sistemática gubernamental se intensificaron, especialmente con ocasión de acontecimientos nacionales como la huelga general de 2002 (por la que RTVE fue judicialmente condenada por atentar contra la veracidad y el pluralismo), la participación española en la invasión de Irak y, sobre todo, los atentados terroristas del 11-M de 2004 cuya tergiversación informativa sistemática trajo consigo la derrota electoral del Partido Popular.

Tras el triunfo del Partido Socialista Obrero Español (PSOE), el 14 de marzo de 2004, José Luis Rodríguez Zapatero convocó a una comisión para que se encargara de diseñar una política de comunicación para RTVE que encajara con un proyecto de nación.

Conocido como Comité de Sabios, la comisión presentó el 21 de febrero de 2005 un documento que redefinía la noción de servicio público y consideraba la heterogeneidad de la sociedad española. Entre otros aspectos, el informe subrayaba la figura del Estado como regulador de los medios públicos, para que estos pudieran funcionar en beneficio de los ciudadanos a través de una programación de servicio público. Para ello, el director general no sería apéndice del gobierno, sino que sería elegido tras una convocatoria pública y electo por un Consejo de administración.

Asimismo, el proyecto proponía que el Estado se responsabilizara por la deuda de RTVE, que ascendía a 7 500 millones de euros (Gómez, 2005). La publicidad de la Radio Nacional de España (RNE) se condicionaría solamente a la práctica del patrocinio.

La reforma a la ley de medios se publicó el 5 de junio de 2006.

La nueva Corporación RTVE ha dado un salto cualitativo con ella tanto en independencia estructural del Gobierno como en peso de la financiación pública, eliminándose la deuda histórica que llegó a sumar más de 7 mil 500 millones de euros; además ha aprobado un reglamento del derecho de acceso de los grupos sociales, un reglamento del consejo de informativos que blindará su autonomía y un mandato marco de servicio público a nueve años que ahora se está declinando en un contrato programa trianual (Bustamante, 2008: 191).

Hasta hoy, el marco jurídico en la RTVE española ha seguido en constante revisión en medio de controversias por “‘falta de transparencia’ y la ausencia, en su discusión, de los actores involucrados en la radiodifusión, con excepción de empresarios de esa industria” (Trejo, 2010: 39). Igual que Francia, España ha decidido que el financiamiento del servicio público de radiodifusión es un asunto de responsabilidad del Estado. La Ley de Financiación, publicada el 28 de agosto de 2009, expide que tanto la radio como la televisión “no pueden incluir mensajes pagados” (Trejo, 2010: 36). La subvención correrá por parte de las aportaciones de la TV comercial abierta y por cable, y las compañías de telecomunicaciones (Trejo, 2010). Además de que, “con este modelo de financiamiento, el gobierno español confía disminuir el creciente peso que la deuda y el subsidio para RTVE significaba sobre el presupuesto público” (Trejo, 2010: 36).

Por medio de esta ley se han reforzado jurídicamente características como la universalidad del servicio, la pluralidad, y la diversidad cultural y lingüística:

El artículo 4 de la nueva ley española reconoce: todas las personas tienen el derecho a que la comunicación audiovisual se preste a través de una pluralidad de medios tanto públicos, comerciales como comunitarios, a la existencia de una diversidad de fuentes y de contenidos y la existencia de diferentes ámbitos de cobertura (Trejo, 2010: 37).

Mediante esta ley, el Estado español logra fijar una postura frente a la relación que pretende mantener con la radiodifusión pública y define la noción de servicio público:

Un servicio esencial para la comunidad y la cohesión de las sociedades democráticas que tiene por objeto la producción, edición y difusión de un conjunto de canales de radio y televisión con programaciones diversas y equilibradas para todo tipo de público, cubriendo todos los géneros y destinadas a satisfacer necesidades de información, cultura, educación y entretenimiento de la sociedad española: difundir su identidad y diversidades culturales, impulsar la sociedad de la información, promover el pluralismo, la participación y los demás valores constitucionales, garantizando el acceso de los grupos sociales y políticos significativos (Trejo, 2010: 39).

A diferencia de la mayoría de los países europeos del sur, España fue el país que se empezó a preocupar por hacer frente a la expansión de un modelo comercial de medios de comunicación al fortalecer la corporación de radiotelevisión pública.

Hasta los primeros años de este siglo, los medios audiovisuales privados se habían encargado de orientar la discusión nacional en favor de los intereses de los grupos hegemónicos en el poder. Medios como *La Razón*, *El ABC*, *El Mundo* y *TV5* (propiedad de Silvio Berlusconi) se habían convertido en respaldo para la política neoliberal del gobierno de Aznar: orientar valores entre la población, estereotipar fenómenos sociales recientes como la inmigración, y difundir los valores positivos del libre mercado a través de sus periodistas.

Europa del sur ha vivido una situación contraria a la de España. En Italia, Grecia y Portugal sus Estados han permitido la privatización de la industria audiovisual, prácticamente apartándose de su tarea como reguladores de los medios de comunicación.

Italia es un país cuya radiodifusión ha sido muy dependiente del poder de los partidos políticos. Hallin y Mancini explican que en la

década de los ochenta “los programas de noticias en cada emisora reflejaban el espectro total de los partidos políticos italianos: la forma típica de los noticiarios en este periodo resumía los eventos y después presentaba los comentarios de varios partidos políticos” (2004: 108).

En esta nación –cuyas políticas gubernamentales en este siglo se han ido alejando de la social democracia– la Radiotelevisión (RAI) se financia más por los fondos obtenidos a partir de la desmedida publicidad que por fondos públicos. Hasta 2003, de los 2 594 millones de euros de los que la RAI se nutría al año, 1 006 provenían de publicidad y patrocinios, en comparación con el millón proporcionado por el gobierno (González, 2005).

Durante el régimen de Silvio Berlusconi, la intención de privatizar los medios públicos en Italia –aunque estos poseían hasta 2016 la titularidad de medios públicos– dejó a una audiencia desganada por pagar el canon anual (por derecho a tener televisión) que ascendía a cien euros al año. Entre otras cuestiones, porque no recibían una programación de calidad y porque contaban con un Consejo de Administración con poca representación plural. Sobre todo, con la renuncia de la presidenta de la RAI, Lucia Annunziata, y otros consejeros por los abusos gubernamentales en 2004, el órgano se quedó con cuatro miembros del ala del exministro. Ante tal coyuntura, en Italia permeó una incertidumbre en torno a la autonomía política de los medios de servicio público respecto del gobierno.

Según Bustamante:

En los inicios del tercer mandato de Berlusconi como primer ministro, y pese a la aprobación reciente del “Contratto de Servizio” 2007-2009 con el Ministerio de Comunicaciones, los planes y anteproyectos gubernamentales sobre el desmantelamiento de la RAI, todavía extraoficiales, parecen traer malos augurios sobre el audiovisual público [...] Berlusconi ha comenzado a interferir en contenidos y directivos de la radiotelevisión pública (2008: 191).

Italia era probablemente el país en Europa en donde el modelo neoliberal, hasta principios del siglo, había obtenido frutos abundantes y donde los ciudadanos habían perdido canales de discusión en la vida pública.

EL SERVICIO PÚBLICO DE RADIODIFUSIÓN EN NORTEAMÉRICA

En Norteamérica, el estudioso del servicio público, Gaëtan Tremblay, define servicio público desde una perspectiva jurídica, y argumenta que es imposible encontrar un concepto único: “La noción del servicio público no se reduce en sus aplicaciones al campo de la radiodifusión. Está en el corazón mismo de la concepción de la función del Estado en las democracias liberales” (1988: 57). El servicio público “es un principio de legitimación del ejercicio del poder” (1988: 57) y se remite al interés general.

La reflexión sobre este tema se basa en dos aproximaciones: “la tradición francesa del servicio público y la tradición norteamericana de la utilidad pública” (Tremblay, 1988: 57).¹¹ Mientras que la tradición francesa se circunscribe ampliamente en el papel del Estado en los asuntos de interés general, la norteamericana está más intrínseca a las obligaciones de las empresas que afectan al interés general, es decir, ¿cuáles serían las bases económicas, políticas y jurídicas de los sectores de transporte, energético y de comunicaciones en la sociedad? Independientemente de los diferentes conceptos, los cuales provienen de razones específicas en las que se conformaron cada una de sus sociedades, las convergencias son mayores de acuerdo con los siguientes argumentos:

El servicio público o las empresas de utilidad pública inciden en actividades relacionadas con el interés general; corresponde al Estado decidir lo que es de interés general; la gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las empresas de servicio

11 N. del A. En el texto aparecen las palabras *Public Utilities*; sin embargo, se creyó conveniente utilizar el término en español, utilidad pública.

público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad (Tremblay, 1988: 14).

En este sentido, la tradición norteamericana otorga la gestión de los servicios públicos a organismos privados, lo que ha llevado al Estado a crear instituciones que regulen el trabajo de las empresas privadas orientadas a quehaceres de interés público. Estas entidades tienen poder de regulación frente al Ejecutivo, son independientes de los tres poderes y de los partidos políticos, pues su objetivo es velar porque las empresas privadas gestionen en función del interés general. Solo dependen del Congreso, quien aprueba su normatividad (1988).

Los críticos de la tradición de la utilidad pública dicen que las empresas son improductivas económicamente. Sin embargo, su análisis no se puede basar solo en términos económicos. Como se explicará más adelante, existen organizaciones como la de radiodifusión pública, cuyo objetivo principal no es conseguir la máxima rentabilidad económica, sino una que le permita proteger el derecho de la sociedad a la información. Para llegar a esta idea de servicio público de radiodifusión, Tremblay la esboza desde el ámbito normativo, independientemente del servicio del que se trate. Desde principios del siglo xx –dice el autor– los juristas se preocuparon en profundizar en el debate de este concepto, pero, debido a su complejidad y su función en las sociedades, la discusión sigue candente hoy día. Tremblay (1988: 57) sitúa la definición con base en cuatro criterios:

- a) *Tipo de actividades*. Lo que refiere a las tareas de “interés general de una colectividad” (p. 57) que varían de sociedad a sociedad y que dependen de los contextos sociohistóricos.
- b) *Criterio orgánico*. Se relaciona con quien tiene la responsabilidad del servicio público. El Estado está implícitamente relacionado con este, pues es el que lo forma y lo regula; pero su gestión puede ser comandada por una empresa pública o privada.

- c) *Criterio formal*. Se explica en la cuestión legislativa, “la última instancia en donde se decide la erección de un servicio público” (p. 57), y se fundamenta en el bien común: “las lagunas del sector privado ante la consecución de determinados objetivos colectivos, y la forma y grado de control que se consideran necesarios” (p. 57).
- d) *Gobierno jurídico*. Su función está sujeta al derecho común o a un gobierno de derecho especial. Lo jurídico le otorga a lo público: continuidad al servicio, adaptación al desarrollo tecnológico e “igualdad de todos los ciudadanos en el acceso al servicio que se trate” (p. 57).

Además, retoma estos cuatro criterios generales del servicio público para sintetizar la noción de servicio público de radiodifusión:

Una actividad considerada de interés general por una colectividad y como tal reconocida por el Estado. Dicha actividad de interés general no puede abandonarse en la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario, a un gobierno jurídico especial (1988: 57-58).

Como veremos a continuación, los sistemas de radiodifusión pública de Canadá y Estados Unidos se han erigido con sistemas de financiamiento mixto, lo que ha favorecido la utilidad pública del servicio con objetivos muy específicos y de acuerdo con los contextos sociopolíticos y culturales de cada país.

LA RADIO PÚBLICA EN CANADÁ

Específicamente en Canadá, Tremblay (1988) comenta que el sistema de radiodifusión, como un servicio público, ha obtenido grandes logros en

la promoción de objetivos sociales –accesibilidad, igualdad, derecho público a la información– y culturales –promoción de la creación canadiense, diversidad y calidad de la programación, educación, entre otros.

La Canadian Broadcasting Corporation (CBC) se creó en 1932, tras la firma de la Broadcasting Act (Ley de Radiodifusión). Este sistema se consolidó gracias a la solidez de sus medidas regulatorias, las cuales se intensificaron en la década de los cincuenta. Durante este periodo, la CBC experimentó diversas formas de financiamiento. En un principio, este provino de las cuotas que los concesionarios de la radio comercial pagaban, de publicidad indirecta y de préstamos al parlamento, que serían retribuidos con ganancias futuras (CBC, 1986).

En las décadas siguientes, el Estado le otorgó el respaldo necesario para que lograra fortalecer su misión como medio de servicio público. Así lo establecía la Ley Pública de 1968: “Debe ser un servicio de información balanceado, de ilustración y entretenimiento para la gente de diferentes años, intereses y gustos [...] debe ser extendida a todas las partes de Canadá [...] ser en inglés y francés [...] contribuir al desarrollo de la unidad nacional y la identidad canadiense” (Blumler, 1991: 161).

Sin embargo, en la década de los noventa, el cambio de política del Estado hacia la radiodifusión pública canadiense amenazó con desmantelar el sistema. Esta situación, entre otras cosas, fue acompañada del despido masivo de personal y del recorte presupuestal que afectó a la programación.

Hoy en día, la CBC se sigue financiando de las aportaciones del Estado y de la publicidad, aunque eso no le ha valido para enfrentarse a una crisis financiera. En años recientes, ha habido una alta tendencia a la privatización de medios en Canadá. Patricia Ortega considera que dicho proceso está relacionado con la protección del gobierno canadiense a los medios comerciales.

En Canadá ha habido una clara tendencia a la privatización de la radiotelevisión pública tradicional debido a las presiones comerciales y presu-

puestales que han obligado a la CBC a adoptar cada vez más el modelo del sector comercial, sobre todo en lo que se refiere a la producción (2006: 107).

Sin embargo, para Tremblay (1988) es claro que, cuando existe una gran oferta de información en Canadá, es necesario fortalecer la tradición de utilidad pública en el sistema de radiodifusión para que continúe siendo vehículo de la creación y expresión de los ciudadanos canadienses y no meros difusores de programación extranjera. El autor lo afirma de esta manera porque la propuesta de conferir la gestión del servicio público a manos privadas también ha llegado a ese país, cuya tesis argumenta, como se mencionó anteriormente, que el modelo mixto de gestión y financiamiento no genera una rentabilidad económica exitosa y, por consecuencia, Canadá debería especializarse en determinados rubros económicos. En efecto, dice Tremblay, el argumento es atinado para otros ámbitos económicos, pero para el de la cultura resulta falaz.

También el autor es partidario de desarrollar la tradición de utilidad pública bajo un modelo mixto, dado que las condiciones del mercado no han cambiado considerablemente, pese al desarrollo tecnológico. De permanecer bajo esta ruta, le permitiría fortalecer la cultura canadiense y la identidad nacional en un contexto geográfico que favorece la importación de productos estadounidenses.

Es impensable, por ejemplo, especializarse en noticias locales, aceptando que las noticias nacionales e internacionales sean producidas por agencias extranjeras. Es impensable especializarse en el documental para importar todos los programas de ficción. Es algo obvio. La cultura es global. La identidad no admite fragmentación (1988: 62).

A medida que la competencia por difundir información masiva se multiplica, dada la incorporación de nuevos medios que ofrecen plataformas digitales, parece ser que la presión es más fuerte para que el Estado

canadiense abandone la tradición de utilidad pública y, por consiguiente, que la noción del servicio público se transforme. Ante dicha experiencia que se vivía a finales del siglo xx, ¿por qué este servicio debía continuar bajo la regulación del Estado y gestionado en forma mixta? Tremblay (1988) expone tres razones sociohistóricas.

En primer lugar, desde el inicio de la radiodifusión en Canadá, el sector privado había promocionado escasamente la creación y la experimentación cultural del país. De hecho, pocos son los ejemplos que muestran que para ellos la calidad era una prioridad. En segundo lugar, la participación del ámbito privado en la radiodifusión canadiense ya era considerable, sobre todo si se le sumaba la televisión por cable, la televisión de pago y otros servicios especializados de información. Y tercero, porque someter la radiodifusión pública a la lógica del mercado era subordinar los objetivos sociales y culturales a las exigencias económicas.

La política de radiodifusión canadiense siempre había sido fortalecer al sector público, mejorar la calidad de programación, y no a la proliferación cuantitativa de los canales. Por eso, Tremblay estaba convencido de que lo mejor era la cercana colaboración entre las emisoras públicas y las privadas para ofrecer más opciones de programación, lo que podría ser gestionado desde la Canadian Radio Television and Telecommunications Commission (CRTC)¹² Esto también permitiría mantener y fortalecer a este organismo encargado de la regulación de la radiodifusión canadiense, política que lo mantendría lejos de presiones de partidos políticos y de grupos económicos privados. En otras palabras, le per-

12 La radio pública en Canadá fue uno de los sistemas pioneros en establecer un Consejo Directivo independiente en el mundo. Anteriormente la Canadian Broadcasting Corporation (CBC) era la encargada de ser juez y parte para el rubro público y privado. Fue en 1958, 22 años después de su creación, cuando se fundó el Board of Broadcast Governors (BBG) bajo una identidad federal independiente. El buen funcionamiento de este organismo, *sui generis* en aquel entonces, impulsa la creación de la Canadian Radio-Television and Telecommunications Commission (CRTC) en 1968, establecida por el parlamento como una autoridad pública independiente. La tarea principal de esta agrupación es proteger el interés público (Blumler, 1991).

mitiría continuar con el fin de servicio público tal y como fue constituido en sus comienzos: un servicio con balance en la información, enriquecimiento y entretenimiento para la gente de diferentes edades, intereses y gustos, extendido a todas partes de Canadá y ser en inglés y francés, además de contribuir al desarrollo de la unidad nacional y proveer expresiones de identidad multicultural canadiense (Blumler *et al.*, 1991).

LA RADIO PÚBLICA EN ESTADOS UNIDOS

A diferencia del Reino Unido, el advenimiento del servicio público de radio en Estados Unidos es mucho más reciente. Si bien retoma algunas nociones de la BBC, la conformación de la estructura socioeconómica del país norteamericano propició un servicio público fundado en un modelo de radio pública con participación mixta entre la sociedad civil y el Estado. Su idea proviene del concepto *Public Utility* (utilidad pública), que se refiere a la participación de empresas privadas en servicios públicos (agua, luz, electricidad, teléfono, medios de comunicación) bajo una compleja y estricta regulación del Estado, como mecanismo para subvencionar los costos de los servicios en beneficio de la ciudadanía. Como se explicará más adelante, la participación de las corporaciones privadas en los medios públicos se realiza vía impuestos y donaciones.

El modelo de radiodifusión pública ha luchado por consolidarse en la sociedad en un contexto en el que el modelo de radiodifusión comercial imperó desde la primera mitad del siglo xx. De acuerdo con Hallin y Mancini, el Estado apoyó a la radio comercial, y los representantes de esta argumentaban:

Que ellos deberían tener el control del espectro radioeléctrico porque servían al público en su totalidad, mientras que las estaciones no comerciales pertenecientes a los sindicatos, iglesias y universidades trataban de establecer estaciones de carácter propagandístico, las cuales servían a intereses particulares y sectarios (2004: 216).

El mercado de la radiodifusión audiovisual privada se convirtió en uno altamente oligopólico; tres redes compartían la misma audiencia (Hallin y Mancini, 2004: 217). John Whitherspoon y Roselle Kovitz, en su libro *The History of Broadcasting*, explican que la corporación General Electric (GE) creó la Radio Corporation of América (RCA), la cual adquirió un rol dominante en la comunicación internacional. La organización estaba conformada por GE, Westinghouse, American Telephone and Telegraph y United Fruit. Aparte de producir, RCA también se dedicó a la manufactura y la distribución del equipo y, en 1926, formó la primera red, la National Broadcasting Company (Whitherspoon y Kovitz, 1989).

Por su parte, la radio no comercial se desarrolló de manera precaria en la primera mitad del siglo xx como radio educativa. La Ley de Comunicaciones de 1917 otorgó la primera licencia a la estación 9XM en Madison, Wisconsin. Las emisoras educativas se enfocaron en la emisión de programas que las radiodifusoras comerciales no transmitían, pero que eran escuchadas por audiencias específicas (Whitherspoon y Kovitz, 1989).

En 1949, Radio Pacifica (KPFA-FM), en Berkeley, California, se convirtió en la primera radio comunitaria que comenzó a transmitir una barra programática orientada a las funciones del servicio público y fue el antecedente de la radio pública en este país. Rápidamente, su principal misión se expandió por todo Estados Unidos y en diversas radios, sobre todo las comunitarias y las culturales-universitarias empezaron a replicar su programación. Ante el rápido crecimiento de este servicio hubo presión de grupos de la sociedad civil, de políticos y periodistas para que se legislara el servicio público e incluso para que se creara un modelo de radio pública, cuya principal característica fuera el servicio público.

El progreso económico que vivió Estados Unidos después de la Gran Depresión fue fundamental para que un sistema de radio pública surgiera. Por ejemplo, a las comunidades, como aquellas establecidas alrededor de la bahía de San Francisco, que tenían cierto poder adquisitivo,

se les facilitó: *a)* organizar iniciativas ciudadanas como la de Radio Pacífica, *b)* apoyar a la estación, y *c)* solicitar apoyo gubernamental.

La creación de este sistema fue una idea de la clase media, que experimentaba movilidad social y que les permitía pensar en mejorar su bienestar social. Quizá, como se explicará más adelante, se marca una visión “elitista” y propia de la “clase media educada” del país.

La Carnegie Commission fue creada en 1965 y estableció las bases del sistema de radiodifusión pública. Cabe aclarar que en Estados Unidos primero surgió la televisión pública y luego la radio pública.

Otras instituciones como la National Association of Educational Broadcasters (NAEB) y la Secretaría de Educación, con sede en la ciudad de Washington, DC, buscaban objetivos comunes: interconectar programación, ofrecer entrenamiento, realizar investigación y procurar el desarrollo de la TV educativa (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Tres años más tarde, en enero de 1967, a través del documento “Public Television: A Program for Action”, los comisionados listaron 12 recomendaciones en las que enfatizaban la creación de la Corporation for Public Television, una garantía de fondos financieros que respaldaran a la Corporación, el establecimiento de centros de producción e instalaciones para la interconexión de programación en vivo. Dirigida a los norteamericanos y remitido al congreso, la propuesta fue aprobada por el Senado y el entonces presidente, Lyndon Johnson, propuso triplicar los fondos financieros para las instalaciones de radio y TV en más 9 millones de dólares (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Aunque conseguir acuerdos no fue fácil entre el Congreso y otras instituciones como la National Association of Educational Broadcasters, finalmente se firmó la Ley para la Difusión Pública. Con ello, el Congreso dio la instrucción para que se instituyera la Corporation for Public Broadcasting (CPB), la cual se encargaría de asistir económicamente a las estaciones para la producción de programas de alta calidad, de crear estaciones y, sobre todo, de asegurar un máximo de libertad de expresión. La CPB marcaba, hasta cierto punto, su independencia del

gobierno y sentó las bases para el establecimiento de la radio pública (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Las estaciones buscaron representación en la CPB; sin embargo, esta no tenía la capacidad legal para operar sistemas de interconexión, apropiarse de las radiodifusoras o distribuir programación entre las estaciones. Por lo tanto, la enmienda de la radio pública tuvo la necesidad de crear dos unidades que permitieran esta operación, así fue como se fundó Public Broadcasting System (PBS) para televisión y National Public Radio (NPR) para radio (Whiterspoon y Kovitz, 1989).

Tanto la National Public Radio (NPR) como la Public Radio International (PRI) eran los dos sistemas principales que conformaban la radiodifusión pública hasta principios del siglo XXI. Ambas se autodefinían como corporaciones independientes y sin fines de lucro que promovían contenidos con voces diversas y perspectivas globales, además eran una fuerza intelectual dominante en la vida americana (PRI, 2007; NPR, 2010).

National Public Radio fue creada en marzo de 1970. Sin embargo, las estaciones reconocían que la radio pública necesitaba una red que produjera. Trece meses después, NPR transmitió en vivo el anuncio del fin de la guerra de Vietnam decidido por el Comité de Relaciones Exteriores del Senado. Dos semanas más tarde se anunciaría el lanzamiento del programa *All Things Considered*.

Hasta hoy, la base de la radiodifusión pública en Estados Unidos se sostiene en una estructura socioeconómica y en una sociedad civil que participa de maneras diferentes en la radio. Otras características tienen que ver con una cultura de lo público, que motiva la participación ciudadana en los contenidos programáticos. Asimismo, el Estado –no obstante las reticencias de algunos grupos políticos como la de los republicanos– ha logrado integrar el servicio público a un proyecto de nación.

Estas razones permitieron desarrollar una tradición periodística que, hasta nuestros días, favorece a la producción de contenidos de utili-

dad social que contribuyen a orientar los valores de la sociedad y al debate social (Salyer, 1993; NPR, 2010). Otros actores sociales, tanto políticos como empresarios, también han sido clave en la consolidación del sistema de radiodifusión, han aprendido a debatir con los ciudadanos y periodistas en los espacios radiofónicos (Looker, 1995). Asimismo, otras instituciones, en específico las universidades, han contribuido en sus currículos para formar profesionales. Incluso la Universidad de Boston y la Universidad de California han construido estaciones de radio con barras programáticas orientadas al servicio público.

Erigir una programación de utilidad social fue en parte posible por la conformación de un modelo financiero de participación mixta y sin fines de lucro, en donde se incluía al Estado, a los ciudadanos y a sectores de la sociedad civil. Este hecho fomentó una autonomía editorial porque fueron menores las presiones del gobierno o de los empresarios para sesgar los ángulos de las noticias y ejercer la censura.

Hasta el presente, tanto NPR como PRI y otros sistemas de radio regional han creado un modelo de radio con amplia legitimidad entre la sociedad. Steve Salyer –presidente del PRI por más de diez años y uno de los impulsores del sistema para ampliar las audiencias a sectores más desprotegidos– considera:

Hemos hecho que la gente nos tome en cuenta seriamente e impulsado la discusión en el cuadrante. No podemos atender a todo el mundo extensamente porque pasaríamos por alto a todos [...] La polémica que creamos no es para agrandar a las corporaciones o el gobierno. Nuestra tarea es informar. Por eso la gente nos escucha, porque confía en nosotros, porque contextualizamos los asuntos con lo que pasa en el mundo (1995).¹³

Actualmente, la radio pública en Estados Unidos se enfrenta a problemas similares a los sistemas de radiodifusión en Europa: ¿Cómo hacer

13 Entrevista del autor con Stephen Salyer, Minneapolis, 22 de noviembre de 1995.

una programación más diversa que llegue a escuchas más jóvenes, especialmente a aquellos menores de 25 años? Desde la década de los noventa este cuestionamiento ha sido constante en las redes de programación. Al respecto, Salyer (1995) afirmaba en esos años que: “La radio pública no ha podido penetrar al igual que la tv pública, ya que la tv ha sido capaz de expandir su audiencia a otros sectores, como los niños. El programa Sesame Street es un ejemplo. La tv pública llega a 85% de los hogares y un auditorio más joven”.

La tv pública no es solo competencia para la radio pública. La radio comercial domina el cuadrante, ha acaparado la audiencia juvenil y tiene suficientes recursos económicos para innovar su tecnología.

Sin embargo, en este siglo XXI las redes de radio pública han invertido en tecnología para fortalecer los contenidos. La tecnología permite la posibilidad de crear multiplicidad de formatos y contenidos y experimentar géneros que atraen audiencias más jóvenes. Se trata de producciones con las que la audiencia puede interactuar. Además, la programación se encuentra en constante revitalización, y esto permite que se atraigan nuevos escuchas, quienes, en la primera década de este siglo, sumaban 27 millones, en una nación en la que 93% de los hogares tenía acceso a la radio pública y cuyo costo era de 32 centavos de dólar por contribuyente.¹⁴

Hasta nuestros días, la programación muestra evidencias de que ha construido un discurso alternativo al hegemónico. Su trabajo en las comunidades y con ciudadanos marginados ha sido clave para contribuir a mejorar la calidad de vida de los escuchas. Las estaciones han logrado mayor realce dentro de las comunidades a medida que los procesos migratorios son más complejos. No obstante la autocensura experimentada por los propios periodistas, debido a presiones del gobierno y donadores de corporaciones privadas, después del derribo de las Torres

14 Datos proporcionados por Cheryl F. Halpern, miembro del Consejo ejecutivo de la CPB, durante la VII Biental Internacional de Radio, Ciudad de México, 11 de septiembre de 2008.

Gemelas en 2001, gran parte de las radios han servido como pivote para ofrecer información que otros medios han censurado.

A pesar de que hay una menor participación del Estado en los asuntos públicos, Estados Unidos ha demostrado, desde la década de los setenta, que una radio de servicio público puede funcionar en tanto exista un sistema de comunicación pública y cultural de lo público y en el que la ciudadanía y la sociedad civil participen en cuanto a su estructura.

EL DEBATE SOBRE EL SERVICIO PÚBLICO EN AMÉRICA LATINA

Antes de abundar en el debate latinoamericano es importante mencionar que, si bien la radio pública no se ha desarrollado aquí como en otras partes del mundo, revisar la situación de la región tiene valor para el caso mexicano, dada la cantidad de similitudes históricas que comparten los países de la región (procesos de colonización e independencia, subdesarrollo, etc.) y por tratarse de un entorno común. Sin afán de ignorar las diferencias que tienen los medios en cada país, en este espacio se tendrán en cuenta básicamente sus generalidades.

Hemos mencionado que la perspectiva sobre la noción de servicio público de radiodifusión en América Latina varía de país a país y de acuerdo con sus formas sociohistóricas y culturales propias. En América Latina ha existido una expansión de la radio comercial. En 2002, “Julio Cabello, director de Política Editorial de Radio Nacional de Venezuela, estimó la cifra de 225 emisoras privadas en América Latina por cada radio pública. En Venezuela existen 500 emisoras comerciales y solo una del Estado...” (Norandi, 2002).

En realidad, hasta la fecha lo que predomina en la región es una radio estatal, cultural, comunitaria, universitaria y sin fines de lucro, pero no una radio pública. Existe una radio no comercial que se ha caracterizado por su dependencia política respecto de los gobiernos y por su atraso tecnológico. Esta situación ha generado una discusión entre radialistas,

directores de emisoras y otros especialistas de América Latina sobre la autonomía política que debe ganar esta radio "... respecto de los gobiernos para convertirse en un mecanismo de apertura a la realidad social" (Norandi, 2002).

En algunas naciones como Colombia, ha habido un avance en el marco jurídico, que define la función del Estado en los medios de radiodifusión. Sin embargo, la existencia de esta condición jurídica no ha sido suficiente para que las radios estatales sean autónomas respecto al gobierno (Quiroz, 2000: 383). En su Constitución de 1991, el artículo 75 reconoce que:

El espectro electromagnético es un bien público inajenable e imprescriptible sujeto a la gestión y control del Estado. Se garantiza la igualdad de oportunidades en el acceso a la ley. Para garantizar el pluralismo informativo y la competencia, el Estado intervendrá por mandato de la ley para evitar las prácticas monopólicas en el uso del espectro electromagnético (Serrano, 2006: 49).

En Venezuela, a pesar de las distintas propuestas elaboradas desde la década de los noventa (1992, 1998) para desarrollar una radiodifusión pública, no se ha podido consolidar un proyecto de medios públicos (Alfonzo, 2000). La venezolana Elizabeth Safar reconoce que las raíces de este problema se encuentran:

En la ausencia de un marco de tipo conceptual sobre el carácter público de la Radio Nacional de Venezuela y la Cadena Venezolana de Televisión, C.A, su inicial definición como medios de gobierno –al igual que ocurrió en otros países de América Latina hacia las décadas de los años cuarenta y cincuenta– y su uso con fines proselitistas, que fue progresivamente consolidándose, dio al traste con la posibilidad de convertirlos en genuinos servicios públicos no adscritos al poder ejecutivo ni dependientes de los partidos políticos en el ejercicio del poder (2000: 453).

En la actualidad, la preocupación sobre el papel del Estado frente a la radio estatal en la mayoría de los países de esta región ha sido motivo de un debate intenso en grupos de académicos y periodistas. Sobre todo, debido a la importancia que tiene el servicio público para ejercer, entre otras cuestiones, la práctica cotidiana del derecho público a la información y a la libertad de expresión de los ciudadanos.

La alta concentración de medios privados que existe en la región ha limitado, debido a su influencia política en los gobiernos, el desarrollo de la radiodifusión pública. Alva señala que:

En los países latinoamericanos existe un alto índice de concentración en prácticamente la totalidad de los segmentos de dichos sectores, con el impulso de un proceso centripeto y monopolizador. Ese acaparamiento oligopólico, que abarcó décadas del desarrollo de la radio y la televisión en América Latina, llegó hasta los tiempos de la convergencia, cuando en los escenarios digitales sobresalen de nuevo los conocidos nombres de los grandes consorcios: Televisa, en México; Grupo Cisneros, en Venezuela, O'Globo, en Brasil (2010: 33-34).

Como parte del discurso promocional de los gobiernos de centro izquierda, que paulatinamente llegaron al poder en varios países latinoamericanos, la preocupación por la situación de la radiodifusión estatal se intensificó. En Argentina, por ejemplo, la inquietud era de qué manera poner en marcha políticas de comunicación social que fortalecieran el desarrollo democrático de los países. Particularmente, y en relación con la radiodifusión pública, los cuestionamientos giraron en torno a: financiar y legislar estos sistemas con el fin de sanear su funcionamiento normativo, construir audiencias más plurales y universales y lograr independencia editorial.

Era importante retomar el rol del Estado en el servicio público –no solo el de radiodifusión– dentro de un discurso que promovía valores públicos como la participación ciudadana, la igualdad social y el acceso

universal a la información en un contexto social de la llamada era digital. Esto era cierto, sobre todo en un momento histórico en el que los gobiernos predecesores, específicamente aquellos neoliberales de la década de los noventa, habían favorecido las dinámicas del libre mercado.

En Argentina, una de las primeras acciones de gobierno que encargó Ernesto Kirchner, cuando llegó al poder, al entonces jefe de Gobierno de la ciudad de Buenos Aires, Aníbal Ibarra, fue reestructurar la llamada radio de Estado en aquella capital (Vívori, 2004). Después de un largo debate público en el que participaron varios sectores de la sociedad, el 10 de octubre de 2009 se promulgó la nueva Ley de Medios de Comunicación, que remplazaba a la de 1981. Alva observa que la ley respalda a: “La participación por partes iguales en el espectro radioeléctrico a entidades sin afán de lucro, a las de fines comerciales y las correspondientes al Estado; ofrece garantías a la libertad de expresión y reconocimiento del derecho a la comunicación de los pueblos indígenas” (2010: 33-34). Sin embargo, la autora comenta:

Esas y otras varias disposiciones del nuevo marco legal argentino hacen ver que se trata, sin duda, de una ley democratizadora que por tanto se topará –se topa ya– con el poder mediático local y la estructura de concentración en las industrias culturales y de telecomunicaciones que lo sustentan, en una configuración construida a lo largo de décadas por las empresas de medios y sus vinculaciones externas. Así, la ley se enfrenta al poder de los grandes grupos económicos mediáticos, que pretenden echar abajo el nuevo marco legal (2010: 33-34).

Valerio Fuenzalida, investigador y productor, ha estudiado los aspectos anteriores durante más de 30 años. Aunque su trabajo se ha enfocado en la televisión, dice que el debate sobre la radiodifusión pública en la pantalla chica ha sido similar al de la radio.

Para construir su argumento principal sobre la noción del servicio público, considera que la discusión actual sobre el concepto parte de tres

premisas: 1) el servicio público se enfrenta a una audiencia que quiere convertirse en emisor; 2) la audiencia se segmenta en múltiples intereses; y 3) las condiciones tecnológicas hacen que la radiodifusión pública compita con más ofertas programáticas.

Para Fuenzalida, “los medios públicos no persiguen la finalidad de lucro” (2002: 128). Su interpretación no tiene que ver ni con la propiedad ni con el financiamiento, porque “puede ser muy distinta en manos de iglesias, universidades, municipalidades, gobiernos federales o regionales, ni un determinado contenido porque pueden ser extraordinariamente distintos [...] ni la forma de financiamiento que [...] puede ser bastante variada” (2002: 132). Las emisiones y los contenidos pueden variar de país en país, pero la finalidad sin lucro es universal para cumplir con la definición de lo público. Esto se debe a dos razones fundamentales, de acuerdo con el autor:

1. Los medios públicos buscan servir a otros intereses que no son los del lucro, “son medios que tienen que estar al servicio de una multiplicidad de intereses y expectativas de la audiencia que es imposible satisfacer por un único canal” (2002: 132). Ya no es posible servir, como hace varias décadas, con solo un par de estaciones públicas a todo un país.
2. “La segmentación es una realidad; la segmentación de intereses, de público y, por lo tanto, eso nos debería llevar a pensar en un concepto de [radiodifusión] pública que más bien está conformado por un conjunto de canales” (2002: 132).

En otras palabras, muchos canales o emisoras sin fines de lucro para una audiencia diversa y multicultural es el punto nodal, y en donde, según Fuenzalida, se centra el debate actual sobre el servicio público en América Latina. De aquí que los sistemas de radiodifusión universitaria no deben ser excluidos de esta noción porque “existen en muchos de nuestros países en América Latina” (Fuenzalida, 2002: 132) y su cobertura puede ser regional o nacional y cuyos contenidos son decididos por

la universidad. Estas instituciones (privadas o públicas) “pueden legítimamente tener intereses distintos y por lo tanto hacer énfasis distintos en sus contenidos de programación; también pueden tener financiamientos muy visibles, el que otorga la propia universidad o en combinación con otras instituciones...” (p. 129). Su propuesta incluye a emisoras o canales cuyos fines no sean lucrativos: iglesias o aquellos municipales, regionales (como los de México o Alemania), porque finalmente prestan un servicio público (p. 130).

Dada la historia dictatorial de las décadas de los setenta y ochenta, en gran parte de los países latinoamericanos actualmente ha sido importante fortalecer la democracia a través de contenidos que aseguren el pluralismo político y cultural para que lleguen a todos los puntos de los países. Fuenzalida respalda la pluralidad y universalidad de los contenidos mediante una “diversidad estética de distintos gustos” sin que se subordine a “ciertos gustos estéticos de las clases dirigentes culturales” (2002: 134). Asimismo, estos deben ser de “buena calidad, con información plural, una información no al servicio del gobierno en turno, una información en boca de los propios opositores del gobierno, criticando al gobierno y que [generen] espacios de discusión sobre los problemas” (2002: 132).

Desde los primeros años de este siglo, en América Latina existe esta riqueza de opciones. Solo, considera este autor, tienen que articularse de forma autónoma y por intereses comunes, “por ventajas que van negociando en sí mismos” (2002: 131). Sin embargo, mientras no se potencialicen seguirán sirviendo como sistemas de radiodifusión llamados de Estado o de servicio público, pero que en realidad funcionan como propaganda para el gobierno en turno. Su objetivo es tener el control o desprestigiar a la oposición política. En América Latina, por tradición, han estado más al “servicio de intereses corporativos, básicamente políticos, antes que servir al público y a la audiencia” (2002: 132). Además, muchas veces estos sistemas son mal administrados e incluso existe corrupción.

PROBLEMAS COMUNES EN EL DEBATE INTERNACIONAL

Hasta aquí hemos descrito características que se han considerado esenciales para entender diferentes sistemas de radio de servicio público en el mundo, y analizado cómo se enfrentan a distintas problemáticas de acuerdo con su sistema político en las dos primeras décadas de este siglo.

No existe un concepto único de servicio público; este adquiere significado de acuerdo con el contexto sociocultural de cada nación. En países de Europa y Norteamérica el debate gira en torno a una revisión del concepto y de la función social de los sistemas de radiodifusión pública. Mientras que en América Latina la discusión se focaliza en cómo transitar de una radiodifusión estatal o gubernamental al establecimiento de una radiodifusión pública con autonomía política y económica. En muchos de estos casos se coloca en el centro de la discusión la necesidad de construir un marco jurídico que garantice el desarrollo y la consolidación de medios de servicio público, empezando por las definiciones jurídicas de este y de *medio público*.

Existen cuestiones que parecen ser comunes para los sistemas de radio de servicio público europeo y norteamericano aquí descritos, donde queda clara una transformación en el concepto y donde existe una mayor tradición en el servicio. Estas naciones han establecido prioridades diferentes en sus modelos de radio pública, entre estas se destacan los temas de la regulación (en Francia y España), la autonomía respecto a los poderes políticos (sobre todo en Francia y en el sur de Europa), “la descentralización y el acceso plural” a los medios (P. Ortega, 2007: 88) y la situación presupuestal en prácticamente todos los países.

Es importante mencionar que los casos incluidos enfrentan constantemente la misma amenaza: los impactos de la economía de mercado en la radiodifusión pública. Entre las problemáticas más comunes a las que se enfrentan los países analizados se encuentran:

1. La idea de servicio público está en constante revisión, porque sus fines no son los mismos en la sociedad de la información que aquellos de la posguerra: los sistemas iniciaron con la idea de reforzar la identidad nacional en cada nación, promover la cohesión social y defender los valores culturales característicos de las sociedades europeas, etc. Hoy, estos medios enfrentan el reto de responder a las necesidades de sociedades multiculturales y políticamente más complejas. De aquí que, independientemente del país, la revisión del concepto tiene que ver con la forma en que las radios de servicio público atienden a las mayorías y minorías sociales y “la función que cumplen o están dejando de cumplir las televisoras [y radios] públicas para el desarrollo del debate en el espacio público como manifestación de la democracia avanzada...” (P. Ortega, 2007: 89).

Otra de las características de la redefinición del concepto se debe a cómo los sistemas de radiodifusión pública hacen frente a una crisis propiciada por la desregulación, que ha dado fortaleza a la radiodifusión privada.

2. Definir políticas públicas que vinculen los sistemas de servicio público a un proyecto de nación, transmitir contenidos de utilidad social para una sociedad cada vez más diversa y plural, incluir más voces que representen a los grupos sociales a través de productores independientes, lograr el acceso universal cuando las sociedades tienden a ser más desiguales, producir contenidos plurales para naciones multiculturales, mantener un periodismo independiente, redefinir el papel de los consejos audiovisuales que representan diversos grupos de la sociedad, brindar a los ciudadanos, a través de este servicio, el derecho a la información, contribuir a fortalecer la identidad nacional, construcción ciudadana y, por último, potenciar el debate en el espacio público.
3. El servicio público tiene que incluir una programación de utilidad social; incluso para algunos autores debe ser estética, ética y de calidad, en todos los géneros y para todos los ciudadanos. Debe

tener en cuenta a las minorías de la sociedad y los grandes temas críticos de esta. Especialmente, los sistemas de radiodifusión pública comparten la problemática de crear contenidos dirigidos a los inmigrantes, con el fin de que se integren a la sociedad.

4. El servicio público se remite al interés general y es una obligación del Estado. La gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las instituciones de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio: accesibilidad o igualdad y adaptabilidad. Este interés no puede abandonarse en la iniciativa privada y al juego de las leyes de mercado; por lo tanto, el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario, a un órgano jurídico especial.
5. El servicio público no tiene fines de lucro, su calidad de público no tiene que ver con el origen de su financiamiento. La radio de servicio público tiene que difundirse por varios canales de comunicación que tengan en cuenta la diversidad de intereses de los grupos sociales.

Como hemos analizado, la expansión del neoliberalismo ha impuesto nuevas condiciones en el desarrollo del servicio público en las primeras décadas de este siglo y, no obstante las presiones de la supremacía de los valores del mercado en la mayor parte de Europa occidental, se ha mantenido el interés por actualizar y fortalecer a los medios públicos de radiodifusión.

Nuevos retos se imponen a estos medios, aunque es cierto que prevalecen los valores y las funciones fundamentales: la universalidad, la atención de la diversidad social y cultural y la pluralidad política; asimismo, la exigencia de una programación distinta a la que se difunde en los medios comerciales.

Si bien México no es idéntico a cualquiera de los casos analizados, comparte algunas condiciones de las cuales se puede obtener un apren-

dizaje para resolver situaciones que en otros lugares ya han sido resueltas. De estas experiencias se tomarán las condiciones y los rasgos más relevantes, así como los puntos de vista de los autores estudiados, con el fin de acercarse a una definición de servicio público de radiodifusión que sea útil para el caso mexicano y con el propósito de establecer las características fundamentales que permitan su análisis.

En el cuadro siguiente se mencionan algunos conceptos de servicio público:

CUADRO 2. Nociones críticas del servicio público de radiodifusión.

Autor	Noción de servicio público
Enrique Bustamante (España)	El servicio público tiene que incluir una "programación de calidad, estética y ética, en todos los géneros y para todos los ciudadanos pero con instrucciones concretas de atención especial a las minorías más inermes de la sociedad (infancia y juventud, tercera edad, discapacitados, minorías étnicas, inmigrantes...) y a los problemas sociales más candentes actualmente (Sida, alcoholismo, maltrato a la mujer, accidentes de tráfico.) (2005).
Gaëtan Tremblay (Canadá)	El servicio público "es un principio de legitimación del ejercicio del poder" y se remite al interés general. Corresponde al Estado decidir lo que es de interés general; la gestión de un servicio público puede entregarse a empresas públicas o a empresas privadas; las empresas de servicio público deben cumplir las exigencias de continuidad de servicio, accesibilidad o igualdad y adaptabilidad. Dicha actividad de interés general no puede abandonarse en la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado, y por tanto el Estado asume directamente su responsabilidad y su control, sometiéndola, si fuera necesario a un régimen jurídico especial (1988: 57-58).
Valerio Fuenzalida (América Latina)	El servicio público no persigue la finalidad de lucro. Su noción no tiene que ver ni con la propiedad ni con el financiamiento, porque pueden ser muy distintas. Esto se debe a tres razones fundamentales: 1) Los medios públicos buscan servir a otros intereses que no son los del lucro, "son medios que tienen que estar al servicio de una multiplicidad de intereses y expectativas de la audiencia que es imposible satisfacer por un

(Continúa)

(Concluye)

Autor	Noción de servicio público
	único canal". 2) La segmentación de intereses y de público llevan a pensar que la radiodifusión pública se difunde por varios canales. 3) La homogeneización cultural es un ideal superado en varios países; hoy día ha sido sustituido por la multiculturalidad (2002: 132).
Patricia Ortega (México)	El servicio público tiene lugar en una emisora pública que trasmite "programación de calidad, que cumpla con informar, entretener, educar y difundir la cultura tomando en cuenta la pluralidad social y la diversidad de intereses de mayorías y minorías. Una función así debe tomar en cuenta el interés general de la sociedad y procurar el bien común de la nación". La transmisión también tiene que ser universal, y que en "los contenidos de estos medios se vea reflejada la diversidad y pluralidad [cultural y política] de los ciudadanos que conforman la nación" (2006).

FUENTE: basado en los conceptos de los mencionados autores.

Nota: la primera parte de este cuadro se tomó de Enrique Bustamante, "Radiotelevisión Española y su reforma", *Etcétera*, mayo de 2015.

EL CONCEPTO DE SERVICIO PÚBLICO DE RADIO

Después de estudiar las diferentes perspectivas de distintos autores de su noción de servicio público, y tras haber estudiado modalidades representativas de sistemas de radio pública en el mundo en el contexto neoliberal, concluimos que no existe una idea única y definitiva que la explique.

Arriba se menciona que el *servicio público* es diferente a *medio público* (véase el cuadro anterior). El primero es el rasgo más importante que define la existencia de un modelo de radio pública. Se trata de un servicio garantizado por el Estado, que tiene la finalidad de ampliar la conversación en la vida pública y proveer información, educación, entretenimiento lúdico y difusión de la cultura para los ciudadanos a través de contenidos de utilidad social. Asimismo, es una plataforma

para que los grupos sociales puedan participar y obtener visibilidad y reconocimiento. De esta manera contribuye al desarrollo social y democrático de los países.

Cada nación ha desarrollado su propio concepto de acuerdo con su contexto sociohistórico y con la relación que el medio ha establecido con el Estado y la sociedad, así como por las condiciones impuestas por el mercado de la industria audiovisual.¹⁵

Algunas naciones del mundo, sobre todo las más democráticas, han logrado poner en marcha este servicio como una forma de garantizar a sus ciudadanos, principalmente, el derecho a la comunicación, contribuir a la ampliación del debate en el espacio público y a la construcción de la ciudadanía. Hasta hoy, esta noción continúa en revisión y legiti-mándose en el marco del neoliberalismo. A pesar de los cambios económicos y tecnológicos en el mundo en las últimas décadas, se sigue discutiendo en diferentes países la necesidad de mantener a los servicios de radiodifusión pública, porque se ha revaluado la contribución que han hecho al desarrollo cultural y democrático.

A pesar de la diversidad de interpretaciones internacionales del concepto, existen en él principios básicos o condiciones comunes. Los mencionamos a continuación:

1. Institucionalidad
2. Universalidad
3. Finalidad de no lucro
4. Autonomía económica y política
5. Participación social

Partiremos de estos para definir el concepto de servicio público que utilizaremos en este trabajo.

15 El servicio público es el rasgo más importante que define la existencia de un modelo de radio pública.

1. *Institucionalidad*. El marco jurídico le otorga institucionalidad a un medio. Patricia Ortega afirma que:

Lo que le da el carácter de público a un medio es, en primer término, su naturaleza jurídica, es decir, la manera como es conceptualizado y delimitado por una ley o normatividad específica. Por otra parte, está su función de servicio. En la práctica, estos factores adoptan una modalidad particular de acuerdo con la institucionalidad que el medio adquiera en un contexto histórico determinado (2006: 49).

El marco jurídico ha sido soporte del desarrollo del servicio público de radiodifusión en los países analizados. En Estados Unidos, por ejemplo, fue un paso previo para respaldar los contenidos. Anteriormente comentamos que, en 1967, se publica el *Decreto de Radiodifusión Pública (Public Broadcasting Act)*, y en 1970 nace NPR, cuyo noticiario, *All Things Considered*, marca la pauta para iniciar la programación con esta orientación.

La regulación de la radiodifusión pública ha sido, en este siglo, un tema de debate ante los adelantos tecnológicos y la situación económica, entre otras razones. Algunos países, como España y Argentina, hace algunos años reformaron sus leyes con el fin de actualizar los objetivos y el funcionamiento de sus medios. A pesar de los cuestionamientos sobre la forma en la que se aprobaron las leyes, la definición jurídica fue esencial para que el Estado garantizara la difusión del servicio público con el fin de ampliar la discusión en el espacio público y contribuir a que los ciudadanos tuvieran libertad de expresión, el derecho a la comunicación y construyan su identidad ciudadana y la democracia (Serrano, 2006: 7-8).

En los países que aspiran a consolidar una democracia, el servicio público funge como una de las múltiples funciones sociales del Estado moderno; este debe ampliar el bienestar de la sociedad y promover la vida pública a favor del bien común. De acuerdo con Serrano, el servicio público está “orientado a la satisfacción de necesidades de la sociedad,

surgidas con relación al bien público y al interés público y cuya responsabilidad de prestación, corresponde principalmente al Estado” (2006: 3).

Lo jurídico también es importante para establecer las políticas institucionales, ya que delinear la responsabilidad y el compromiso social de la emisora independientemente del director en turno. Cuando no hay regulación ni políticas institucionales claras, como ocurría en México en la primera década de este siglo XXI, “se propicia que existan condiciones desiguales en su operación y administración” (P. Ortega, 2007: 200).

2. *Universalidad*. Se refiere al alcance geográfico de los contenidos de la radiodifusión. Es una forma mediante la cual el Estado puede ampliar el bienestar social a los ciudadanos que se encuentran en diferentes partes del país. El Estado garantiza que todos los ciudadanos tengan acceso al servicio público.

Sistemas de radio pública, como la ABC en Australia (ABC Nacional y ABC local) o la BBC (específicamente Radio 4), son ejemplos de cómo se puede cumplir esta universalidad, pues su servicio llega a prácticamente todos los puntos del Reino Unido. Con ello, los ciudadanos pueden enterarse de los asuntos de la vida pública que ocurren en la nación.

Como se ha analizado, de acuerdo con las características de las sociedades contemporáneas, cada vez es más importante que la universalidad se logre a través de contenidos plurales y diversos, porque no basta con que exista alcance geográfico, sino también el acceso de los diferentes grupos políticos y socioculturales (mayorías y minorías) del país sin importar sus intereses, gustos o hábitos.

No obstante los logros de las corporaciones de difusión pública de la Europa socialdemócrata durante el periodo de la posguerra, cada día existen radios que cubren universos más locales y regionales. Tal es el caso de los modelos públicos de radio de Estados Unidos, Australia y Canadá, que han creado redes de programación y estaciones de este tipo. Una de las razones se debe a que es difícil atender con los mismos contenidos a toda una nación con características diversas; asimismo,

porque las producciones nacionales son muy caras. Lo más importante es que la regionalización de la universalidad ha mantenido niveles de calidad e incluso en algunos casos, como en la emisora Pacifica Radio, en California, han consolidado audiencias muy participativas. En España, por ejemplo, dicho principio se promueve mediante la producción interna, “potenciando la descentralización territorial de acuerdo con las tradiciones y ventajas comparativas de cada centro regional” (Bustamante, 2005).

3. *Finalidad de no lucro*. Es uno de sus principios básicos. No se puede lucrar con contenidos para un grupo de personas o una persona en particular. El lucro está intrínsecamente relacionado con los intereses personales, mismos que en cualquier momento podrían cambiar el eje programático en beneficio de la publicidad o los intereses políticos o financieros. El servicio público, por el contrario, busca servir a una gran diversidad de escuchas ya sea en una esfera local, nacional o supranacional (Fuenzalida, 2002: 128).

Cuando existe un objetivo de lucro, como es el caso de la radio comercial en Estados Unidos, Brasil o México, la programación se realiza en función de la publicidad y la rentabilidad que esta puede generar y no en beneficio de los escuchas. El servicio público de radio orienta los valores de una sociedad a través de la programación, por lo que programar de acuerdo con las necesidades de los patrocinadores se contradice con los objetivos de este.

4. *Autonomía económica y política*. El Estado garantiza las condiciones para que esta exista y los medios deben de comprometerse a ejercerla.

La autonomía es uno de los rasgos que más ha causado discusión, debido a las modificaciones en el financiamiento de los medios públicos en años recientes. El modelo de financiamiento de una radio pública no es igual al lucro. Hoy día, existen diversas formas de financiamiento para el servicio público que no buscan rentabilidad económica para negocio personal sino para el beneficio de las radiodifusoras.

Fuenzalida (2000) identifica cuatro formas de financiamiento para subvencionar la programación: 1) financiamiento público por canon o por subsidio gubernamental, 2) financiamiento publicitario, 3) pago directo por consumo, y 4) el modelo mixto.

En el debate internacional, estos modelos son cuestionados y cada país ha ido resolviendo la manera de realizarlo. Sin embargo, algunos no han estado de acuerdo con un financiamiento pleno de estos medios en el mercado y han regresado al modelo de financiamiento de Estado (Francia y España). El financiamiento público por canon o por subsidio gubernamental también se está discutiendo, debido a la introducción de la tecnología y a que ciertos grupos políticos y económicos, generalmente los más conservadores –como en el Reino Unido– no están de acuerdo con que el Estado tenga que asistir a la radiodifusión pública.

Independientemente de esta postura, podemos afirmar que las experiencias de los modelos estudiados demuestran que cuando un medio tiene su financiamiento propio puede cumplir con mayor facilidad sus funciones como institución de servicio público y mantener su autonomía respecto a grupos poderosos.

También hemos explicado cómo los países de Europa y Norteamérica siguen enfrentando recortes presupuestales severos que los limitan para desarrollar producciones que implican mayores recursos económicos. Esto se debe a que los costos para mantener corresponsales en diversas partes del mundo o financiar festivales de música –por citar algunos ejemplos– son cada vez más elevados.

Por ejemplo, el sistema de radio pública en Estados Unidos es uno de los modelos que más ha diversificado sus formas de financiamiento. Se subvenciona por una asignación presupuestal anual del Estado, pero también por recursos que provienen de patrocinios de corporaciones, fundaciones y donaciones voluntarias de individuos. Incluso Minnesota Public Radio tiene una empresa propia cuyos dividendos nutren en su totalidad a la estación, es decir, en cuanto a finanzas es parcialmente autónoma del gobierno, pero sin fines de lucro.

Si el modelo mixto de financiamiento en Estados Unidos funciona, es porque está debidamente legislado y existe una sociedad que puede respaldarlo. Por ejemplo, los escuchas creen en las donaciones, porque históricamente entienden este acto social como una manera de luchar contra la tiranía del gobierno (De Tocqueville, 1984). De no ser reglamentado, el modelo podría fracasar y su legitimidad podría ser muy cuestionada por la sociedad.¹⁶

El éxito en la forma de financiamiento radica en la utilidad social de los contenidos, el pago justo a los profesionales que trabajan en la radio y la legitimidad que le otorgue la audiencia al servicio público de un país.

La autonomía de intereses comerciales y de grupos políticos es una condición fundamental en los medios públicos. De acuerdo con Patricia Ortega:

El control y la evaluación de las funciones de los medios públicos o de Estado no deben estar sujetos a los intereses particulares de grupos o personas. Para evitarlo, se requiere de una estructura administrativa autónoma a los intereses del gobierno y a los intereses comerciales. En otros países se ha buscado preservar esa autonomía de las instituciones de comunicación pública integrando a su estructura administrativa y de gobierno comisiones o consejos con una representación plural de la sociedad. Muchas veces se trata no solo de órganos de consulta y evaluación sino también de espacios de decisión. Tales consejos evalúan el funcionamiento de sus medios, cuidan que se cumplan los principios del servicio público, participan en las discusiones que orientan el quehacer de esos medios, son un importante puente de relación entre la sociedad y

16 Últimamente, el debate sobre las donaciones de corporaciones para patrocinar causas sociales ha sido criticado en distintas regiones del mundo, pues los donativos llegan a ser exentos de impuestos en su totalidad. De tal modo, dicha causa social es interpretada como la utilización de un “fin público” para beneficiar intereses personales.

el medio y en algunos casos incluso intervienen en la designación de sus directores (2006: 204).

La participación de representantes de la sociedad civil es fundamental en los órganos de consulta. La dinámica de la organización exige un capital cultural especializado de parte de los ciudadanos, y solo líderes de grupos sociales pueden acceder vía invitación como *decisores*¹⁷ de la programación y, en algunas emisoras, de políticas institucionales. En Estados Unidos, por ejemplo, algunos ciudadanos ejemplares forman parte de los consejos de programación,¹⁸ pero su visión sobre los contenidos puede llegar a ser sesgada políticamente en beneficio de un sector, que no siempre es la ciudadanía.

Estos mecanismos de participación son trascendentales para mantener la independencia editorial en la programación, porque se previene que exista subordinación hacia ciertos grupos y se favorece el balance de ángulos editoriales en la programación.

En efecto, el grado de autonomía económica y política de una emisora se refleja en su independencia editorial, ejercida con el respaldo de leyes y reglamentos, y es también una forma en la que el medio contribuye a ampliar la discusión autónoma y abierta en el espacio público.

La autonomía editorial en la programación está estrechamente ligada con la autonomía política del sistema de radiodifusión pública, debido a que es una forma de mantener independencia y respeto con los gobier-

17 La palabra *decisores* no existe en el diccionario de la Real Academia. Sin embargo, es un término asignado a las personas que toman las decisiones en una institución. Por el dinamismo que provoca la palabra, me permito usarla.

18 ¿Qué es un consejo de programación? Tiene varias funciones, pero resaltamos que es una figura representativa que muchas radios de servicio público en el mundo han utilizado para que la administración sea equilibrada y las decisiones sobre la programación sean plurales y equitativas. Generalmente está compuesto por personas que representan los intereses de los diferentes sectores de la sociedad: intelectuales, artistas, académicos, gobierno, organizaciones sociales, gremios, empresarios, y, por supuesto, radioescuchas. Este organismo interno se rige bajo estatus precisos y una vocación no lucrativa.

nos y grupos de poder. Esto permite que se produzcan contenidos críticos y no sesgados a los intereses de elites políticas y económicas.

En el quehacer cotidiano de los medios, los productores de los contenidos son indispensables para que esta autonomía se ejerza. Ellos son los responsables más directos de la independencia editorial, porque integran visiones plurales en sus producciones y tienen que evitar las presiones políticas de representantes de diversos grupos de poder.

Los casos exitosos de radiodifusión pública en el mundo que aquí se han revisado se han caracterizado por contar con realizadores y periodistas que tienen preparación profesional y una sólida cultura cívica, factores que contribuyen a fortalecer la independencia editorial.

5. *Participación social.* Ya se ha explicado cómo la participación de los ciudadanos y representantes de la sociedad civil es importante para ejercer la autonomía de un medio. La participación es un mecanismo donde convergen actores sociales miembros de una comunidad o país: políticos, ciudadanos, empresarios y líderes de la sociedad civil, etc. Su participación y su compromiso ético son esenciales en el servicio público.

Rosalía Winocur (2002, 2007) ha investigado ampliamente sobre cómo la radio contribuye a construir ciudadanía mediante la participación ciudadana:

Ubica el problema en el surgimiento de nuevas identidades y la pugna de diversos grupos por el reconocimiento y la visibilidad de sus intereses. Esta línea de reflexión particularmente desarrollada en Estados Unidos y en Europa a raíz de las reivindicaciones de las minorías, ha ido cobrando importancia en América Latina. El desarrollo de los movimientos sociales y la proliferación de diversos grupos que batallan por el reconocimiento de sus intereses y la legitimación de sus demandas está llevando a redefinir lo que se entiende por ciudadano, no solo respecto a la igualdad de posibilidades sino también al derecho de ser diferente (2007).

La autora (2007) explica varias características y propósitos que conforman la participación social en los medios de comunicación:

- a) El ciudadano puede activamente cuestionar el poder, los códigos sociales, poner en práctica la libertad de expresión y negociar con otros grupos sociales y el Estado en el espacio público. La capacidad de negociación con otros actores también lleva implícito el derecho a informar y a ser informado, de reconocer al otro y ser reconocido por el otro, derecho a conversar y a ser respetado (Martín-Barbero, 2001b). Es en este proceso en donde los ciudadanos refuerzan su identidad y donde los grupos sociales obtienen poder y visibilidad.
- b) A través del proceso de participación en la producción de los contenidos, los escuchas contribuyen a forjar su identidad como ciudadanos. Asimismo, buscan consensos mediante el diálogo, lo cual puede prevenir la erupción de fracturas sociales entre individuos y grupos sociales.

El desafío para los ciudadanos, las organizaciones civiles y los movimientos sociales no es cómo aparecer en los medios, tampoco cómo apropiarse de ellos, suena tan utópico como hacer de cuenta que no existen; el verdadero reto es aprender a servirse de ellos para poder incidir en la definición de los tiempos, formas y contenidos de los canales de participación. Esto también implica desarrollar la capacidad de hacer valer sus argumentaciones en el plano discursivo, de crear sentidos colectivos y significados comunes, sin dejar de reivindicar los intereses propios.

- c) Al participar en los contenidos y en los consejos consultivos, los ciudadanos defienden los valores del grupo social al que pertenecen. Para Winocur es claro que “los sujetos únicamente se constituyen en individuos públicos en tanto que se convierten en ciudadanos y en tanto que son capaces de tomar decisiones como tales”.

Serrano también ha estudiado la participación social como condición del servicio público de radiodifusión. Afirma que:

La participación de la sociedad civil y de la ciudadanía está en el origen mismo de la formación de la democracia, del derecho y del Estado, y de la determinación del bien y del interés público. No obstante, en el desarrollo histórico la referencia a la soberanía popular y a la voluntad social ha quedado más que nada como término retórico, sin una incidencia significativa en la práctica y en el ejercicio de la actividad política (2006: XI).

Como hemos visto, el proceso de participación social se había visto mermado en las últimas décadas del siglo xx por causa del debilitamiento del Estado, ya que este no había podido proveer nuevos mecanismos de participación institucional ni fortalecer los ya existentes.

Hoy, el mercado ha influido en las formas de participación social, y la participación ha sido limitada en la toma de decisiones en las instituciones políticas; de aquí que en algunos países europeos y en Estados Unidos los medios de radiodifusión pública han resuelto la participación con el apoyo de plataformas tecnológicas como la internet, donde los ciudadanos pueden opinar ampliamente en determinados programas o, como ya se mencionó, a través de la participación en los consejos de programación.

Serrano considera los procesos de participación en un medio como “una saludable reacción que intenta restablecer la acción del sujeto en la construcción y desarrollo de los procesos históricos” (2006: XII), porque representan formas de “reconstrucción social y ciudadana” y de diversidad cultural y plural.

Los cinco principios analizados anteriormente se traducen en funciones concretas dentro de los contenidos de los medios de servicio público. Es a través de la *utilidad social* de los contenidos que la radio pública cumple con su responsabilidad social y cultural. No basta con que el medio goce de

una definición jurídica o de autonomía, sino que tenga un compromiso con la sociedad en sus emisiones cotidianas. Es por ello que la producción de contenidos en las experiencias de modelos de radiodifusión pública exitosos busca la coherencia con estos principios, ya que la utilidad social está íntimamente relacionada con las funciones que cumple y que puede ser evaluada por cuatro funciones sociales:

1. Informativa
2. Educativa
3. De difusión cultural
4. De entretenimiento lúdico

1. *La función informativa* se relaciona con el derecho a la comunicación y a la libertad de expresión que tienen los ciudadanos. Por medio del servicio público el Estado amplía y garantiza dicha práctica necesaria para el bienestar social y el fortalecimiento de la democracia. Es una actividad con la que diferentes instituciones públicas y privadas y diversos sectores de la sociedad civil informan asuntos públicos a los ciudadanos (educación, salud, cultura, ciencia, etc., que ocurren en el mundo), con la finalidad de que puedan opinar y tomar decisiones sobre su vida y sobre aquellas cuestiones relacionadas con la política del país.

Para Serrano, la programación de los contenidos debe adoptar el punto de vista del ciudadano y “se debe diseñar con base en la expresión plural de la diversidad que constituye la nación; la cobertura nacional y la expresión descentralizada de la comunidad nacional; la búsqueda creativa de nuevos formatos y la atención a la demanda de públicos minoritarios” (2006: 14).

Particularmente, la diversidad y la pluralidad cultural y política han sido la preocupación académica de otros investigadores como McQuail (1998), Bustamante (1999), Fuenzalida (2000) y P. Ortega (2007), entre otros, porque es precisamente con la inclusión de estos principios que la programación contribuye a edificar lo *público*.

La programación atiende a un público que convive en un contexto de pluralidad cultural y no solo político. La pluralidad en el servicio público refleja las diferentes formas de vida de los ciudadanos y, más específicamente, sus perspectivas políticas y culturales sobre asuntos sociales. Cada persona defiende sus intereses y los hace visibles en su grupo social. La puesta en práctica del pluralismo en los medios de comunicación es un principio fundamental en los países para forjar la libertad de expresión y la democracia. A este respecto, Becerra y Mastriani afirman que:

... la circulación de información diversa y plural estimula la convivencia democrática, protege y legitima la diferencia de opiniones, permite consolidar posiciones, espacios y procesos de construcción cultural con dimensión autónoma y colabora con el contraste entre perspectivas y análisis para elaborar colectivamente síntesis superadoras a partir de lo real (2007: 460).

Sin embargo, en Estados Unidos, Canadá y el Reino Unido el problema del pluralismo en algunos medios de comunicación del mundo radica en cómo tener en cuenta todos los intereses de la sociedad, especialmente en sociedades multiculturales donde convergen sectores sociales con diversas formas de pensar.

A su vez, Patricia Ortega afirma que: “Muchos de los modelos públicos europeos que durante años funcionaron como monopolios han tenido que abandonar la uniformidad de sus contenidos para reflejar la expresión de los diversos grupos sociales, así como de las diversas visiones de lo local, lo regional, lo nacional y supranacional” (2006: 211).

La *diversidad* marca la diferencia de los distintos grupos políticos, religiosos y socioculturales, y está intrínsecamente relacionada con la pluralidad de contenidos, porque las diferentes opiniones y voces escuchadas en los programas representan la multiplicidad de sectores de un país, incluyendo a los más vulnerables o minoritarios.

Para McQuail, “la diversidad de los medios contribuye al orden social porque promueve la libre expresión del descontento o el disenso y ofrece vías distintas de compromiso” (1998: 216). Por tal motivo, la programación es diversa cuando los contenidos, temas y formatos se dirigen a los gustos y necesidades cotidianas de los diferentes grupos sociales de una nación, los cuales se distinguen por sus diversas características: religión, costumbres, lenguaje, educación, condición económica, entre otras.

En algunos países, la diversidad es un principio determinante en la programación. Por ejemplo, McQuail observa que:

En Canadá el objetivo de la normativa ha sido que los medios presten servicio a una sociedad multicultural. En los Países Bajos, la diversidad contempla las necesidades culturales de los sectores (religiosos, políticos, socioculturales) que tradicionalmente constituyen los “pilares” de la sociedad, y también el acceso habitual de muchos grupos *minoritarios* [...] *La cláusula* principal en sucesivas leyes holandesas sobre emisión estipula el requisito de que todo grupo que pretenda ser un emisor demuestre que representa una corriente política, religiosa o filosófica distinta e importante con vigencia en la sociedad. En muchos casos, la reciente legislación europea sobre medios prevé novedosas formas de acceso a radios locales de menor escala, hasta cierto punto resguardadas de presiones comerciales y políticas (1998: 215).

Por otra parte, realizar una estrategia de programación que multiplique no solo los formatos sino también los contenidos es el talón de Aquiles de muchas radiodifusoras de servicio público en este siglo XXI, porque requiere de capacidades creativas en la producción y un arduo trabajo en el lenguaje radiofónico para poder expresar contenidos que sean de interés para un amplio público.

Para hacer frente a este problema, en países donde hay una tradición de producción para la radio de servicio público, los productores han tenido que utilizar las plataformas tecnológicas para poder llegar a

los adolescentes; o bien, han usado estructuras narrativas en los noticieros en donde el protagonista es el ciudadano y no solo los líderes políticos y sociales (*Morning Edition* y *All Things Considered* en NPR; *Breakfast* en ABC Radio National).

En programas de difusión cultural, por ejemplo, se han empleado estrategias de producción que contextualizan los contenidos para hacerlos más entendibles y atractivos para un público más diverso, y los que contribuyen a prevenir estereotipos sobre clase social o pertenencia étnica, prejuicios y a fortalecer la equidad social.

De acuerdo con McQuail (1998), la diversidad se contrapone a cualquier tiempo de dominio o superioridad cultural; asimismo, a que se relaciona con el cambio social, la innovación, la creatividad y la originalidad en todas las esferas de la vida social y cultural, factores determinantes para el progreso y la estabilidad de una nación.

En Australia, Canadá y Estados Unidos, algunos programas son coproducidos incluso por organizaciones que atienden cuestiones de diversidad; de modo que los contenidos se encuentran debidamente articulados con este tipo de políticas.

2. *La función educativa* se refiere al fomento de la educación no formal, donde cuyos contenidos ilustran el aprendizaje de cultura general. O bien, a aquella que respalda los contenidos escolares, el rendimiento educativo y las necesidades cotidianas del hogar; asimismo, fortalece la autoestima y el protagonismo de los escuchas. Fuenzalida define esta función como aquellos contenidos que ayudan a enfrentar “los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar (salud, física, apresto y rendimiento escolar, drogas, delincuencia, violencia familiar, calidad en la relación afectiva, etc.)” (2000: 111).

Los contenidos educan lúdicamente y de manera reflexiva, informativa y festiva: con educar no se refiere solo a los contenidos que apoyen la enseñanza de los idiomas o cierta unidad temática del sistema escolar, sino al aprendizaje de un universo de temas que fomenten la reflexión y el cuestionamiento en el escucha. Uno que ligue al entreti-

miento con el aprendizaje y en donde quede fuera la información superflua. Asimismo, la programación está abierta a las propuestas de los radioescuchas.

3. *La función de difusión cultural* primordialmente contribuye a enriquecer el bagaje cultural de los escuchas. Los contenidos orientados al servicio público son expresión de la cultura que ayudan a construir y promover identidad nacional, justicia e igualdad social, tolerancia, diversidad cultural, cuidado del medio ambiente, protección a la niñez y la tercera edad, mujeres y grupos vulnerables, entre otros.

Aquí la cultura no se entiende solo como un conocimiento de las bellas artes sino que, al difundirla, también se refuerzan el rendimiento escolar y la educación. Serrano lo define de la siguiente manera:

Debe ser un factor de integración de la fragmentada vida urbana a través de imágenes que sean capaces de articular estética, conocimiento y disfrute; contribuir a la alfabetización de la sociedad en los nuevos lenguajes y escrituras audiovisuales; contribuir para el reencuentro creativo de los jóvenes con su propia sociedad; asegurar calidad a través de competitividad, profesionalismo, innovación e impacto social de lo que produce (2006: 12).

Según el autor, los realizadores y funcionarios tienen como reto ser receptivos de las transformaciones culturales para generar programas que impacten en la vida cotidiana de la audiencia.

4. *La función de entretenimiento lúdico* se expresa a la par de las tres anteriores, es decir, de una manera “lúdico-afectiva y festiva” (Fuenzalida, 2000: 111) que manifiesta el respeto y la construcción de vínculos afectivos con otros individuos que comparten problemas cotidianos similares y diferentes formas de vida.

Aparte de tener funciones sociales específicas, los contenidos se producen en cuanto a los objetivos de la programación. Un medio de servicio público implica también una estrategia en ella y no solo progra-

mas aislados. En la actualidad, una de las características que se observa en los contenidos de utilidad social de los medios de servicio público europeos y norteamericanos es su coherencia en su discurso a lo largo de la barra programática, incluso aun cuando existen anuncios de patrocinadores.

En décadas recientes, las experiencias en diferentes partes del mundo han demostrado que los sistemas de radiodifusión pública logran legitimidad social a medida que la programación produce contenidos de utilidad social. Al respecto, Fuenzalida afirma que la legitimidad se logra brindando “un sentimiento de gratificación y orgullo en la audiencia. Se requiere de una programación que sea percibida por una audiencia masiva como satisfactoria, acompañadora, útil y aportadora” (2000: 110).

En algunos sistemas de radio pública como NPR y PRI, en Estados Unidos, o la BBC en el Reino Unido, los contenidos son también programados en función del beneficio de los hábitos de la audiencia y no en favor de los anunciantes o de un organismo público o privado (el Estado, una corporación o los mismos directivos de la estación).

En las sociedades modernas, una institución es legítima de acuerdo con su naturaleza legal y normativa, su poder de representación ante la sociedad en general y el consenso público. Sin embargo, otros elementos determinan la *legitimidad*. Algunos son: la relación directa que mantienen las instituciones con los actores sociales, el hecho de que estas promuevan las creencias y valores de sus seguidores y la congruencia entre la misión del organismo y lo que este hace (Abercrombie *et al.*, 2006).

Por otra parte, además de su utilidad social, los contenidos en los medios de servicio público han estado ligados al concepto de calidad. Esta idea ha estado presente en el debate internacional desde la década de los ochenta. Autores como Bustamante (1999 y 2001); Fuenzalida (2000 y 2002); Serrano (2006), Ranieri (2000) y McQuail (1998) han vinculado la calidad a lo estético de los contenidos y a su impacto social.

McQuail ha estudiado también este concepto. En su libro *La acción de los medios...* explica la participación del Estado, la sociedad, la audiencia y los comunicadores en su definición. El autor subraya que en este proceso se requiere articular sobre todo los valores y necesidades de la sociedad con aquellos del resto de los actores involucrados (1998: 36-37). Además, reconoce que el problema para evaluar la calidad radica precisamente en identificar el *interés* de la sociedad en general y de qué manera traducirlo en contenidos programáticos que beneficien el bien común. También sostiene que los criterios de calidad “... adoptados serán aquellos que los investigadores han elegido aplicar por distintas razones. Simplemente, no se dispone de criterios de evaluación universales y muchos de los seleccionados a menudo deben su relevancia a la casualidad y las circunstancias pasajeras de tiempo o lugar” (1998: 36-37).

La idea de calidad es considerada de distintas formas en la mayoría de los medios comerciales y públicos; incluso se le ha confundido con las funciones de servicio público. De acuerdo con Terribas, los directivos de la televisión [y la radio] comercial anteponen las prioridades económicas a las necesidades culturales con el argumento de que

... satisfacer al máximo número de espectadores es igual a satisfacer los deseos de calidad de sus audiencias. Por su parte, los profesionales de las televisoras públicas sitúan las funciones de servicio público como si fueran los objetivos de la calidad. Pero [...] no son lo mismo; el servicio público no garantiza por sí solo la calidad de los contenidos de un medio... (cit. en P. Ortega, 2010: 75).

Para ambos sectores, público y privado, la ética es un criterio que se encuentra presente en su discurso sobre calidad. Para el primero, “la ética define la calidad de los productos desde el momento en que ningún producto se programa únicamente por motivos de éxito comercial” (Terribas, cit. en P. Ortega, 2010: 75). Mientras que para los empresarios

de la televisión [y radio] privada, los valores éticos se relacionan con la no violación a los derechos del espectador y con el respeto a la pluralidad y diversidad, responsabilizando a las audiencias de poner límites a las televisoras (2010: 75).

CUADRO 3. Servicio público de radio.

Principios	Función social (utilidad social de los contenidos)
Institucionalidad	Función informativa
Universalidad	Pluralidad de la información
Finalidad de no lucro	Diversidad de la información
Autonomía económica y política	Función educativa
Participación social	Función cultural Función de entretenimiento lúdico

FUENTE: elaboración propia.

En el siguiente capítulo evaluaremos los contenidos en relación con su utilidad social, no con su calidad.

Después de haber explicado las condiciones y funciones sociales que conforman la noción de servicio público, trataremos de definir un modelo que la explique y que utilizaremos en esta investigación.

III. POLÍTICAS NEOLIBERALES Y LA RADIO ESTATAL EN MÉXICO

ANTECEDENTES

HASTA LA PRIMERA DÉCADA DEL SIGLO XXI, el Estado mexicano no se había preocupado por desarrollar la radiodifusión como servicio público. Creó emisoras estatales y culturales, pero con ausencia de una política de Estado. En ese entonces, no existía un marco jurídico que asociara la radiodifusión pública con el servicio y que definiera el concepto de este.

En el artículo 4º de la Ley Federal de Radio y Televisión, de 1960, se lee: “La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”. El artículo no definía qué era interés público ni cómo el Estado debería realizar su protección y vigilancia, tampoco cuál era la función social y en qué consistía.

El especialista Raúl Cremoux ha criticado, desde hace décadas, la ausencia de una definición jurídica para los medios estatales y culturales que les proporcionara un respaldo para realizar actividades de servicio público. Al referirse al artículo 4º de la Ley Federal de Radio y Televisión, señala:

La radio y la televisión son calificadas de *interés público*, y no como lo que en realidad es y debió haber sido tipificado: servicio público [...] La radiodifusión es la única explotación y uso establecido como vía general de comunicación en el país que no está reconocida por la ley como *servicio público*, sino como *actividad de interés público*. Esto, además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, establece prácticamente un régimen de explotación comercial, lo cual resulta ser

extraordinariamente grave, pues consigna a favor del comerciante bienes del dominio público de la nación (1989: 16-17).

Alva (1982), Fernández (1982) y Cortés e Iburgüengoitia (2009), entre otros, coinciden en que son varias las razones por las cuales el Estado no se interesó en impulsar la radiodifusión pública; estas tenían su origen en los inicios de la radio en México en los años veinte del siglo pasado.

Al igual que en Estados Unidos, la radio en México nació mixta (comercial y estatal), aunque con el predominio de la industria privada. Para Guadalupe Cortés, "... la vecindad y las relaciones económicas con este país influyeron de manera decisiva en la adopción del modelo privado y comercial que la radio siguió en este territorio" (2009: 17).

También es cierto que el gobierno del presidente Álvaro Obregón no contaba con los recursos para desarrollar una nueva industria y tuvo que confiar el crecimiento de la radio al capital privado. Como lo indica Fátima Fernández:

Al término de la lucha armada, los principales núcleos de la burguesía porfiriana, admitiendo la pérdida de su poder político, inician una nueva etapa del capitalismo bajo las reglas del juego que impone la Constitución de 1917.

En el momento en que se logran las primeras emisiones radiofónicas en México, el grupo sonoreense se ocupa, por una parte, de legitimar al movimiento que causó la muerte de Carranza y, por otra, de iniciar la reconstrucción económica del país, estableciendo nuevas alianzas con la burguesía financiera del Porfiriato, así como con las potencias extranjeras afectadas por la Carta Magna.

Es así que en el proyecto del nuevo Estado mexicano no queda contemplado el control de la radio [...] En cambio, los logros radiofónicos de 1921, llevados a cabo por algunos técnicos mexicanos en diferentes ciudades del país, lograron enseguida atraer la atención de diversos grupos económicos... (1982: 88-89).

Alva también comenta sobre el nacimiento de la radio:

El capital industrial y bancario que instala su infraestructura se integra casi en su totalidad de capitales extranjeros... A finales de la década de los veinte y principios de los treinta se inicia la penetración del capital monopolista internacional en la radio nacional. En 1930, con la intervención de la Mexico Music Corporation –filial de la transnacional RCA– como socio mayoritario, se funda la estación comercial más importante de América Latina: la XEW (1982: 45).

Desde principios de la década de los cuarenta, las alianzas de empresarios y la participación minoritaria del Estado en este sector marcaron la expansión de la radio comercial en el siglo xx. Alva (1988: 130), Fernández (1982: 34-43), y más recientemente Cortés e Iburgüengoitia (2009: 24-26), entre otros, coinciden en que estas alianzas permitieron que la radio comercial creciera de forma exponencial tanto en programación como en comercialización.

La radiodifusión comercial acaparó el cuadrante y se consolidó como un negocio muy lucrativo en el que participaban tan solo algunas familias, las cuales fueron consolidando grupos que tenían injerencia en la vida política y económica nacional. Un ejemplo de ello era la fundación de Radio Programas de México (RPM), conformada por Emilio Azcárraga y Clemente Serna, en 1941 –corporación que, de acuerdo con Alva, “llegó a [...] cubrir casi la mitad de las estaciones existentes en el país” (1988: 130).

El fortalecimiento de los grupos empresariales desde la década de los cuarenta condujo a la concentración del capital, primero, en la radio y, luego, en la televisión. Asimismo, tuvo otras consecuencias, como apunta Fernández: “... incidir en los procesos legislativos, garantizando condiciones favorables para la expansión de los mercados” (2000: 121-122).

Entre los investigadores analizados existe un amplio consenso sobre el hecho de que mientras el Estado apoyó el despliegue del modelo

comercial, la radio estatal quedó relegada a un segundo plano y desvinculada de una política de comunicación social.

EL SURGIMIENTO DE LA RADIO ESTATAL

A principios de los años veinte, el Estado mexicano intentó impulsar un sistema mixto de radiodifusión; fundó sus propias estaciones y dio facilidades a los particulares para crear las suyas. Las emisoras de titularidad estatal servirían principalmente para difundir información noticiosa y pronósticos del tiempo. Para darle institucionalidad a esta política se creó el Departamento de Radio, suscrito a la Dirección General de Telégrafos de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

Mejía (1989: 29) documenta que el gobierno incluso hizo donaciones de equipo a organizaciones sindicales para que establecieran sus estaciones: CROM, Federación Obrera Hidalguense de Pachuca, Centro Obrero Progresista de Jerez Zacatecas, la Escuela de Ciegos y el Hospicio de Niños. Pero los intentos no progresaron, salvo por las radiodifusoras CZA y CZZ, instaladas en 1923.

El 30 de noviembre de 1924, la Secretaría de Educación Pública inauguró la CZE, pero sus transmisiones solo duraron cinco años. Para Alva (1982), la emisora no tuvo mayor impacto en la sociedad y su fracaso se debió al poco tiempo que estuvo al aire y a la inestabilidad política y económica que vivía el país. Es hasta comienzos de los años treinta cuando la radiodifusora regresó al aire, pero con las siglas XFX (Mejía, 2005).

Alva también documenta otros intentos para fundar radios estatales, como el Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP) y la XEFO, fundada en 1931 por el Partido Nacional Revolucionario (PNR), “que con una emisora de la Secretaría de Educación Pública se enfrentaba al bloque de la industria radiofónica comercial, entonces en su mayor auge” (1988: 43).

El 27 de mayo de 1941, Jalisco se convirtió en el primer estado en impulsar una emisora estatal, pues los anteriores esfuerzos habían sido

desde el centro y la federación. La XEJB empezó trasmitiendo en onda corta, pero el primero de febrero de 1960 transitó a la banda FM. De acuerdo con la jalisciense Cristina Romo, la XEJB fue una iniciativa del gobernador de Jalisco, Silvano Barba González, quien “la concebía como un instrumento propagandístico” (1990: 68).

Además de las anteriores, durante varias décadas no hubo otras experiencias de radio estatal. Fue hasta 1968 que la XEEP, Radio Educación, reinició sus transmisiones en la Ciudad de México. La emisora fue creada como un órgano desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública: “Según el acuerdo publicado en el *Diario Oficial de la Federación* el 22 de noviembre de 1968, cuando se le asignaron los objetivos de difundir los valores culturales del pueblo mexicano, expresiones musicales, cuentos y dar voz a quien en las estaciones comerciales no la tiene” (Romo, 1990: 62).

A finales de la década de los sesenta, en la radio mexicana comercial predominaba el formato musical, el cual abarcaba 90% de la programación (Romo, 1990: 63); por esta razón, desde su reapertura, Radio Educación se convirtió en una opción diferente en el cuadrante, ya que programaba otras propuestas, tanto de contenidos como informativos.

Cortés e Iburgüengoitia evalúan el surgimiento de Radio Educación de la manera siguiente: “Esta radio –que en sus orígenes fue impulsada con fines políticos, experimentales y hasta apasionados proyectos de servicio a la nación– después de algunos años decayó tanto que poco a poco desapareció casi totalmente para resurgir otra vez de manera importante hacia 1970...” (2009: 29).

Cortés coincide con el investigador Miguel Granados Chapa acerca de los inicios de la emisora: “No se distinguía ‘sustancialmente del resto del sistema de la radiodifusión mexicana’ (Granados Chapa, 1980: 94), y que no es sino hasta 1972 cuando comienza un proceso de definición que hoy continúa...” (Romo, 1990: 63).

Enrique Atonal fue director del sistema de radio, de 1970 a 1976, y se propuso desarrollar una radio cultural, no solo educativa, como se le

había encomendado. Durante su administración, Atonal sentó las bases para difundir contenidos de utilidad social que, hasta la fecha, aún perduran.

En 1970, Atonal recién egresaba de la Universidad Nacional Autónoma de México y tenía una idea amplia de lo que era la cultura. Contrató a un equipo de colaboradores que quería romper con las formas tradicionales de entenderla –muchos de ellos eran estudiantes o egresados universitarios y pertenecían a ese pequeño sector de la población que había simpatizado o participado en el movimiento estudiantil de 1968 en México.

Guadalupe Cortés, productora de Radio Educación en aquel periodo, recuerda que Enrique Atonal decía: “La radio es una modificación del entorno a través de la cultura. Él siguió los apuntes de Bertolt Brecht. Todo lo que aprendimos se lo debemos en gran parte a Enrique Atonal. Él era un apasionado de la radio. Los que llegamos a Radio fuimos formados por el 68” (entrevista, 2008).

Las rupturas políticas y sociales que ocurrieron a finales de la década de los sesenta alrededor del mundo ayudaron a que surgieran nuevos movimientos musicales que rompían con formas de pensar y de producir música. Las temáticas sobre el cine también se diversificaron; ya no solo tenían que ver con los melodramas familiares sino con la sexualidad y otras problemáticas mundiales. El equipo de producción de la radiodifusora investigó estas nuevas propuestas culturales e incorporó muchas en sus contenidos –música ranchera, huapangos, blues, etcétera.

Enrique Atonal también decía que la regla es romper las reglas. La única regla que existe es calidad [...] Los asesinatos se cometen frente a los micrófonos de Radio Educación porque nadie se iba a enterar”, afirma Cortés. Esto era cierto a principios de la década de los setenta, pero él comenzó a armar la producción. “Empezamos a hacer redes con diferentes instituciones y, para los años ochenta, a mí me hablaban las editoriales para cubrir eventos (entrevista, 2008).

Está claro que al no existir una postura del Estado sobre lo que quería hacer con la radio no comercial, desde los primeros años los trabajadores y funcionarios de Radio Educación dirigieron el rumbo de la emisora. Con el tiempo, este hecho fue benéfico para la institución; en primer lugar, porque diseñaron una programación cultural que en esos años era muy escasa en el país; en segundo lugar, porque la programación reflejaba algunos de los principios relacionados con el servicio público de radiodifusión, tales como la pluralidad política y cultural en la información y otros valores como la justicia y la equidad social. Estas características de la programación se fueron cimentando en la siguiente década, a pesar de la incapacidad del Estado para respaldar dichos esfuerzos con una política de comunicación que apoyara el desarrollo de la radiodifusión pública.

Cuando el presidente Luis Echeverría llegó al poder en 1970, explica Cortés:

Quiere conquistar a todos y reconciliarse con todos. Es la Latinoamérica de las dictaduras. En ese contexto se le dedicó todo un día de programación al golpe de Estado en Chile en septiembre de 1973. Se recibieron muchas llamadas del auditorio, así como de la embajada de Chile. Sin embargo, esto no impidió que se siguieran realizando producciones parecidas (entrevista, 2008).

Desde entonces, se hicieron noticiarios culturales o programas experimentales, por ejemplo, la adaptación de *El Quijote de la Mancha* con la que, más que recuperar el género de la radionovela, se pretendía que la obra se escuchara en la radio (Radio Educación, 2008: 60).

Atonal tenía el apoyo de Carmen Millán, responsable de la Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación (lo que hoy es la DGEA) de la SEP. Radio Educación estaba subordinada a dicha dirección y Atonal era el responsable. Posteriormente, debido a los conflictos magisteriales, la dirección se dividió en dos: Dirección de Divulgación y Biblio-

tecas y Dirección General de Educación Audiovisual. Radio Educación quedó adscrita a la primera.

Además de la XEEP y la XEJB de Jalisco, hubo otra experiencia de radio estatal en el país: el 12 de octubre de 1973 el gobierno de Aguascalientes abrió las puertas de la XENM; esta radio nació con fines culturales y con el tiempo amplió sus horizontes hacia la información (Romo, 1990: 70).¹

En este periodo, el gobierno de Luis Echeverría creó un plan para expandir la estructura de radios estatales en México; esta medida política fue parte de los intentos de intervención y control del Estado en la información. En este sexenio, el gobierno trató de inmiscuirse sobremanera en otros asuntos internos del país, como “la producción, aumentos salariales a los sindicatos” (Meyer, 2006: 896-897), entre otras cuestiones. Además, Meyer explica que este hecho “colocó al gobierno del presidente Echeverría en choque directo con el sector privado” (2006: 897).

Autores como Sánchez (2005: 411) y Cortés e Ibargüengoitia, entre otros, afirman que el gobierno del presidente Echeverría tuvo enfrentamientos con los concesionarios de la radio y la televisión; el pretexto fue la influencia de los medios en la vida de los niños y los jóvenes, así lo afirmó durante la X Semana Nacional de la Radiodifusión. La confrontación con los concesionarios, según Cortés e Ibargüengoitia, ayudó a que Radio Educación recibiera “todo el apoyo de Luis Echeverría Álvarez” (2009: 30).

El mismo Echeverría puso en marcha una política gubernamental de comunicación desde el inicio de su sexenio; en ella creaba dos subsecretarías dedicadas a la gestión de la información pública. El alto nivel de estas instituciones daba cuenta de la importancia que le otorgaba a la comunicación gubernamental (Sánchez, 2005); sin embargo, su polí-

1 Hasta el 1 de diciembre de 1987, y ya como parte del Sistema de Radio y Televisión de Aguascalientes, se convierte en organismo descentralizado.

tica no fue suficiente para evitar una mayor concentración de la radio comercial.

Ocurrió un proceso de concentración del medio, de tal manera que, para 1977, 15 grupos controlaban 84 por ciento de las estaciones comerciales en México. En 1970 había 604 estaciones de radio en el país, de las cuales 580 eran comerciales y 24 culturales; en 1975 eran un total de 696 (668 comerciales y 24 culturales) (Sánchez, 2005: 411).

Según este autor, “en 1971, varios funcionarios de alto nivel del gobierno de Luis Echeverría comenzaron a hacer críticas públicas al funcionamiento de la radio y la televisión. Al parecer, el gobierno federal quería ejercer un mayor control sobre los medios” (Sánchez, 2005: 411).

Al analizar este periodo, Cortés e Ibargüengoitia explican que “su proyecto de instalar un sistema de medios de comunicación estatal fue continuado por José López Portillo, quien impulsó la proliferación de las radiodifusoras culturales en todo el país y creó la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía” (2009: 30).

De las 24 emisoras culturales, 11 eran estatales y pertenecían a los gobiernos de Nuevo León, Campeche, Sonora y Guanajuato, además de Nayarit (Romo, 1990: 60-61). Estas radiodifusoras pretendían ser un medio de comunicación entre los ciudadanos y el gobierno y fomentar el desarrollo cultural de las localidades; sin embargo, el desempeño de cada estación varió de estado a estado.

De acuerdo con Romo, la XHHB-Radio Sonora brindó un amplio servicio a diferentes sectores sociales con programas informativos y de difusión de la cultura; la XECU, de Campeche, se inclinó por contenidos culturales; en las emisoras de los estados de Nuevo León y Guanajuato se emuló la programación de las radios comerciales. En Guanajuato, en particular, las estaciones arrancaron con deficiencias en la producción y la programación debido al desinterés del gobierno (1990: 74-77).

TABLA. 1. Radiodifusoras estatales creadas en el sexenio del presidente José López Portillo (1976-1982).

Estado	Indicativo de señal	Adscripción	Fecha de fundación
Nuevo León	Monterrey, XEQI AM 1510, FM 102.1 Cerralvo, XHCER FM 100.3 Linares, XHNAR FM 103.3 Montemorelos, XHLOS FM 95.0 Sabinas, XHSAB FM 89.5	Gobierno del Estado	1978
Nayarit	Radio Aztlán, ² XETNC-AM	Gobierno del Estado ³	25 de noviembre de 1980
Campeche	Campeche, XECUC AM 1580	Radio Casa de la Cultura de Campeche	1981
Sonora	Hermosillo, XHHB FM 94.7	Gobierno del Estado Radio Sonora	1982
Guanajuato	León, XHLTO FM 91.1 Guanajuato, XHJUA FM 100.7 San Miguel Allende, XHSML FM 91.3	Gobierno del Estado La Voz de Guanajuato	20 de noviembre de 1982

FUENTE: elaboración propia con base en información proporcionada por Romo (1990).

En 1979, el gobierno federal sumó tres estaciones a la radiodifusión estatal al adquirir tres radiodifusoras (XEMP, XERPM y XEB) del Grupo Radio Fórmula, el cual tenía problemas económicos desde 1976. Mejía (2005) denomina a esta modalidad como radio comercial-estatal. Estas tres estaciones serían el pilar sobre el que se constituiría el Instituto Mexicano de la Radio en el siguiente sexenio.

Para Sánchez, “entre diciembre de 1978 y febrero de 1979 las secretarías de Hacienda y de Comunicaciones y Transportes decidieron adscri-

2 No se encontraron datos suficientes de la fecha de creación de este sistema, por lo que se consultó la página <http://www.radioaztlan.com.mx/datos.html>.

3 El 20 de septiembre de 1999 pasa a formar parte de la Unidad de Comunicación Social del Gobierno del Estado de Nayarit.

bir las estaciones a la Secretaría de Gobernación, donde serían encargadas para su operación a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía” (2005: 421).

A pesar de las dificultades financieras y fiscales del Grupo Radio Fórmula, en el sexenio de López Portillo: “La radio comercial [...] mostraba un muy alto grado de concentración en su control a fines de los años setenta, en especial las estaciones de amplitud modulada (AM), donde dos terceras partes de las emisoras eran controladas por los principales ocho grupos...” (Sánchez, 2005: 421).

Al hacer un recuento sobre este periodo, Sánchez explica que “el intervencionismo del sexenio echeverrista se vio atemperado durante el de López Portillo, aunque no se pasó a un modelo neoliberal propiamente” (2005: 418).

Primero con Echeverría, y luego con López Portillo, se inició el desarrollo de la radio estatal en el marco de una estrategia gubernamental de medios de comunicación. Sin embargo, esta medida no llegó a consolidarse como una política de Estado que promoviera la autonomía política y financiera a la radiodifusión estatal e incluso se le ligara con funciones propias de un sistema de radiodifusión pública.

Mientras las emisoras definían su programación, Radio Educación continuó consolidando el perfil cultural y educativo que Atonal había iniciado y que siguió Miguel Ángel Granados Chapa a partir de 1977, cuando asumió el cargo de director de la XEEP, y definió el perfil de la estación de la manera siguiente:

Radio Educación no es estrictamente hablando una radio educativa, en el estricto sentido; en el sentido restringido de la expresión, no es una frecuencia dedicada a la difusión de programas escolares para la consecución de algún grado, sino que es una emisora cultural que incluye entre su programación algunos programas educativos [...] es una emisora que reconoce la existencia no de la cultura concebida tradicionalmente, sino que admite la existencia de varias culturas (cit. por Romo, 1990: 64).

A casi una década del inicio de sus emisiones, Radio Educación fue más allá de ser una radio educativa; era ya una radio estatal y cultural que promovía la diversidad en sus contenidos, otra característica del servicio público de radiodifusión. Esto era fundamental en un país cuya sociedad no reconocía ampliamente la vasta existencia étnica y cultural ni tampoco el gobierno hacía grandes esfuerzos para impulsar el reconocimiento de dicha diversidad entre los ciudadanos.

Desde sus inicios, los primeros directores y trabajadores de Radio Educación tuvieron la convicción de que la emisora debía cumplir funciones sociales y de servicio público, lo que se reflejó en sus contenidos. Como institución cultural contribuía a dar voz a grupos sociales que no eran visibles en otras instituciones o medios de comunicación –especialmente los comerciales.

Radio Educación se descentralizó en 1978 mediante el Acuerdo 21, publicado el 22 de noviembre; la expedición fue apoyada por el entonces secretario de la SEP, Fernando Solana, funcionario cercano a Granados Chapa.

El objetivo del documento proponía que Radio Educación realizara las siguientes funciones:

Apoyar, a través de la radio, la enseñanza a cargo de la SEP, especialmente la enseñanza abierta; promover y difundir programas de interés cultural y cívico; transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional; operar las emisoras XEEP y XEPPM (amplitud modulada y onda corta, respectivamente) de cuyos permisos es titular la SEP así como de las demás frecuencias que se le asignen; integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación; proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten; difundir programas de información y análisis; promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión (Radio Educación, 2008: 256).

Según Romo, el Acuerdo otorgó “personalidad jurídica propia” (1990: 64) a la emisora, contribuyó a fortalecer sus actividades de programación, regularizó el pago de salarios y creó un consejo consultivo, el cual logró articular los trabajos con otras dependencias de la Secretaría de Educación Pública relacionadas con la comunicación.

Miguel Granados Chapa afirma que: “El consejo consultivo derivó del Acuerdo 21. Me pareció necesario que la emisora no tuviera una dirección aislada de los trabajos de la Secretaría, sino que participaran en este consejo otras dependencias de la Secretaría, que, por su naturaleza, se vinculaban con la comunicación” (cit. por Romo, 1990: 64).

Con el Acuerdo 21, el Estado fortalecía parcialmente la institucionalidad de la emisora; le otorgaba algunas condiciones técnicas y administrativas para realizar actividades de radiodifusión educativa y cultural de manera continua y con mayor certidumbre. Pero estas condiciones no fueron suficientes para que el Estado institucionalizara a Radio Educación como una emisora de servicio público; tampoco se trató de una política de comunicación social, sino de un esfuerzo político aislado conseguido por el director de la estación.

Granados Chapa logró cohesionar a un equipo encabezado por Atonal, quien había regresado a la estación como encargado de la Dirección de Producción. Sobre este grupo afirmaba: “Hay muchísimas personas que trabajan con tesón y entusiasmo, de modo que es difícil transformar a esas personas porque no están inertes. No basta empujarlas para que se muevan” (cit. por Romo, 1990: 63).

Era claro que, para algunos especialistas de los medios como Romo, “en este periodo se afina permanentemente la personalidad de Radio Educación ya que ‘se profesionalizó, se volvió más periodística, plural, más profunda, menos visceral; su crítica se fundó en argumentos sólidos...’” (1990: 63).

Se trabajó en programas pioneros sobre divulgación de la ciencia como *Ciencia y educación* o *Relatos de cultura popular*, que difundía narraciones sobre la cultura indígena. Dentro del ámbito de la litera-

tura, la emisión de *La letra sin sangre entra* experimentaba un taller literario en la radio. Incluso había un programa para la educación de adultos, *Pásele, pásele, aquí no cuesta nada [...] aprender*.

En el ámbito periodístico se le dio un lugar privilegiado a la discusión política coyuntural de aquel momento, el derecho a la información. Desde 1976, el tuxpeño Jesús Reyes Heróles, desde la Secretaría de Gobernación, “había propiciado una gran apertura a los medios a causa de la discusión de los partidos políticos y por esta [sic] reforma política que finalmente dio luz más tarde” (afirma Gerardo Estrada, cit. en Romo, 1990: 63). Asimismo, en el programa *Testimonios de hoy* se incluyó la voz de periodistas, escritores y académicos: Julieta Campos, Rodolfo Becerril, Enrique Semo, entre otros. Con el fortalecimiento de los programas informativos el auditorio de la emisora se fue consolidando.

Dentro de los acuerdos del Sistema Económico Latinoamericano y el Sistema Informativo Latinoamericano, en 1978 se contrataron 20 corresponsales en México y en algunos países centroamericanos que estaban en guerra. La iniciativa permitió a la emisora tener credibilidad como institución mediática y comenzó a ser referencia informativa para los escuchas y sectores de la prensa (Radio Educación, 2004).

El apoyo que desde la dirección y la producción de la emisora se le dio a la información contribuyó a reforzar la independencia editorial y la autonomía informativa.

Radio Educación fomentaba la libertad de expresión en el país; esto cobraba mayor significado en un contexto político autoritario vivido en la década de los setenta, donde las ideas de libertad de expresión periodística y crítica al gobierno eran frecuentemente penalizadas por el poder Ejecutivo a través de la Secretaría de Gobernación y las dependencias de comunicación social.

Al ir fortaleciendo su función informativa dentro de sus transmisiones, Radio Educación apoyaba la utilidad social de sus contenidos y cumplía con un principio más de las actividades del servicio público de radio.

La administración de Granados Chapa también apoyó los contenidos infantiles, en estos destacaban programas como *El mundo de Balam* y *El rincón de los niños* (Radio Educación, 2004).

En 1978 se hicieron producciones de radionovelas con orientación cultural y educativa. Se adaptaron novelas clásicas, como *Las tierras flacas*, de Agustín Yáñez y *La Jesusa*, de Elena Poniatowska. En 1979 se produjeron, entre otras, *El Lazarillo de Tormes* y *El águila y la serpiente* (Radio Educación, 2004).

La música ocupó una parte importante de la barra programática con espacios como *Panorama folclórico*, *En la noche de jazz*, *Música y algo más*, *Lo nuevo y lo viejo en la música clásica*, *El espectáculo musical de la semana* y *La peña de Radio Educación* (Radio Educación, 2004).

La programación se nutrió de jóvenes escuchas que pertenecían a un pequeño sector de la población con interés en la educación y en la cultura, y que demandaba formas alternativas de expresiones culturales en los medios de comunicación. También dedicó un espacio importante para tocar rock, lo que favoreció que en la radio se generara un espacio de socialización y se promoviera la creación de los cafés cantantes, que fueron desapareciendo a raíz del festival de Avándaro, en 1971.

Como lo señala Winocur:

Radio Educación también contribuyó a la rehabilitación de espacios de encuentro masivo para los jóvenes que habían sido clausurados a raíz de lo ocurrido en el festival de Avándaro. Nos referimos a la iniciativa de Raúl de la Rosa, conductor de *Tiempo de blues*, de realizar los festivales de blues. El primer festival se llevó a cabo en la Sala Netzahualcóyotl en el año de 1978 y reunió a cientos de jóvenes. Como lo señala su organizador, la ignorancia de los funcionarios sobre las raíces del rock permitió la realización de estos eventos que convocaban al mismo público censurado (2002: 66).

De acuerdo con Winocur (2002), en la emisora se creó un estilo más coloquial para dirigirse al público. Los locutores olvidaron la vieja rutina de

poner y quitar discos y formularon estrategias para evitar la censura, comenzaron a pasar canciones del español al inglés o realizar entrevistas atrevidas a cantantes rockeros. Algunos de estos locutores fueron despedidos.

También afirma que:

Radio Educación y otras estaciones no dejaron de cumplir un papel importante en términos de ampliación y diversificación de la esfera de lo público. No solo incorporaron un nuevo sujeto discursivo –los jóvenes– al que reconocieron con necesidades propias, sino que funcionaron como vasos comunicantes en una coyuntura histórica donde la represión desatada a partir de la masacre de Tlatelolco y el festival de Avándaro habían reducido considerablemente los espacios abiertos y masivos de encuentro entre los jóvenes (2002: 67).

Granados Chapa fortaleció las actividades de programación de la emisora: impulsó la aparición de una red de radiodifusoras culturales, muchas de ellas universitarias. Aunque no tenía una estructura muy elaborada, el objetivo de esta red era intercambiar programación y proveer apoyo técnico a otras emisoras del país. También creó una unidad de investigación, en donde se inició un estudio sobre la historia de la radio cultural y educativa, así como un análisis de audiencia, entre otras tareas (Radio Educación, 2004).

Radio Educación sirvió de inspiración para emisoras como Radio Universidad Autónoma de Guerrero, la cual trató de imitar su formato y sus contenidos (Radio Educación, 2008).

A la salida de Granados Chapa en 1979, José Antonio Álvarez Lima asumió el cargo de director, de 1980 a 1982, y orientó la programación hacia la música mexicana y de varias regiones del mundo. Se produjeron programas como *El lado oscuro de la luna*, en donde participaba Juan Villoro, principalmente (Radio Educación, 2008: 80).

En efecto, en la primera década de Radio Educación se encuentran los cimientos de una programación con una función informativa y cultural y no solo educativa, como se estipulaba en la misión de la radiodifusora. La emisora pudo entender la cultura desde una perspectiva más amplia y abierta; no solo desde la llamada “alta cultura”, sino también a partir de otras manifestaciones de la cultura popular y política.

Esto fue trascendental en el contexto de la década de los setenta y principios de los ochenta en México: los espacios dedicados a la educación y a la cultura, que abordaban críticamente temáticas culturales y políticas fundamentales para el desarrollo social y cultural de la nación, eran escasos. Por ejemplo, había apenas algunos dedicados a la cultura indígena y Radio Educación fue la pionera en promoverlos; otros casos fueron los contenidos sobre la divulgación de la ciencia, la educación para adultos, el derecho a la información, la música folclórica nacional e internacional, el rock; incluso la información provista por corresponsales latinoamericanos contribuyó al entendimiento de la cultura desde una mirada más crítica.

Aun así, la mayor parte de las instituciones de educación y cultura, incluso la escuela, obviaban la discusión de las problemáticas culturales; la relacionaban más bien con una visión culturalista como el folclor, la anécdota, las tradiciones, las bellas artes, por citar algunos ejemplos.

La cultura en los medios de comunicación audiovisual, tanto privados como estatales, era escasa. Uno de los pocos espacios de los medios audiovisuales donde aparecía era el Canal 8 de Televisa, en la década de los ochenta, aunque las producciones culturales y educativas eran provistas por la SEP y TV UNAM. Para autores como Toussaint (1985: 49-51), su visión sobre la cultura era estrecha e incluso tendenciosa.

Estos hechos permitieron a Radio Educación consolidar gradualmente una audiencia que demandaba contenidos críticos, los cuales no se escuchaban en la radio comercial de la zona metropolitana. También se convirtió en punto de referencia para otras radios estatales sobre la función social que deberían realizar los medios no comerciales, e incluso

sobre los alcances que podrían tener los medios estatales en caso de convertirse en públicos.

Esta percepción era compartida tanto al interior como al exterior de la emisora. Como mencionó Granados Chapa, muchos de los trabajadores de Radio Educación se caracterizaban por ser críticos; también por hacer evaluaciones constantes sobre las actividades cotidianas de la emisora, lo cual, desde este periodo, fue fundamental para hacer una excepción a Radio Educación dentro del cuadrante.

Sobre esta época el excolaborador de la emisora, Daniel González, afirma:

A pesar de ser una radiodifusora sostenida con recursos públicos y dependiente del gobierno, siempre mantuvo una enorme independencia en la programación de sus contenidos. Aguerrida, contestataria, solidaria con los movimientos sociales, fue aquí donde se gestó el estilo de programas que daban voz al radioescucha con el propósito de cuestionar la agenda oficial. Así, el estilo de Gutiérrez Vivó, Ciro Gómez Leyva, José Cárdenas o Carmen Aristegui sería impensable sin lo que Radio Educación estableció desde la década de los setenta. Y en un periodismo democrático y de investigación continuó, sin duda, la gestión de Miguel Ángel Granados Chapa al frente. Los contenidos de Radio Educación no fueron dictados desde la cúpula del poder y se colocaron en los márgenes de un tiempo en el que la radio comercial prefería el conservadurismo y la displicencia (entrevista, 2008).

Es cierto que Radio Educación fue concebida para ser una radio estatal educativa, pero sus directores y trabajadores la perfilaron para convertirse en una radio educativa y cultural. En sus primeros diez años la estación logró tener una audiencia crítica y ser referente para las demás radios estatales. Sin ser un medio público, cimentó algunos principios del servicio público en su programación que apelaban a la diversidad y a la pluralidad política y cultural; asimismo, fortaleció la función infor-

mativa y cultural de sus contenidos. Por su parte, el gobierno de López Portillo –y no el Estado–, con el Acuerdo 21, solo les confirió algunas condiciones de institucionalidad para mejorar ciertas funciones informativas, culturales y administrativas, pero no para instituir un medio público. Era un hecho que, a pesar de sus limitaciones, hacia finales de la década de los setenta, la emisora contribuía a ampliar la discusión y la diversidad del espacio público en la zona metropolitana.

CUADRO 4. Programación y actividades en Radio Educación (1968-1982).

Programación	Actividades
Programación con diversidad política y cultural	<p>Trabajadores y funcionarios diseñaron una programación educativa, diversa en lo cultural y en lo político.</p> <p>Se propuso como objetivo difundir contenidos que dieran voz a diversos grupos sociales.</p> <p>Se realizaron producciones experimentales como la radionovela educativa.</p> <p>Se produjeron programas enfocados a la divulgación científica y la literatura.</p> <p>Comenzó a perfilarse como un medio que atendía la pluralidad de contenidos.</p> <p>Se fortalecieron los programas periodísticos.</p> <p>Se posicionó como referente informativo para algunos sectores de la prensa nacional e internacional.</p> <p>La programación atendía asuntos públicos: el derecho a la información, corrupción, autoritarismo, derechos sociales, etcétera.</p> <p>Se empezó a conformar una audiencia crítica compuesta en su mayoría por jóvenes, sectores de izquierda o grupos minoritarios.</p> <p>En lo musical, contribuyó a rehabilitar y a generar espacios de socialización; fomentó la difusión del rock.</p> <p>La programación se enfocó en difundir la cultura indígena y la música regional, mexicana y del mundo.</p>
Situación administrativa	<p>En 1968, la XEEP reinició sus transmisiones como órgano descentrado de la SEP.</p> <p>Recibió facilidades técnicas y administrativas para fomentar la producción de programas educativos y culturales.</p> <p>En 1978 se descentralizó mediante el Acuerdo 21, lo cual permitió regularizar el pago de salarios y la creación de un consejo consultivo interno.</p>

(Continúa)

(Concluye)

Programación	Actividades
Relación con el Estado	<p>Al no haber existido una postura del Estado sobre qué quería hacer con la radio estatal, desde los primeros años los trabajadores y funcionarios de Radio Educación dirigieron en gran medida el rumbo de la emisora.</p> <p>Con el Acuerdo 21, el Estado fortalecía parcialmente la institucionalidad de la emisora; le otorgó algunas condiciones técnicas y administrativas para realizar actividades de radiodifusión educativa y cultural de manera continua y con mayor certidumbre, pero no le otorgó las condiciones para ser un medio de servicio público.</p> <p>La coacción a la libertad de expresión, censura periodística y la crítica al gobierno eran frecuentemente penalizadas por el poder Ejecutivo, a través de la Secretaría de Gobernación y las dependencias de comunicación social.</p>
Relación con la sociedad	<p>La presencia social e influencia cultural de la emisora eran muy limitadas, ya que el modelo comercial continuaba siendo hegemónico.</p> <p>Amplió la discusión y diversificación de los asuntos públicos en la zona metropolitana.</p>

FUENTE: elaboración propia.

LA RADIO ESTATAL EN MÉXICO EN TIEMPOS DEL NEOLIBERALISMO

En el capítulo I analizamos cómo la expansión de las políticas neoliberales mundiales tuvo repercusiones en las decisiones políticas y económicas en México. Meyer, en su artículo “De la estabilidad al cambio”, sintetiza el arribo de México a los años ochenta de la manera siguiente:

Para 1982 la economía estaba de nuevo paralizada, pero sin una salida fácil como lo había sido en 1977 la exportación del petróleo [por lo que] De nuevo se tuvo que recurrir a la devaluación, y la confianza, tanto de inversionistas como del público en general, simplemente se evaporó. El peso se dejó flotar y sufrió una devaluación de 153 por ciento en 1982 y otra del 141 por ciento en 1983. Fue entonces, cuando la administración

de Miguel de la Madrid (1982-1988) se encontraba a la mitad de su trayecto, que el grupo dirigente –un grupo básicamente tecnocrático cuya cabeza era el secretario de Programación y Presupuesto, Carlos Salinas de Gortari– optó por introducir en México el enfoque económico que, iniciado en Gran Bretaña y Estados Unidos, dominaba ya a las grandes economías del mundo occidental: el enfoque neoliberal (2006: 897-898).

En efecto, el gobierno de Miguel de la Madrid apostó por un proyecto de nación que giró en torno a la lógica del libre mercado y que afectó a la mayoría de las instituciones estatales del país. Su visión favorecía las leyes capitalistas a través del debilitamiento del estado, el cual fungiría como un administrador que permitiría el libre flujo del capital y limitaría su intervención en los asuntos públicos.

Para Meyer, el ingreso de México al Acuerdo General sobre Aranceles y Tarifas (GATT), en 1986, fue el principio del desmantelamiento de la histórica muralla proteccionista creada por el gobierno mexicano desde 1940 y el primer paso en esta marcha cuya meta sería hacer de México parte de la economía global (2006: 898).

En materia de comunicación, las políticas del nuevo proyecto neoliberal contribuyeron a fortalecer los monopolios de comunicación ya existentes y a concentrar el poder en los grupos económicos que participaban en la radio.

De acuerdo con Sánchez:

En la llamada “década perdida” la radio continuó concentrada en unos pocos grupos y familias, aunque no tanto como la televisión: de veinte grupos con base en la Ciudad de México, los cinco más importantes controlaban 44 por ciento hacia el final del decenio. Por otra parte, se extendieron las capacidades técnicas de la radiodifusión, lo cual permitió a los empresarios intentar diversas innovaciones para luchar por un pedazo del “pastel” publicitario (2005: 424).

Algunos de estos grupos eran: Organización Radio Centro, Grupo ACIR, Radiodifusoras Asociadas, S.A. de C.V. (RASA), Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM).

Para 1985, en la Ciudad de México, la banda FM acaparó la audiencia con 64.9%, mientras que 34% era para la AM (Mejía, 2005). De acuerdo con Mejía:

La tendencia a preferir la banda de FM en las zonas urbanas se consolida en los siguientes años, lo cual ocasiona que, ante la pérdida de auditorio, la radio de AM tenga que fortalecer su producción de programas “hablados” para atraer a la parte del auditorio que buscaba en la radio opciones diferentes a las musicales. Gracias a ello las distancias se reducen, aunque la preferencia por la FM continúa (Mejía, 2005).

Además de los avances técnicos, hubo razones de índole social que contribuyeron a que la radio comercial transitara de radio musical a radio hablada en la década de los ochenta; ante la crisis económica y la masificación de las ciudades la vida se volvió más compleja.

Para Winocur:

La masificación de la ciudad provoca una nueva transformación de la esfera pública [...] ahora la definición de lo público se desplaza a los escenarios mediáticos. Lo público también se construye desde lo privado; la gente llama desde la casa para expresar sus opiniones, criticar la actuación de un funcionario, quejarse de los servicios públicos o demandar justicia. Se multiplican las formas de experimentar la vida urbana y se diversifican los contenidos y temas que necesitan ser comunicados [...] Su discurso refleja la variedad de grupos y la segmentación de espacios en la ciudad en términos generacionales, sectoriales y comunicaciones culturales emergentes, como por ejemplo los movimientos ecológicos y las reivindicaciones de grupos feministas y de homosexuales (2002: 67-68).

Para Winocur (2002) y Sánchez (2005), hubo otra razón social que contribuyó a revitalizar la diversificación de contenidos dirigidos a grupos sociales más amplios tanto en las emisoras comerciales de AM como de FM: el temblor de 1985 sufrido en la Ciudad de México y en otras ciudades del país, como Ciudad Guzmán, Jalisco.

De acuerdo con Sánchez:

En esta ocasión, y durante algunas semanas, los medios masivos de difusión funcionaron en verdad como vehículos de comunicación directa y enlace entre los ciudadanos, con organizaciones no gubernamentales y con el gobierno. Entonces, por ejemplo, la radio operó como un medio para las comunicaciones locales e inmediatas: avisaba que se necesitaba algo en tal lugar de la propia Ciudad de México y en poco tiempo había ahí personas ayudando y llevando lo que era necesario. El 19 de septiembre y los días siguientes, alrededor de 90 por ciento de la población se informaba por medio de la radio en la Ciudad de México (2005: 423).

Winocur, por su parte, en su obra *Ciudadanos mediáticos* se detiene a analizar cómo la radio contribuyó a ampliar la discusión en la esfera pública, y describe este suceso como el “acontecimiento más representativo” (2002: 70) de la apertura de los contenidos en la radio hablada, sobre todo en la comercial:

La radio, en el ejercicio de la solidaridad, se descubre a sí misma como actor social y político con capacidad para convocar y organizar a la sociedad civil teniendo y reconstituyendo redes para enfrentar la tragedia allí donde los canales tradicionales –formales e informales– de comunicación con las autoridades quiebran o se muestran ineficientes o desbordadas (2002: 70).

Además, explica que estos cambios se reflejan particularmente en los noticiarios, en especial en *Monitor de la mañana*, conducido por José Gutiérrez Vivó:

La lectura acartonada de noticias se va remplazando por la crónica y los comentarios críticos acerca de los sucesos. Y estos acontecimientos tienen como escenario la ciudad, que se vuelve protagonista a fuerza de padecer los problemas y los grupos en coordenadas temporales y espaciales cada vez más diversificadas y en escenarios de creciente conflictividad social (2002: 69).

No obstante el éxito de la radio hablada, mayormente distribuida en la radio comercial, no cubrió todas las necesidades informativas y de entretenimiento de la vasta diversidad social en México; incluso muchos sectores no se veían reflejados en el discurso de este formato radiofónico. Winocur explica que esto se debió a que “la vida privada de los ciudadanos, al volverse materia de interés colectivo, cristaliza en una serie de opciones que contienen estereotipos y recetas tanto para caracterizar situaciones y personajes como para proponer soluciones alternativas” (2002: 69).

El apoyo del Estado a la radio comercial en este periodo se evidenció con la puesta en órbita de los dos artefactos del Sistema Morelos de Satélites en 1985. Para Sánchez Ruiz, esto condujo a que:

Entre 1986 y 1988, varias cadenas radiofónicas solicitaron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el alquiler de transpondedores en el Sistema Morelos de Satélites [...] Entre ellas, se contaban la Organización Radio Centro, el Grupo ACIR, Organización Impulsora de Radio (OIR), Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana, Grupo Radio Mil, Radio Programas de México (RPM). Es decir, las más importantes, que comienzan a transmitir a nivel nacional vía satélite y algunas, después, hacia el mercado hispano de Estados Unidos (2005: 424).

Pero la expansión no solo fue para la radio, sino también para la industria audiovisual de medios privados. Televisa contaba con una estructura monopólica, la cual se fortaleció –aunque con atropellos, al no poder competir desde Estados Unidos– hacia finales de la década de los ochenta. Al respecto, Sánchez afirma que, “en 1988, Eco comenzó transmisiones desde México directamente a Europa, mediante la interconexión de cinco satélites internacionales. Tanto Emilio Azcárraga Vidaurreta, como Emilio Azcárraga Milmo, exhibieron siempre una vocación por la expansión internacional de sus negocios” (2005: 425).

Era claro que esta expansión de la industria audiovisual privada iba llenando los huecos de poder que no estaban cubiertos por el Estado; tenía gran influencia sobre un amplio sector de la sociedad, mientras que, como analizaremos enseguida, los medios estatales quedaban marginados y, en ocasiones, usados por el gobierno federal y los gobiernos estatales como instrumentos de propaganda.

REORDENAMIENTO EN LA ESTRUCTURA DE LA RADIO ESTATAL Y LAS POLÍTICAS NEOLIBERALES: 1982-1988

El presidente Miguel de la Madrid apoyó la expansión de la industria de radiodifusión privada como parte de su proyecto de gobierno: se fortaleció la concentración, se potencializó tecnológicamente la radiodifusión y se propagó la banda FM.

Asimismo, su mandato se caracterizó por poner en marcha políticas con el fin de reducir la participación del Estado en asuntos económicos y culturales. Pero, paradójicamente, fue el presidente que amplió el espectro de la radio estatal (impulsó la creación de sistemas de radiodifusión en 12 estados); a los tres meses de llegar al poder comenzó su reestructuración bajo el proyecto conocido como Sistema de Comunicación Social.

“Es curioso [afirma Sánchez] que al gobierno de Miguel de la Madrid se le suele atribuir el haber iniciado el ‘viraje neoliberal’ [...] pero en

materia de medios tendió a fortalecer y ampliar la participación gubernamental” (2005: 422).

Alva explica, sin embargo, que esta acción se hizo con el fin de contrarrestar los descontentos sociales y legitimar las novedosas “políticas” neoliberales. De la Madrid convocó al Foro de Consulta sobre Comunicación Social, en 1983. El evento, según la autora:

Precedió a la elaboración del Plan Básico de Gobierno, el cual inauguraba la política de convocar a la sociedad y “escucharla”, pero no para darle entrada a la participación de esta en la gestión de las políticas, sino como estrategia legitimadora para mantener inalterados los aspectos estructurales del sector (2006: 163).

Ciertos grupos sociales más activos de la población, como aquellos conformados por especialistas de los medios, investigadores y académicos, participaron con propuestas concretas al llamado del gobierno –propuestas aglutinadas en el “plan maestro”, que poco se tuvieron en cuenta en el Plan Nacional de Desarrollo (PND), el cual se anunciaría semanas después–. Dicho plan “establecía la creación de tres institutos autónomos y con personalidad jurídica propia para la radio, la televisión y la cinematografía, con el fin de ‘atender la tarea de difusión del Estado’” (Alva, 2006: 163).

Sánchez añade:

Como parte de la Dirección de Radio (Instituto Mexicano de la Radio), el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) y el Instituto Mexicano de Televisión (Imevision) [...] los recursos del Estado para cada uno de estos medios pasaron a formar parte del instituto respectivo. Así, por ejemplo, las estaciones radiofónicas comerciales que recientemente había adquirido el gobierno [en el sexenio de López Portillo], se adjudicaron al Imer... (2005: 422).

El Imer se creó el 23 de marzo de 1983 –una red de radiodifusoras distribuidas en varias partes del país– con 21 estaciones al aire en AM, FM, onda corta y una en el canal libre internacional; cuatro concesionarias (la cuarta estación fue la XEQK-AM), y el resto, permisionarias, distribuidas en la Ciudad de México y en diversas ciudades en los estados de Coahuila, Sonora, Chihuahua, Baja California, Chiapas, Quintana Roo, Michoacán, Oaxaca y Tlaxcala. Además, estableció convenios con 31 radiodifusoras: estatales, universitarias, e incluso comerciales, para transmitir *El Noticiero*. En ese mismo año, en la Ciudad de México se abrieron siete estaciones, entre estas una dedicada solamente a programación infantil, y otra a la informativa. En la provincia la programación era variada, pero predominaban los contenidos culturales. Se trataba de una oferta distinta a la radio comercial. En 1983 se produjeron 2 105 programas; para 1987, el número ascendió a 53 000 (Romo, 1990: 133-134 y 138-141).

Entre los objetivos de este organismo, publicados el 25 de marzo de 1983 en el *Diario Oficial de la Federación*, destacaban: contribuir a la integración nacional, a la descentralización cultural y establecer representaciones en México y en el extranjero. El Imer puso especial ahínco en proveer servicio a las franjas fronterizas, sobre todo la norteña fue de especial importancia como una forma de contrarrestar la influencia de las emisoras estadounidenses (García, 2004).

Al hacer una evaluación de los inicios de la institución, Romo explica que los objetivos no especificaban cómo se lograrían dichas promesas; pero, financieramente, los primeros cuatro años el instituto trabajó con números negros, incluso en 1987 hubo un superávit de 87 millones de pesos (1990: 134-138). Para él, dicho proyecto se convirtió en la “primera acción concreta y amplia que el Estado mexicano toma a favor de la radiodifusión estatal ya que, hasta entonces, había esfuerzos aislados...” (1990: 135).

Otras estaciones como Radio Educación, también del Ejecutivo federal, no fueron parte de la reestructuración del Sistema de Comunicación Social; tampoco fueron prioridad y fueron descuidadas por el gobierno. De hecho, mientras se crearon aproximadamente 22 estaciones estatales

en 12 estados, la situación administrativa para Radio Educación transcurrió con altibajos durante este sexenio.

A pesar de ello, Radio Educación siguió construyendo su proyecto como emisora estatal perteneciente a la SEP. Durante el gobierno de De la Madrid hubo dos directores: Héctor Manuel Ezeta estuvo al frente de la emisora a finales de 1982, y Héctor Murillo Cruz (1983-1988) permaneció como director por el resto del sexenio. Ambas gestiones se caracterizaron por establecer relaciones tensas con los trabajadores y el sindicato. Hubo diferencias por distintos motivos: gestión de recursos por parte de la dirección, un patrocinio con Aeroméxico, al que algunos trabajadores se oponían, salarios caídos, demandas de los trabajadores para que existiera una catalogación de puestos profesionales y mayor presupuesto para la emisora (Radio Educación, 2008).

Hubo una huelga de hambre que emprendió el trabajador de la emisora, Marcial Alejandro, en 1986. Según la productora Guadalupe Cortés, el problema se debió a que la Dirección les quitó a los trabajadores las plazas que habían ganado en tiempos de Granados Chapa y a cambio les dieron unas de confianza (entrevista, 2008).

Para Murillo Cruz, esta situación se debía más a razones presupuestales:

Hubo algunos cambios en la programación, un poco llevados por la situación de crisis y los recortes que sufría no solamente Radio Educación, sino muchos renglones de la administración pública, y esos recortes a veces eran brutales. Entonces tuvimos que buscar recursos por fuera; en aquel tiempo se inventaron los recursos “pre-etiquetados”, que era dinero del gobierno destinado a publicidad o promoción de actividades oficiales de cada estado o dependencia; en fin, pero curiosamente a Radio Educación y a Canal Once nunca se les dieron estos dineros; nos habían dejado con un presupuesto disminuido, una situación un poco difícil, y Radio Educación, cuando yo llegué, no tenía presupuesto para comprar discos, lo cual era meramente una tontería en una emisora de radio. Es como si en una

biblioteca nacional no se tuviera dinero para comprar libros o, por ejemplo, los transportes públicos no tuvieran para gasolina (Radio Educación, 2008: 90).

Sobre estos conflictos es importante resaltar el papel del sindicato de Radio Educación; en ocasiones, como ocurrió con la huelga de hambre de Marcial Alejandro, cohesionaba a los trabajadores para defender sus derechos; otras veces limitaba cambios importantes para el desarrollo de la radiodifusora y obstaculizaba la oferta programática y de contenidos, incluso anquilosó los procesos y estilos de producción.

A lo largo de la historia de la emisora, los trabajadores han enfrentado diferentes posturas, especialmente sobre decisiones administrativas o de programación; unos han tomado partido con el sindicato y otros han cuestionado sus acciones. Se trata de un sindicato que ha influido en las políticas internas de la radiodifusora y ha hecho contrapeso a las directrices –a veces autoritarias– de sus funcionarios.

El periodo en el que estuvo al frente de la emisora Murillo Cruz, probablemente fue uno de los más tensos –en cuanto a la relación entre la Dirección y los trabajadores– que haya vivido Radio Educación a lo largo de su historia.

Durante este tiempo, las decisiones se centraron en el director y en las relaciones que este tenía con el poder administrativo. Es cierto que durante su administración la situación económica del país se había agravado y las instituciones públicas sufrían recortes presupuestales. Pero también es verdad que las confrontaciones en la emisora se expusieron al no haber mecanismos administrativos –como la rendición de cuentas o consejos directivos de programación– que limitaran la toma de decisiones autoritarias de los directores y delinearán la continuidad de proyectos transexenales.

No obstante los problemas administrativos y presupuestales de la emisora, la barra noticiosa destacó por su cobertura en conflictos internacionales, tales como la invasión de Estados Unidos a Granada o el fin

de las dictaduras de Jean Claude Duvalier en Haití y de otros dictadores en otros países sudamericanos.

El presupuesto de la radiodifusora era limitado para tener corresponsalías, pero los trabajadores pudieron establecer redes con otras emisoras de otros países en los que Radio Educación no tenía corresponsales. Para Tomás Domínguez y Francisco Moreno Jiménez, responsables del área de noticias de Radio Educación a mediados de la década de los ochenta, estas estrategias en el área informativa reforzaron las actividades periodísticas de la emisora (Radio Educación, 2004: 99).

“A pesar de la precaria situación económica, la cobertura informativa en lugar de disminuir ha aumentado y abarca incluso gran parte del ámbito nacional, pues más de 60 estaciones de radio culturales y/o universitarias se enlazan con nuestros servicios” (Radio Educación, 2004: 99).

Respecto a la programación cultural, se mantuvieron los programas infantiles y algunos formatos de radionovelas; entre estas, adaptaciones de obras literarias como *El perfume*, de Patrick Süskind, *El tamaño del infierno*, de Arturo Azuela, *Los pasos de López*, de Jorge Ibargüengoitia, por citar algunos ejemplos. Asimismo, hubo otras producciones que trataban temas diversos que eran tabú o poco discutidos en el resto de los medios electrónicos del país: *Son... eros*, *Estrenando cuerpo*, *Prohibido tocar*, *Matices del vitral*, *Y sí vivo cien años* y *Medianoche en Babilonia*.

Radio Educación vivía altibajos en el área administrativa, pero despuntaba al fortalecer sus contenidos informativos y culturales; pudo generar los recursos de producción necesarios para realizar coberturas informativas internacionales y poner en la agenda pública nacional temas novedosos en México, como la sexualidad.

A finales de la década de los setenta y principios de los ochenta, México vivía una crisis económica y estructural. Para salir adelante necesitaba poner en marcha cambios en prácticamente todos los ámbitos de la vida social. Los estratos sociales emergentes, los jóvenes, requerían de otra información para discutir temas coyunturales que les inquietaban, espe-

cialmente de los medios de comunicación que cada vez tenían más penetración en los hogares mexicanos.

CUADRO 5. Periodo del presidente Miguel de la Madrid (1982-1988).

Programación	Actividades
Programación con diversidad política y cultural	<p>La barra noticiosa se destacó por su cobertura internacional de conflictos en varios países latinoamericanos.</p> <p>Se generaron enlaces con más de 60 emisoras estatales y culturales.</p> <p>Se produjeron programas infantiles y radionovelas; se empezaron a incluir temas novedosos en la agenda pública, como la sexualidad.</p> <p>Apoyó con la distribución de programación a emisoras estatales de reciente creación en otros estados.</p> <p>Orientó sus contenidos cada vez más hacia una programación de servicio público, aún sin tener las condiciones jurídicas y políticas para ser reconocida como una verdadera estación de servicio público.</p>
Situación administrativa	<p>Las gestiones se centraron en las decisiones del director.</p> <p>El sindicato jugó un papel importante en los conflictos internos (conflicto de trabajadores en 1986).</p>
Relación con el Estado	<p>No hubo mecanismos desde el gobierno federal que fomentaran proyectos y políticas transexenales.</p> <p>Hubo recortes presupuestales debido a la crisis económica en el país y por la ineficaz administración pública federal.</p>
Relación con la sociedad	<p>La presencia social e influencia cultural de la emisora eran muy limitadas, ya que el modelo comercial continuaba siendo hegemónico.</p>

FUENTE: elaboración propia.

Radio Educación produjo temas más ligados a la utilidad social: como radio local del área metropolitana de la Ciudad de México hizo esfuerzos y mejoró su relación con otras estaciones del país; por ejemplo, proveyó de producciones a sesenta radiodifusoras estatales y culturales (prácticamente la mayoría de las emisoras estatales creadas hasta la fecha) que necesitaban cubrir sus espacios con contenidos diferentes a los de los

medios comerciales. Con estas actividades la estación intentó ser un referente de programación en el ámbito nacional para ellas; sin embargo, la presencia social y la influencia cultural de estos medios frente a la gran hegemonía del modelo comercial de radiodifusión resultaban muy poco significativas, ya que su presencia se reducía a determinados grupos sociales.

Aún sin tener las condiciones jurídicas y políticas para ser reconocida como una verdadera estación de servicio público, en su programación orientaba cada vez más sus contenidos hacia esta vertiente. Sin embargo, para convertirse en servicio público era claro que el Estado tenía que garantizar otras condiciones como la autonomía económica y política y un marco jurídico, entre otros aspectos, los cuales el Estado mexicano en esos momentos estaba lejos de otorgar.

En lo que se refiere a las radios pertenecientes a las entidades federativas, en este sexenio se abrieron radiodifusoras estatales en 12 entidades de la república, algunas de ellas formaban parte de los sistemas de radio y televisión, como en el caso de Quintana Roo, Estado de México y Michoacán. El inicio de estas radios significó un salto cuantitativo en la infraestructura de radiodifusión perteneciente a los estados, especialmente si se considera que entre los dos sexenios anteriores se habían creado 14 estaciones en siete estados, incluyendo la Ciudad de México.

La programación y el desempeño de cada una de las emisoras variaron en cuanto a calidad y utilidad social de sus contenidos; en algunos casos la programación fue más informativa y en otros predominó la música. Salvo excepciones como las emisoras de Guerrero –cuya programación transmitió en su mayoría música comercial–, se puede apreciar que, en esta primera etapa, hubo un intento por construir audiencias y por producir programas que apelaran a la identidad regional (Romo, 1990: 79-93).

Para Romo, es claro que la radiodifusión estatal recibió un gran impulso. “Con ello, la desproporción existente entre la radio comercial

y la no lucrativa, que al principio del sexenio representaba 3.5% de las emisoras, ha disminuido ya que ‘la otra radio’, al final del periodo, representa 11.37 por ciento” (1990: 55).

TABLA 2. Radiodifusoras estatales creadas en el sexenio del presidente Miguel de la Madrid Hurtado (1982-1988).

Estado	Indicativo de señal	Adscripción	Fecha de fundación
Tabasco	Villahermosa, XHTVH FM 104.5	Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (Corat)	1983
	La Venta, XHVEN FM 105.9		1983
	Cárdenas, XHMPA FM 99.7		1983
	Macuspana, XHMPA FM 107.1		1983
	Emiliano Zapata, XHEZ FM 102.9		1983
	Fra. Centla, XHACM FM 99.3		1983
	Comalcalco, XHMAL FM 107.1		1983
	Villahermosa, XHTV AM 1230		1984
	Cunduacán, XECAN AM 1050		1984
	Macuspana, XETQE AM 1120		1984
	Tenosique, XEGEM AM 1600		1984
Estado de México	Toluca, XEGEM AM 1600	Radio y Televisión Mexiquense	18 de mayo de 1883
	Atlacomulco, XEATL AM 1520		
	Tultitlán, XEGEM AM 1250		
	Tejupilco, XETEJ AM 1250		
Tamaulipas ⁴	Ciudad Victoria, XHVIC FM 107.9	Dirección de Comunicación del Estado	1983
	XHVIC AM 1490		1984
Zacatecas	Zacatecas, ZXHZH FM 97.9	Gobierno del Estado de Zacatecas	1983
Michoacán	Morelia, XEREL AM1550	Sistema Michoacano de Radio y TV	1984

(Continúa)

4 Es hasta el 23 de octubre de 1991 que se conforma el Sistema Estatal de Radio Tamaulipas.

(Concluye)

Estado	Indicativo de señal	Adscripción	Fecha de fundación
Morelos	Cuernavaca, XHVAC FM 102.9	Sistema Morelense de Radio y TV ⁵	1984
	Yautepec, XHYTE FM 90.9		1984
	Jojutla, XHJLA FM 100.5		1985
	Cuautla, XECTA AM 1390		1985
Baja California Sur	La Paz, XEBCS AM 1500	Gobierno del Estado	1985
Guerrero	Chilpancingo, XEGRO AM 820	Radio y Televisión de Guerrero	27 de octubre de 1986
	Coyuca, XEGRO AM 820		
Tlaxcala	Tlaxcala XETT AM 1430	Coordinación de Radio, Cine y Televisión del Estado ⁶	1983
	XHTLAX-FM 96.5		1985
Quintana Roo	Chetumal, XECTL AM 860-AM	Sistema Quintanarroense de Comunicación Social	27 de julio de 1986
Querétaro	Querétaro, XEQUE AM 1150	Sistema Estatal de comunicación Cultural y Educativa	4 de febrero de 1988
Hidalgo	Pachuca, XHBCD FM 98.1	Sistema Estatal de Radio y Televisión ⁷	1984
	Huejutla, XHGO AM 1010		1985
	Tlachinol, XEIND AM 1470		1986
	Tula, XHLLV FM 89.3		1987
	Huichapan, XEHUI AM 1510		1988
	Jacala, XEAWL AM 1300		1988

FUENTE: elaboración propia, con base en información proporcionada por Cristina Romo (1990).

Esta reducción del porcentaje era significativa en un país en donde, en 1985, la cobertura de la radio y la tv se había extendido en el país con 856 emisoras (660 en AM y 196 en FM), con 11 millones de radiohogares y casi cinco millones de telehogares. Pero lo más importante era

5 En 2000 cambió de nombre a Dirección General de Radio y Televisión del Congreso del Estado de Morelos.

6 Se conforma como Coordinación de Radio, Cine y Televisión del Estado en 1987. En 1990, se creó la XHCAL FM, Radio Calpulalpan.

7 Se conforma el Sistema de Radio y Televisión de Hidalgo en 1988.

que la radio estatal crecía en un contexto en el que, según Alva, había “una densa estructura de concentración, en buena medida radicaba en las empresas y grupos familiares que habían impulsado ‘la época de oro’ de la radio tiempo atrás, la ya poderosa industria aprovechaba la etapa de bonanza” (2006: 164).

Es cierto que el presidente De la Madrid apoyó el surgimiento de los sistemas estatales de radio y el Imer, pero solo se trató de un impulso a la infraestructura. La creación de estas radios parecía el resultado de un discurso político que simulaba el apoyo a la educación y a la cultura, pero en el fondo no hubo un verdadero proyecto en el que el Ejecutivo enmarcara qué quería hacer con estas, cuál sería su destino y cómo se desarrollarían; no se supo si serían parte de un plan educativo o cultural o si estarían destinadas para lo que los gobiernos decidieran.

Como afirma Alva (2006: 163), se trató de una acción política que no se delineó dentro de una política de comunicación, que se suponía tendría que realizarse a partir del plan de comunicación social que el mismo presidente había propuesto.

En 1987, la crisis económica se acrecentaba en México. La inflación alcanzaba 120% y había un control político de los aumentos salariales, lo cual afectó el nivel de vida del trabajador (Meyer, 2006: 898).

En ese año, como estrategia de la “modernización económica”, Miguel De la Madrid, en su quinto informe de gobierno, anunció la desincorporación total de algunas instituciones públicas no prioritarias para el Estado; entre estas se encontraban las industrias automotriz, farmacéutica y petroquímica secundaria, además de diversas ramas de la industria manufacturera, que eran estratégicas. En otras áreas, como la turística y la recreativa, la disminución sería bastante significativa. El sector industrial paraestatal se quedaba con 13 ramas productivas, luego de que al principio de la administración había empezado con 28 (Alva, 2006).

Aunque no tocó en su discurso el tema de los sistemas de comunicación estatal, que habían ampliado su presencia en varios estados de la

república, era de esperarse que tampoco iban a ser prioridad para las políticas de Estado. Las ideas de información y difusión de la educación y la cultura, como engranes del servicio público, estaban lejos de ser piezas clave para el desarrollo político y social del país.

Las consecuencias sociales de las políticas económicas neoliberales de Miguel de la Madrid afectaron económicamente a grandes sectores de la sociedad. Alva explica que el decrecimiento económico entre 1982-1987 llevó a un problema de recesión económica sin precedentes y a una redistribución estructural de la riqueza. Se trataba de un largo periodo conocido como la “década perdida”, por su estancamiento en el desarrollo económico y en la movilidad social de la clase media (Alva, 2006). “Fue así como la sociedad nacional, aún instalada en el cómodo escenario del ‘milagro mexicano’, fue empujada a la progresiva asimilación de la crisis, un estado aparentemente pasajero que el modelo económico recién implantado llevaría a una condición crónica” (2006: 161-162).

A pesar de dichos costos sociales, solo una pequeña –aunque creciente– minoría mostraba iniciativa para participar activamente en la vida pública. Esto ocurría, en parte, debido a los pocos espacios de debate público garantizados por el Estado, pero también por el desinterés de la población, que buscaba alternativas principalmente en la televisión. Al respecto, Trejo afirma:

En cuanto a la sociedad mexicana de los ochenta, puede decirse que comenzaba a despertar de su largo letargo. Como producto del movimiento de 1968, grupos sociales más amplios hacían ver los rasgos de una incipiente cultura política que cuestionaba la hegemonía priista y las recurrentes crisis económicas del país.

Sin embargo, la incidencia de la sociedad mexicana en la arena política de la comunicación era tan limitada como su propia participación en los espacios de los medios de entonces, para asumir un papel en la relación de fuerzas existente en ese momento que bien puede resumirse en la

expresión aplicada por Raúl Trejo Delarbre a propósito del rol asumido por los grupos sociales: la ‘sociedad ausente’⁸ (Trejo, cit. por Alva, 2006: 155).

En suma, en esta etapa histórica hubo esfuerzos aislados en el fortalecimiento de los contenidos informativos y culturales. Pero, más allá de la expansión en la infraestructura de la radio estatal en el país, el Estado mexicano había mostrado desinterés en apoyar el desarrollo de los medios de difusión estatales. En este periodo también se perdió la oportunidad de sentar las bases para la creación de una política del Estado mexicano para la comunicación social, en donde este modelo tuviera cabida para contribuir a la construcción del servicio público de radiodifusión y crear las condiciones para reglamentar el derecho a la información y garantizar su ejercicio.

LA ESTRUCTURA DE LA RADIO ESTATAL Y LAS POLÍTICAS NEOLIBERALES: 1988-1994

Carlos Salinas de Gortari asumió la presidencia de la república en 1988, al mando de un grupo de tecnócratas. De acuerdo con Meyer (2006: 898) y Preston y Dillon (2004: 85-108), las elecciones fueron reñidas y ampliamente cuestionadas en cuanto a la limpieza del resultado; se encontraron “boletas quemadas, urnas arrojadas a ríos y actas falsificadas” (2004: 85-108). En las siguientes semanas a la elección, millones de personas salieron a las calles a defender su voto; fueron las manifestaciones más concurridas en la historia del país. Pero los mecanismos autoritarios, tanto del gobierno como del PRI, mantuvieron el control de la información por medio del noticiero de Televisa, *24 Horas*, de mayor audiencia y conducido por Jacobo Zabludovsky, quien se dedicó a difamar a los candidatos de oposición, Manuel Clouthier, del Partido Acción Nacional

8 Concepto de Trejo retomado por Alva (1992).

(PAN) y Cuauhtémoc Cárdenas, del Frente Democrático Nacional (FDN). Para millones de mexicanos, Cárdenas había ganado las elecciones y este, junto con sus simpatizantes, generó un movimiento ciudadano. El objetivo de Cárdenas se centró en buscar el cambio democrático en el país; su causa fue apoyada por diversos gremios y grupos sociales como por los líderes estudiantiles de la UNAM, Imanol Ordorika y Carlos Ímaz, quienes habían ayudado a organizar a varios sectores ciudadanos durante el temblor de 1985 y habían apenas liderado una huelga estudiantil un año antes de las elecciones.

El movimiento encabezado por Cárdenas y apoyado por sectores de izquierda hizo visibles algunos asuntos públicos que hasta ese momento habían sido ignorados por la mayoría de la población. Algunos estaban relacionados con el control de la información por la radio y la TV y el limitado ejercicio de la libertad de expresión. En parte, esta discusión motivó cierta apertura informativa en algunas radios comerciales como Radio Red; en algunos programas se empezaron a escuchar nuevas voces de periodistas, como las de Javier Solórzano y María Victoria Llamas, quienes abordaron nuevos asuntos públicos (corrupción, autoritarismo, violencia intrafamiliar, derechos sociales, entre otros), los cuales solo habían sido discutidos anteriormente por emisoras como Radio Educación y Radio UNAM.

El plan neoliberal siguió su curso en el sexenio de Salinas. Para Meyer:

El proyecto del grupo era continuar la profundización de las reformas económicas hasta crear una verdadera economía de mercado, terminando con la estructura de subsidios, privatizando el sistema de empresas paraestatales y concluyendo la apertura de la economía al exterior. El eje alrededor del cual giró la nueva estrategia fue la negociación de un Tratado de Libre Comercio (TLC) con Estados Unidos similar al que ese país había firmado en 1988 con Canadá.

Proponer como estrategia la integración económica de México con el mayor mercado del mundo resultó ser un viraje histórico de casi 180 grados respecto del nacionalismo económico surgido con la Revolución. La nueva política requirió dismantelar no solo las barreras proteccionistas sino privatizar la mayoría de las empresas del Estado con la notable excepción de Petróleos Mexicanos [...] y la Comisión Federal de Electricidad, pero bancos, puertos, teléfonos, ferrocarriles, empresas aéreas, ingenios, almacenes, etcétera, pasaron a manos de particulares en un periodo extremadamente corto (2006: 898-899).

El caso de los medios de comunicación no fue la excepción. Como veremos más adelante, el gobierno de Salinas de Gortari dismanteló y privatizó una parte importante de las estructuras de comunicación de propiedad federal y, al igual que su antecesor, continuó con una política de amplio apoyo al modelo de radiodifusión comercial, a la cual el presidente le brindó mayor proyección internacional.

Una serie de hechos evidenció este respaldo mutuo. Tanto Televisa como la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) habían protegido a Salinas de Gortari durante la contienda presidencial. El 14 de enero de 1988, según narra Sánchez, Emilio Azcárraga declaró: “Nosotros somos del PRI, siempre hemos sido del PRI, no creemos en ninguna otra fórmula. Como miembro de nuestro partido haré todo lo posible para que nuestro candidato triunfe” (Sánchez, 2005: 427).

El presidente de la CIRT, por su parte, mostró su apoyo al entonces candidato del PRI durante su reunión anual en la cual Salinas de Gortari fue invitado: “Como radiodifusores y como mexicanos estaremos con usted porque estamos convencidos que sus ideales y sus objetivos coinciden con los nuestros que son México, y por esa razón apoyamos su precandidatura para ocupar la presidencia de la República” (2005: 427). La cobertura tanto en radio (69.4%) como en televisión (90.7%) favoreció al PRI (2005: 428).

De acuerdo con Alva (2003), hubo también un respaldo incondicional del partido en el poder –el PRI– al modelo comercial. “En 1988, había 857 estaciones radiofónicas comerciales y 82 permisionadas” (Sánchez, 2005: 430). En 1989, ya en el poder, el gobierno de Salinas “refrendó en forma automática a la industria de la radio y televisión medio millar de concesiones” (2005: 430). Contribuyó también a que la radiodifusión comercial creciera durante el sexenio, pues para 1994 ya eran 1 125 emisoras concesionadas. La radio permisionada también se amplió, pero su número siguió siendo significativamente menor en relación con la radiodifusión comercial, ya que esta llegó a 156 estaciones en ese año.

Igual que Alva, Sánchez describe esta relación entre medios y gobierno como una “luna de miel” que reflejó la profundización del modelo neoliberal. Además afirma que:

A la “liberalización” del mercado no le correspondió una liberación política. Por esta razón [...] en este sexenio, se aceleró la economía de mercado sin mucha prisa por una correspondiente democratización. Esto significa también que, vistos sobre todo como instrumentos y aliados políticos, los medios fueron liberalizados “selectivamente” [...] Pero no hubo transformaciones de estructura sustanciales (2005: 429-430).

La liberación del mercado provocó reacomodos en el sistema de propiedad de la radio, ya que fue un periodo en el que varios grupos radiofónicos hicieron alianzas y fusiones a partir de 1991. Por ejemplo, en 1993, los grupos Crystal, Cima y Somer establecieron alianzas, mientras que “el grupo Radiópolis compra seis estaciones que el grupo ARTSA poseía en Jalisco” (Mejía, 2005).⁹

No obstante los cambios de propiedad, en la década de los noventa el mercado se volvió más competitivo para la radio y el negocio menos

9 Para información detallada sobre las alianzas, fusiones y venta de acciones en la década de los noventa, véase Mejía (2005).

rentable. Mejía (2005) observa que: “Entre 1989 y 1990, la radio captó el 14 por ciento del gasto publicitario total en el país; el porcentaje se redujo a 13 por ciento en los años de 1991 y 1992, disminuyó al 11 por ciento en 1993, se incrementó al 12 por ciento en 1993 para volver a descender al 9 por ciento en 1995...”

En el sexenio de Salinas de Gortari el mercado se liberó y el sistema de propiedad cambió, pero la estructura de concentración permaneció casi igual. Gabriel Sosa explica que: “Entre 1988 y 2003, el control de más de 70 por ciento de estaciones concesionadas en el país lo han tenido diez grupos radiofónicos [...] cinco de ellos han operado, administrado y sido propietarios de más de 50 por ciento de las estaciones existentes” (2003: 23-24).

Ante la competencia en el mercado radiofónico, los concesionarios tuvieron que variar su oferta programática para atraer más anunciantes. “La música grupera, la música moderna en español y la radio hablada, esta última en el caso de las estaciones AM, fueron los géneros a los que en mayor medida se recurrió dentro de esos cambios de formato” (Mejía, 2005).

Además de la situación del mercado, autores como Sánchez (2005: 430) y Winocur (2002: 74) coinciden en que ciertos sectores de la audiencia eran más críticos y participativos, debido a los cambios sociales experimentados en la vida cotidiana de la década de los noventa, como el alza en los niveles de inseguridad en la Ciudad de México, una recomposición familiar a partir de una migración masiva a Estados Unidos, tensiones en los ciudadanos debido al incremento de despidos laborales, que se dio sobre todo a mediados de esa década, y las exigencias de algunos sectores de jóvenes por participar en la vida política y pública. Esta situación fue considerada por las radiodifusoras para experimentar diferentes formatos de programación que les otorgara mayor rentabilidad, sobre todo en la radio hablada.

En emisoras comerciales como Radio Red y Radio Fórmula, los espacios de opinión e información empezaron a tener un lugar central dentro

de la programación, dado que discutían temas sobre política, corrupción, sexualidad y otros más de la vida pública. Estos tópicos no habían tenido relevancia con anterioridad en los medios privados con mayor penetración en las audiencias. Los programas despertaron mucho interés entre amplios sectores de los ciudadanos de la zona metropolitana, quienes tenían la necesidad de discutir este tipo de problemáticas en la vida pública y que pertenecían a grupos más críticos y con mayor capital social. Para Winocur (2002), estos medios son:

Espacios clave de recreación del espacio público y de mediación entre los ciudadanos y las autoridades. En ocasiones, oficiando de representantes frente a diversas instancias del poder, o canalizando demandas concretas hacia las instituciones presentes en la vida cotidiana (la escuela, el trabajo, la delegación, los servicios, etc.), y, en otras, conteniendo ilusoriamente necesidades del ámbito emocional, psicológico o recreativo que las familias o las instituciones no pueden atender.

Lo anterior nos lleva a concebir la información en un sentido mucho más amplio que la transmisión diaria de los acontecimientos. En cierta forma las noticias se transforman en mapas fundamentales para orientarse en la ciudad, guías de entrenamiento para lidiar con los funcionarios públicos, y catálogos para ordenar y clasificar la diversidad. El tratamiento dado a los temas, la recurrencia de algunos y la omisión de otros, van conformando una conceptualización prototípica de los acontecimientos políticos y sociales a partir de distintos dispositivos de reducción de la complejidad social y cultural (2002: 74).

Los formatos de la radio hablada y la diversificación de sus contenidos tuvieron diferente comportamiento en algunas radios estatales.

Las experiencias en estas estaciones fueron diferentes en casi todo el país; radios de reciente creación, como las asignadas a los gobiernos del Estado de México (Toluca, XEGEM AM 1600) o Querétaro (XEQUE AM 1150), realizaron proyectos novedosos en la década de los noventa,

pero no tuvieron continuidad en el mismo sexenio o en el siguiente; otras, como en Morelos (XHVAC FM 102.9), estaban a merced de los designios presupuestales autorizados por la Secretaría de Hacienda del gobierno federal y la voluntad de los directores en turno. El mismo sistema morelense se convirtió en instrumento político de administraciones estatales para difundir propaganda gubernamental que favorecía a su grupo político y no a todos los sectores de la sociedad; por ejemplo, el gobernador conducía un programa todos los miércoles que se llamaba *Charla con tu gobernador*.

En el gobierno de Salinas de Gortari se conformaron tres sistemas de radio (aunque ya operaban radiodifusoras desde 1983), en Tamaulipas, Chiapas y Oaxaca. Pero, al igual que en el sexenio anterior, nacieron sin el respaldo de una política de Estado que garantizara su autonomía política y financiera, asimismo, de una política que diseñara un plan para encauzar la conversión tecnológica al sistema sonoro digital. Ante tal escenario, estas radios quedaron en manos de los gobiernos de los estados, los cuales dictaron su camino a seguir.

TABLA 3. Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994).

Estado	Sistema	Fecha de fundación
Tamaulipas	Sistema Estatal de Radio Tamaulipas	23 de octubre de 1991
Chiapas	Red Radio Chiapas	23 de junio de 1991
Oaxaca	Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión	20 de noviembre de 1993

FUENTE: elaboración propia.

La radio estatal en las entidades de la república se fortaleció en número y en infraestructura, pero las estaciones carecieron de condiciones adecuadas para su desarrollo integral. Por ejemplo, por un lado, no había

una definición clara de la función social que debían tener estas emisoras. Por otro, no contaron con el apoyo económico necesario para seguir desarrollando su infraestructura o para realizar sus actividades de producción; además, tampoco había condiciones jurídicas para impulsarlas.

En este sexenio, el gobierno no apoyó ni política ni económicamente el crecimiento de la radio en manos del Ejecutivo, pero tampoco las desmanteló como sí ocurrió en 1992 con otros medios de comunicación pertenecientes al mismo poder. En aquel año, el gobierno decidió disminuir su participación en medios y puso en venta el “paquete de medios” que incluía el sistema de tv Imevisión, la Compañía Operadora de Teatros (Cotsa), los Estudios América y el periódico *El Nacional*. En julio de 1993, Imevisión se privatizó y se convirtió en tv Azteca. Por su parte, al Canal 22 del poder Ejecutivo, como lo indica Sánchez, “lo salvó de la privatización un copioso grupo de intelectuales que firmó un desplegado periodístico para tal efecto. Salinas de Gortari ‘graciosamente’ les concedió que el 22 se dedicara a la cultura por televisión” (2005: 434).

Este acontecimiento, sin embargo, nos obliga a realizar dos preguntas: ¿Por qué Salinas decidió no privatizar la radio estatal en un contexto neoliberal en el que se vendieron las empresas no prioritarias para el Estado? ¿Por qué solo apoyó el desarrollo de su infraestructura, pero no su estructura jurídica, administrativa y programática? No hay información precisa al respecto; sin embargo, podríamos inferir que: 1) no era tan costosa como la televisión, y como negocio era más atractivo vender a la pantalla chica; 2) la radio, por su parte, podía ser un soporte para el ejercicio del poder político, debido a la facilidad de penetración del medio en casi una totalidad de los hogares mexicanos y los costos bajos de producción; y 3) Imevisión implicaba una fuerte erogación de dinero y también había presiones por parte de la televisión privada hacia la televisión estatal.

Hemos afirmado que el Estado no apoyó el fortalecimiento de la estructura de la radio estatal en el ámbito nacional, pero tampoco la desmanteló. Este hecho hizo que los logros que hubo en algunos casos fueran esfuerzos aislados. En el Imer, creado una década atrás, por ejemplo, hubo experiencias muy variadas entre las mismas emisoras del Instituto, tal fue el caso de Radio Rin (XERIN-660 AM) –estación dirigida al auditorio infantil y creada en 1984–, que dejó de funcionar en 1991. Los programas de Radio Rin se transportaron a la XEB-122 AM y a la 660 AM. En su lugar, la estación cambió de nombre, con programación deportiva y música comercial y con la esperanza de que ingresara más presupuesto, lo que nunca se vio reflejado en mejores producciones y sueldos para los productores (García, 2004). Sin embargo, otras de sus estaciones en la Ciudad de México continuaron estableciendo vínculos con ciertos sectores de la sociedad, debido a coyunturas sociopolíticas –como el levantamiento Zapatista en 1994– y a la necesidad de la población de escuchar otro tipo de información y entretenimiento que enriqueciera su vida cotidiana.

Al hacer un recuento sobre la actividad del Imer en 1994, el especialista en medios Alejandro Olmos, señala que: “con seis emisoras en el Distrito Federal [lo que representa un potencial de más de 11 por ciento y 13 en el resto del país], se caracterizó en 1994 por reforzar tanto su barra informativa como la infantil y la de música romántica, entre otras” (1995: 41-44).

Durante el mismo sexenio, Radio Educación marcó una notoria diferencia en comparación con el resto de las demás emisoras estatales; esto se debió principalmente a la relación que la estación pudo establecer con el Estado, la sociedad y con sus propios trabajadores en un contexto en el que la dinámica del mercado audiovisual ejercía fuertes presiones para ser más competitivo.

En particular, Radio Educación tenía experiencia en producción de contenidos informativos y de asuntos públicos, culturales y educativos; había logrado construir una audiencia crítica desde hacía una década;

había promovido un diálogo libre e independencia editorial. Era la forma mediante la cual esta y otras estaciones en el cuadrante nacional ampliaban la discusión en el espacio público.

Como mencionamos anteriormente, Radio Educación había sido ejemplo para otras 60 estaciones educativas y culturales a las cuales proveía de contenidos. La emisora era fuente de información importante para una masa crítica de la población metropolitana, especialmente los sectores de izquierda o las minorías, los cuales, ante el alto control de la información y un espacio público que apenas se abría, la sintonizaban para enterarse de una realidad nacional diferente –autoritaria, injusta y poco democrática– al México exitoso y en pleno desarrollo que marcaba la agenda presidencial.

Otro hecho que trazó una ruta distinta para Radio Educación en este periodo fue el activismo de sus propios trabajadores y directivos, quienes se dieron a la tarea de evaluar la situación de la emisora ante el contexto de privatización de organismos estatales que Salinas de Gortari llevaba a cabo. Algunos trabajadores pensaron incluso que podría ser privatizada; por ello consideraban que la emisora se tenía que reformar para no desaparecer. “En este sentido, la comunidad de Radio Educación tuvo, en noviembre de 1988, con el apoyo de la Universidad Pedagógica, el II Foro Nacional de Radio Educación para definir sus contenidos y su viabilidad ante los nuevos retos” (Radio Educación, 2004: 105).

Los únicos cambios en la emisora acontecieron en el marco de la nueva reforma al sector educativo y cultural, liderada por Manuel Bartlett, secretario de la SEP de 1988 a 1992; Radio Educación quedó adscrita a Conaculta.

El 7 de diciembre [de 1988], en el *Diario Oficial de la Federación* se publicó que la Subsecretaría de Cultura cedía su lugar al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes [...] en esta reestructuración también se ubicó a Radio Educación como un ente que diera salida a los programas

y productos del mismo organismo cultural (Radio Educación, 2004: 105-106).

Alejandro Montaña fue director de Radio Educación de 1988 a 1991; pudo resolver los problemas sindicales que habían afectado a la emisora durante la década de los ochenta. Se abrieron incluso algunas plazas, se homologaron salarios, se trabajó en la infraestructura de la estación, se reforzaron programas de derechos humanos y asuntos internacionales y se colaboró de manera cercana con Conaculta (Radio Educación, 2008).

Al quedar adscrita a Conaculta, y a 20 años de su creación, la emisora era reconocida por el Estado como una institución cultural y ya no solo por actividades de apoyo a la educación. Con este anuncio, hecho por el secretario de la SEP a siete días de asumir el cargo, se disipaba el temor que tenían los trabajadores sobre su posible privatización. Si bien se vislumbraba que no sería una institución prioritaria para el gobierno entrante, sí se le reconocía, aunque de manera limitada, su contribución social.

TABLA 4. Presupuesto de Radio Educación (1989-1991).¹⁰

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1989	\$3 184 538	\$178 617
1990	\$4 801 728	\$319 459
1991	\$6 521 630	\$875 37

FUENTE: elaborada con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, cit. por Pi Orozco (2001: 107).

10 El presupuesto fiscal se refiere al monto otorgado a Radio Educación por parte de la administración federal; el recurso etiquetado es aquel presupuesto destinado a la estación para gastos o actividades específicas; el presupuesto obtenido de las coproducciones fueron aportaciones hechas por parte de otras instituciones gubernamentales y ONG's con las cuales se realizaron programas.

Parte de este logro fue impulsado por un grupo activo de trabajadores, cuya cohesión y trabajo le habían dado visibilidad como una radio que producía contenidos de alta utilidad social y contribuía a ampliar la discusión en el espacio público de la zona metropolitana.

En momentos coyunturales, la organización de los trabajadores había sido importante para impulsar el desarrollo de la emisora, característica que la diferenciaba del resto de las radios estatales del país. Los realizadores tenían claro hacia dónde podía dirigirse la emisora, ya que, después de 20 años, consideraban que debía seguir trazando su ruta para convertirse en una estación con funciones de servicio público. Ellos dirigirían sus esfuerzos hacia la producción y la programación; al Estado le correspondía garantizar otras condiciones, como jurídicas y financieras.

Del análisis de este periodo, podemos afirmar que Radio Educación fortaleció su relación con el Estado y la sociedad; el hecho se reflejó incluso en el aumento considerable del presupuesto, tanto en recursos fiscales como en aquellos etiquetados, lo que facilitó en esta y la siguiente administración resolver los problemas laborales.

Ernesto Pi Orozco asumió el cargo de director de la estación en 1991; con él se creó formalmente el Comité Interno de Evaluación en 1993. Esta instancia deliberativa se constituyó con el objetivo de discutir colectivamente acerca de las decisiones en torno a la programación.

También afirma que fue:

Un acuerdo suscrito entre la Secretaría de Educación Pública, Radio Educación y la Delegación Sindical D-III-57 Sección XI del SNTE, el 22 de septiembre de 1988, como una entidad mixta –integrada por autoridades, sindicato y trabajadores– que, sin formar parte de la estructura orgánica de la institución, funcionase como un grupo de trabajo para la conformación de la carta programática (Pi, 2001: 157).

La creación de este comité fue también producto de las demandas de los trabajadores de la emisora y de las propuestas realizadas durante el II Foro de Consulta, llevado a cabo en la Universidad Pedagógica Nacional (UPN) en 1988.

El Comité Técnico de Evaluación estipulaba en sus estatutos centrar sus esfuerzos en:

1. El trabajo colegiado de los productores para planear la producción de programas individuales o seriados que “aborden desde diferentes perspectivas especializadas temas de interés para la sociedad” (Radio Educación, 2001: 102).
2. La creación de un mayor vínculo con diversos sectores de la sociedad para promover su participación dentro de la toma de decisiones de la emisora.

En el mismo documento se establecía que el Comité Técnico de Evaluación fungiría como un mecanismo de participación de los diversos sectores de la audiencia y contribuiría a fortalecer el proyecto de una radio de Estado ligado a la cultura y a la educación (Radio Educación, 2001: 089).

Los objetivos que planteaba el comité eran promover que la sociedad organizada participara en la evaluación de la carta programática y, especialmente, que la comunidad académica y los profesionales de la comunicación participaran en la política de programación de la emisora (Radio Educación, 2001: 090).

Con el comité, Radio Educación, a más de 20 años de su creación, sentaba las bases normativas para que la emisora realizara actividades de programación con orientación de servicio público (Radio Educación: 1).¹¹ Estas bases quedaron estipuladas en el Reglamento del Comité

11 El documento consultado, Reglamento del Comité Técnico de Programación de Radio Educación, p. 1, no cuenta con fecha de publicación.

Técnico, el cual decía al respecto: “La integración, objetivo y funcionamiento del Comité Técnico de Evaluación se han revisado en varias ocasiones con el propósito de adecuarlo a las exigencias de calidad y pertinencia que exige la radio cultural y educativa de servicio público” (Radio Educación, 2001: 089).

De acuerdo con la productora Carmen Limón (2008), los trabajos iniciales de este órgano consultivo permitieron revisar la programación y realizar cambios en los contenidos.

Sin embargo, este trabajo colaborativo –que en papel sonaba como un gran avance– se fue viciando con el tiempo. En primer lugar, no se estableció la manera en que la ciudadanía participaría en las estrategias de programación. Esto ocasionó que su voz quedara marginada a llamadas telefónicas y al contacto informal que podían tener con los productores al visitar la estación; además, la comunidad de académicos tampoco tuvo presencia en la realización de políticas de programación. En segundo lugar, el comité se volvió un espacio donde se manejaban cotos de poder en los que cada productor o miembro del sindicato defendía sus intereses y su forma de concebir la programación. Como consecuencia, su funcionamiento se convirtió más en un mecanismo político que en un ejercicio colectivo para realizar políticas de programación.

Al año siguiente hubo otros avances normativos dentro de la emisora: “El 29 de noviembre de 1994, la SEP publicó en el *Diario Oficial de la Federación* un documento complementario, el Acuerdo 203, que retoma el texto del Acuerdo 21 pero añade algunas disposiciones, las cuales, hasta nuestros días, han sido fundamentales para el desarrollo de la emisora” (Radio Educación, 2008: 256).

El Acuerdo 203 establecía las siguientes consideraciones:

... es necesario que esta Secretaría transmita a través de la radio programas de interés cultural y cívico que coadyuven a elevar el nivel cultural de la población, así como promover y fomentar la propiedad del idioma nacional; es propósito de esta Secretaría ofrecer al país, dentro de la

radiodifusión no lucrativa, una opción de elevado contenido cultural y cívico, para lo cual cuenta con un órgano administrativo desconcentrado que se denomina “Radio Educación”, y que resulta esencial e impostergable modificar el Acuerdo por el que se establecen las funciones de Radio Educación, toda vez que el medio de radiodifusión ha adquirido una creciente importancia para el eficaz cumplimiento de los objetivos del Estado mexicano, en el ámbito de la educación y la cultura... (SEP, 1994).

El Comité Técnico de Evaluación era un claro ejemplo de cómo, ante la ausencia de una política del Estado que orientara el rumbo que debían seguir los medios con fines sociales y culturales, los trabajadores –con una idea más clara del servicio que debería brindar un medio estatal y de su papel que para lograrlo– presionaron al Estado para generar aquellos mecanismos que les permitieran poder participar en la toma de decisiones de la programación y tener en cuenta también a los ciudadanos.

Pero se trataba de mecanismos que resultaban insuficientes si el comité se planteaba como una instancia articuladora de un proceso de participación, y más aún si buscaba acometer el reto de la ciudadanización. Como se mencionó en líneas atrás, no se especificaba en ninguno de los documentos cómo se lograría la participación ni qué ciudadanos colaborarían en él.

En los documentos del Acuerdo, la perspectiva del servicio público se encontraba referida en la definición misma de la estación, aunque no se desarrolla algún apartado descriptivo para dicha categoría.

En el apartado en el que se explica con mayor amplitud los elementos relativos al servicio público es la sección de criterios (generales y específicos) de evaluación, aplicables a la carta programática. Pero no respecto de otras condiciones como pluralidad y diversidad de la información o independencia editorial.

El listado de los criterios varía de un documento a otro; sin embargo, permanecen elementos básicos y comunes. Si los conjuntamos, se puede obtener uno general, susceptible de cubrir los criterios relativos al servi-

cio público, atendido desde la carta programática e incorporado al Reglamento para la evaluación de las series y los programas.

Otros aspectos estaban también ausentes en el documento publicado en 1993, por ejemplo, los criterios de experimentación e innovación como características de los programas y proyectos, pues, como lo demostraban múltiples experiencias, particularmente en el escenario de la radio en México en la década de los noventa, las emisoras estatales y culturales, a diferencia de las comerciales, arriesgaban en propuestas innovadoras y experimentales que, en muchos casos, enriquecían el espectro radiofónico.

El artículo 3º del mismo Acuerdo otorgaba facultades a Radio Educación para captar recursos de fuentes distintas al subsidio estatal:

Para su funcionamiento, Radio Educación contará con los bienes muebles e inmuebles destinados a su servicio, así como con los recursos que le asigne el gobierno federal del presupuesto de la Secretaría de Educación Pública. Radio Educación podrá recibir, conforme a las disposiciones legales aplicables, aportaciones que deriven de los servicios que preste y de otras fuentes u organizaciones que deseen apoyar sus actividades (Radio Educación, 2008).

Pi Orozco asegura que el Acuerdo 203 trajo beneficios a la estación para facilitar la realización de las coproducciones, las cuales potencializaron los temas dedicados a la mujer; por ejemplo, el programa *Dejemos de ser pacientes*, coproducido con la institución Salud Integral para la Mujer AC (Pi Orozco, 2001: 115).

Radio Educación pudo recibir recursos extras por la venta de programas y servicios en los años siguientes, y algunas donaciones, por ejemplo, una del gobierno de Japón recibida en 1999 (Pi Orozco, 2001: 70-71).

El presupuesto nunca ha sido suficiente para la emisora y, desde sus inicios, tuvo que buscar otras formas de autogestión para llevar a

cabo sus actividades de programación; por ejemplo, establecía acuerdos o convenios con instituciones públicas. Por eso, un hecho fue que con el Acuerdo 203 pudo mejorar su situación financiera en los años siguientes, así como promover las coproducciones con diversas instituciones públicas y no gubernamentales (Pi Orozco, 2001).

TABLA 5. Presupuesto de Radio Educación (1992-1994).

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1992	\$7 378 531	\$1 955 873
1993	\$9 995 544	\$1 801 077
1994	\$9 801 976	\$2 369 491

FUENTE: cuadro elaborado con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, Dictámenes de auditoría (Pi Orozco 2001: 107).

Nota: debe considerarse que mientras el presupuesto fiscal cubría salarios, gastos de operación, materiales y suministros y servicios generales, los recursos etiquetados de comunicación social y de coproducciones se destinaron íntegramente a la producción de series y programas.

Durante la gestión de Pi Orozco se le dio continuidad a programas que abordaban distintos problemas sociales; también se apoyó a aquellos sobre sexualidad y la mujer; algunos de ellos fueron coproducciones: *De todo un poco*, *Conversaciones*, *Dejemos de ser pacientes*, *Vamos a probar*, *Ton's qué*, *Con la puerta abierta*, *Sexualidad en tu propia voz*, entre otros. Estos programas fueron importantes en un contexto histórico nacional, donde no había mucha información pública sobre la sexualidad ni tampoco una discusión amplia respecto de los diversos problemas y los derechos de las mujeres.

El noticiario *Ventana 1060* se convirtió en punto de referencia para muchos intelectuales en México y personas interesadas en la cultura para conocer la agenda de actividades de esta índole; era una agenda

que incluso muchos años después seguía siendo de las pocas que cubría otro tipo de manifestaciones culturales que ocurrían en el país.

Por otra parte, *Voz pública*, conducido por Francisco Huerta, se convirtió en un ejemplo de participación ciudadana en la radio. Su particularidad fue abrir los micrófonos a los escuchas, quienes tenían la oportunidad de denunciar a las autoridades, cuestionar el poder y discutir temas sobre corrupción y ciudadanía, que eran prácticamente inexistentes en los medios de comunicación. Los escuchas podían ser cronistas de su propia vida y generar información; era un estilo de periodismo civil. Este espacio atrajo una gama importante de escuchas; no necesariamente en número sino por los grupos sociales que atendía (comerciantes, estudiantes, amas de casa, etc.). Fue un modelo que mostró la manera en que un medio estatal podía coadyuvar a construir ciudadanía, ejercer la libertad de expresión y generar audiencias críticas y actores políticos. El programa demostró cómo la radio estatal era fundamental para discutir los grandes problemas de la nación y de la necesidad en esos momentos de tener más contenidos con utilidad social en el cuadrante.

Programas como *Medianoche en Babilonia*, conducido por Tito Vasconcelos, y que se transmitía desde la década de los años ochenta, tocaba temas tabúes –como aquel de la cultura gay–. Sobre este programa, el exproductor de Radio Educación, Daniel González Marín, argumenta que, “en una época donde hablar de los derechos sexuales era aún tabú, Radio Educación dio foro a *Medianoche en Babilonia*, un programa conducido por Tito Vasconcelos todos los domingos, y que constituye, como muchos otros programas de la emisora, un hito pionero en los usos y costumbres de la radio en México” (entrevista a González, 2008).

Al igual que *Voz pública*, *Media noche en Babilonia* invitó a nuevos grupos minoritarios (estudiantes, travestis, transexuales) marginados a participar en la radio; informó a la población y contribuyó a que fuera visible un sector de población del cual el Estado no se había preocupado; para muchos de ellos significó pertenecer a una comunidad; cada domingo los escuchas podían entender mejor su realidad.

Producciones como esta eran un testimonio que reflejaba cómo Radio Educación estaba contribuyendo a la construcción de una noción de servicio público; en parte, porque había considerado a sectores minoritarios y hecho visibles problemáticas que eran un tabú en prácticamente el resto del cuadrante o ignoradas en otros medios de comunicación. Esta fue una de las formas mediante la cual, desde su programación, ayudaba a construir lo público.

En 1994, Radio Educación amplió su cobertura a 17 estados del país, como Guanajuato, Veracruz, Oaxaca, San Luis Potosí, Guerrero y Morelos, entre otros, y prácticamente en casi todos había presencia de sistemas estatales de radio (Mejía, 2005). Su expansión fue importante no solo por el hecho de ampliar la universalidad en su servicio, sino porque apoyó la diversificación de contenidos y la discusión de asuntos públicos en los estados –por ejemplo, Morelos– en donde la radio había sido bastión político del gobierno. Se trataba de entidades en las que el espacio público se restringía sobre todo para los grupos de elite política y económica, y donde, por consiguiente, los sectores mayoritarios de la población eran poco visibles; en algunos de estos estados las transmisiones de Radio Educación contribuyeron a diversificar la conversación pública en distintas regiones del país.

CUADRO 6. Periodo del presidente Carlos Salinas de Gortari (1988-1994).

Programación	Actividades
Programación con diversidad política y cultural	<p>Se fortalecieron los programas de derechos humanos y asuntos internacionales.</p> <p>Se produjeron programas sobre la mujer y se le dio continuidad a la discusión de asuntos públicos.</p> <p>El programa <i>Voz pública</i> abrió micrófonos a los radioescuchas, dándoles la oportunidad de denunciar a las autoridades y generar discusiones sobre corrupción y ciudadanía, que en otros medios no se tocaban.</p> <p>Se siguió promoviendo temas de cultura sexual como <i>Medianoche en Babilonia</i>.</p>

(Continúa)

(Concluye)

Programación	Actividades
Situación administrativa	<p>Con la reforma al sector educativo y cultural, la emisora quedó adscrita a Conaculta.</p> <p>Se resolvieron los problemas sindicales arrastrados desde la década de los ochenta.</p> <p>Se abrieron algunas plazas y se homologaron salarios.</p> <p>Aumentaron los recursos fiscales y etiquetados.</p> <p>En 1993 se creó el Comité Interno de Evaluación, con el objetivo de discutir colectivamente las decisiones sobre la programación.</p> <p>El Comité interno permitió sentar las bases normativas para que la emisora realizara actividades de programación con orientación de servicio público.</p> <p>El Acuerdo 203 facilitó que se recibieran donaciones y la realización de coproducciones con otras instituciones públicas y no gubernamentales.</p> <p>Radio Educación recibió recursos extras por la venta de programas y servicios, así como a través de donaciones.</p>
Relación con el Estado	<p>Hubo intentos de censura de contenidos de la emisora por parte del gobierno federal.</p> <p>Con la adscripción a Conaculta, la estación era reconocida por el Estado como una institución cultural que contribuía socialmente y ya no solo con actividades de apoyo a la educación.</p> <p>No fue una institución estatal prioritaria para el Ejecutivo.</p>
Relación con la sociedad	<p>La emisora amplió su cobertura a 17 estados.</p>

FUENTE: elaboración propia.

LA ESTRUCTURA DE LA RADIO ESTATAL Y LAS POLÍTICAS NEOLIBERALES: 1994-2000

En estas condiciones, Salinas de Gortari dejó al sector audiovisual y entregó la estafeta a Ernesto Zedillo, quien, de acuerdo con diversos autores (Sánchez, 2005: 430; Alva, 2006: 188; Cortés e Iburgüengoitia: 2009: 30), siguió la misma ruta que la de su antecesor, en cuanto al sector de la industria audiovisual y las telecomunicaciones; solo que en su sexenio se empoderaron más familias como la Azcárraga y la Slim. Alva (2006) afirma que las políticas de telecomunicaciones desarrolladas durante el gobierno de

Salinas de Gortari bajo un modelo neoliberal se expandieron durante el sexenio de Zedillo.

Los cambios se dieron, no obstante las vicisitudes económicas con las que se topó Zedillo durante los dos primeros años de su gobierno.

A 20 días de que tomara el poder, en diciembre de 1994, ocurrió una salida masiva de fondos extranjeros invertidos en valores mexicanos, debido a que Estados Unidos aumentó las tasas de interés e hizo atractivos sus mercados. Como medida de emergencia se decidió devaluar el peso, cuyo resultado, según narra Meyer, causó:

Una pérdida de confianza del capital externo, en particular del especulativo, y el principio de una salida masiva de capital (40 mil millones de dólares); la economía mexicana simplemente se hundió en una gran crisis que hizo descender el PIB en más del 7 por ciento y desató de nuevo la inflación, que llegó al 60 por ciento. Para 1996 los indicadores económicos habían detenido su caída, pero aún no se alcanzaba la recuperación de lo perdido (2006: 899-900).

Para autores como Meyer y Preston y Dillon (2004: 108), Zedillo había prometido en campaña realizar la reforma electoral y terminar con 14 años de deterioro del nivel de vida de los mexicanos, producto de las políticas puestas en marcha por sus antecesores. Pero, la nueva crisis dejó a 2.5 millones de personas sin empleo, pérdidas en el poder adquisitivo del salario real, 15 mil quiebras de empresas, etc. Además de los anteriores, otros estudiosos de este periodo, al igual que Alfredo Corchado (2013: 102-103) coinciden en que, para la segunda mitad de la década de los noventa, las promesas hechas sobre los beneficios que traería el neoliberalismo parecían alejarse de la realidad de los sectores de clase media. Meyer menciona: “Al concluir 1997, 46.3 % de la fuerza de trabajo tenía ingresos oscilaban entre uno y dos salarios mínimos [...] México tenía en 1996 el mayor número de familias en América Latina (13) con fortunas superiores a los mil millones de dólares” (2006: 900).

En el sector audiovisual, Sánchez (2005: 430-431) comenta que la crisis intensificó los reacomodos hechos por los grupos radiofónicos durante la década de los noventa, los cuales aumentaron el número de radiodifusoras de su propiedad y mantuvieron la concentración del medio: Radorama, 190 estaciones; Grupo ACIR-Corporación Mexicana de Radiodifusión, 159 estaciones; Radiocima, 92 estaciones; Organización Impulsora de Radio (OIR), 89 estaciones; Sociedad Mexicana de Radio (Somer), 77 estaciones; Promosat de México, 62 estaciones; Radiodifusoras Asociadas (RASA), 57 estaciones, etcétera.

También hubo reestructuración en los formatos de las corporaciones comerciales (Grupo ACIR, Núcleo Radio Mil, Radiópolis, Organización Radio Fórmula), pero no en los contenidos, y estas ofrecieron, en sus frecuencias, opciones musicales (música grupera, mexicana, tropical, norteña, banda, romántica). Solo se dejaron algunos espacios del cuadrante –como la XEQ 940 (Radiópolis), XEN 690 (RASA) y Cambio 1530 (Grupo Siete)– para la programación hablada (Sosa, 1996).

Al igual que los contenidos, la concentración de la industria de la radio en el centro del país permaneció casi igual en este periodo. Sin embargo, una parte de la sociedad mexicana poco a poco se volvía más consciente sobre los problemas nacionales y requería de otra información más relacionada con los asuntos públicos –sexualidad, trabajo, educación, vivienda, alimentación, entre otros–. Tampoco había presión del gobierno para demandar que se transmitiera este tipo de contenidos. Radio Educación fue uno de los casos excepcionales entre los medios estatales que abordó estas problemáticas; en el siguiente capítulo profundizaremos al respecto.

Zedillo utilizó algunos medios –como Televisa– para legitimar su gobierno. El presidente favoreció claramente al duopolio Televisa y tv Azteca, mientras que los medios de los estados seguían padeciendo una situación financiera poco estable.

Para Patricia Ortega:

El primer mandatario no se mostró interesado en que hubiera cambios ni siquiera en la estructura de propiedad de los medios audiovisuales, en la legislación de radio y televisión. Más bien, se pronunció por la autorregulación en las empresas mediáticas a través de códigos de ética o de las normas que cada una de ellas decidiera para orientar su quehacer (2006: 166-167).

Para las televisoras, la autorregulación de la libertad de expresión significaba abusar de esta “libertad” para seguir produciendo contenidos de bajo costo, en donde la creación de estereotipos, la burla a sectores vulnerables de la sociedad y la ratificación del clasismo y racismo en los programas eran una constante. A estos medios no les interesaba la rendición de cuentas ni otro tipo de regulación que limitara su poder y su expansión en el mercado audiovisual.

TABLA. 6. Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio del presidente Ernesto Zedillo (1994-2000).

Estado	Sistema	Inicio de transmisiones
Puebla	Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla: XHCOM 105.9 FM, municipio de Puebla	18 de noviembre de 1997 ¹²
Veracruz	Radio Televisión de Veracruz: Radio Más 107 FM, La Radio de los Veracruzanos	6 de abril de 2000

FUENTE: elaboración propia.

Durante este sexenio se constituyeron los sistemas de radio y televisión en Puebla, en 1997, y en Veracruz, en 2000 (véase tabla anterior), con lo

12 Información proporcionada por el director de Radio del Sistema de Información y Comunicación del Estado de Puebla, José Arturo Fernández Jaso, el 28 de marzo de 2012.

que se expandía la presencia de la radio estatal en 24 estados de la república. Si bien la infraestructura crecía, el número y el poder de estas radios no eran suficientes para hacer contrapeso a las necesidades informativas de la población a fin de siglo. El presidente Ernesto Zedillo no hacía pronunciamientos en la radio estatal; tampoco los daba en la televisión comercial, lo cual mostraba su desinterés en los sistemas estatales de radiodifusión. Era una manera simbólica de restarles presencia y respaldo a estos medios ante la sociedad.

En este periodo, Radio Educación y el Imer fueron dos medios que apoyaron a las radios estatales para cubrir algunos de los huecos de contenidos informativos, culturales y educativos de los que carecían estas estaciones. Como se explicará más adelante, Radio Educación lo hizo a través de la ampliación de sus transmisiones y el Imer por medio de sus repetidoras.

Periodistas e investigadores como Carmen García Bermejo (1996), Sosa (1996), Alva (2000a) y Cristina Romo (1990) estudiaron el desarrollo de la radio estatal en la segunda parte de la década de los noventa, y coinciden en que la situación política y administrativa, así como la relevancia social de la programación, fueron muy desiguales en varias radiodifusoras del país.

Hubo radios estatales que fueron afectadas financieramente; incluso el Sistema Morelense de Radio y Televisión estuvo a punto de desaparecer al despedir a 200 trabajadores y vender sus cuatro estaciones mediante licitación pública (Sosa, 1996). Entre ellas se encontraban las emisoras de Jojutla, Yautepec y Cuautla, las cuales dejaron de funcionar en 1999; hasta la fecha solo operan como repetidoras.¹³

Romo describía, en 1996, el estatus de las radios estatales de la manera siguiente:

13 Información proporcionada por la Dirección de Radio y Televisión del Congreso del Estado de Morelos.

Las principales causas de los problemas más agudos por los que atraviesan las estaciones permisionadas son el financiamiento y los cambios políticos sexenales. Señala que puede ocurrir que se nombre a un nuevo director que cambie todo el proyecto, modifique la programación, tenga dificultades con el personal y este acabe por retirarse; o que las instancias superiores no se interesen por la radio y se les retire el apoyo al Grupo ACIR. No es raro visitar las instalaciones de alguna radio estatal y encontrarlas muy bien equipadas, pero solo con dos o tres personas que sostienen la señal en el aire con la transmisión de un disco de larga duración (Romo, citado en García, 1996: 54).

Las consecuencias de la falta de continuidad transexenal en los proyectos en la mayoría de las emisoras estatales se reflejaban en una programación que no representaba ni informaba a los escuchas sobre la profunda crisis económica en la que se encontraba el país. No había contenidos suficientes que discutieran el tema del desempleo ni el deterioro económico de las familias mexicanas; tampoco vertían una explicación sobre la concentración de la riqueza en 13 familias y su relación con la creciente desigualdad económica y social.

También, los contenidos de los espacios noticiosos tenían información sesgada y eran controlados por los gobiernos estatales y locales. En la mayoría de las estaciones estatales la barra programática estaba desarticulada; podría haber un programa con contenidos que contribuyeran al desarrollo de la región o localidad, pero el siguiente programa en curso podía ser de promoción gubernamental.

Salvo excepciones, como en la XHUAN FM Estereofrontera, de Tijuana, perteneciente al Imer, la programación de entretenimiento, educativa y cultural en emisoras estatales tenía poco impacto en las comunidades. Por ejemplo, había diversidad de géneros musicales, contenidos que apoyaban a los programas de educación primaria; incluso empezaron a escucharse programas sobre género o infantiles (Moreno, 1987: 67).

A pesar de estas irregularidades en la programación y en la continuidad transexenal de los proyectos, cabe hacer notar que, desde la década de los ochenta, a medida que Radio Educación y el Imer iban expandiendo su presencia en las radios estatales de otros estados a través de estaciones repetidoras o intercambio de programación, las radios estatales se fueron fortaleciendo y se crearon vínculos con la comunidad.

A mediados de la década de los noventa, nuevos temas en México casi no se trataban en las radios estatales: el descontento de las mayorías respecto al partido hegemónico en el poder, la migración hacia Estados Unidos, el abandono del campo como consecuencia de las políticas de Estado, el fracaso del TLC en algunos sectores económicos como el mismo campo, el crecimiento de la economía informal, la prostitución como producto del desempleo (de 10% a 25%) y la corrupción de cuello blanco; el incremento de la violencia y la inseguridad en las ciudades y las derivadas del crimen organizado, la proliferación del tráfico de armas, los secuestros, los cárteles de la droga y su infiltración en la policía y los jóvenes o la presencia de los militares en las calles de la Ciudad de México. Estos eran asuntos que la población necesitaba dialogar y que no estaban en las agendas de la mayoría de las radios estatales, debido al control de la información que imperaba en el gobierno de Zedillo, especialmente en entidades como Campeche, Estado de México, Tamaulipas y Morelos.

Los sistemas de radio estatal necesitaban tener más impacto en la vida pública, ya que la mayoría de estos no tenía presencia en diversos grupos de la sociedad (García, 1997), incluso eran marginados por algunos políticos, funcionarios, periodistas y académicos, quienes a veces no querían participar en entrevistas porque no les redituaba visibilidad entre un grupo amplio de escuchas. Mejor preferían aceptar participaciones en programas de estaciones comerciales.

En efecto, uno de los mayores problemas a los que se enfrentaron las radios estatales fue de qué manera aumentar su presencia e influencia en la sociedad, además de diversificar su audiencia. Un dato que

evidencia la situación que enfrentaban los medios estatales es el ejemplo de Radio Educación a la que, en 1996, solo la conocía 12% de la población mexicana, a pesar de que la estación ya tenía 18 años al aire (García, 1996). Para esta y las demás emisoras estatales del país, tener una audiencia amplia parecía una quimera, debido a la poca importancia que tenían para el Estado, los gobiernos estatales, incluso para la mayoría de la sociedad, que tampoco hacía esfuerzos por acercarse a estos medios. Y, más que una audiencia amplia, para un medio estatal en México representaba mayor reto tener impacto social entre los sectores de la población.

Esto se sumaba a otros problemas que conducían a que las radios sectorizaran su programación para radioescuchas de ciertas edades: la perspectiva de muchos directivos respecto de lo que debía ser un medio estatal, la necesidad de contar con nuevos realizadores que produjeran asuntos públicos acordes con la realidad nacional y los problemas administrativos y de poder, entre otros.

Como mencionamos, Radio Educación era una excepción en tanto se había planteado responder a las necesidades de un medio que aspiraba a ser público; dichas necesidades tenían que ver con transmitir una programación dirigida a grupos diversos. En efecto, lo había hecho, pero el reto de diversificar sus públicos era aún mayor, sobre todo porque la principal audiencia a la que accedía oscilaba entre los 30 y 45 años (García, 1996).

Esto significaba un desafío para los productores de la administración de Pi Orozco, sobre todo porque se requería invertir mayores recursos financieros para seguir ofreciendo continuidad a un proyecto cultural y educativo. Desde su aparición, la emisora gradualmente podría fortalecer sus actividades programáticas, pero cada sexenio se enfrentaba a nuevos retos, como el hecho de responder a las necesidades políticas y sociales de las minorías y mayorías de la zona metropolitana, que se tornaban más complejas. Darle continuidad a este tipo de proyecto era la forma de combatir los bajos niveles de audiencia.

Es interesante observar que, si bien Radio Educación tuvo claro desde sus orígenes desarrollar un proyecto cultural y educativo, las estrategias sexenales para abonar a este proyecto no fueron siempre estructuradas o establecidas desde inicios de cada administración; muchas veces se trató de propuestas espontáneas, otras veces respondieron a las decisiones del director en turno o a la iniciativa de algunos de sus trabajadores, quienes estaban comprometidos con el proyecto.

Como parte del desafío que representaba diversificar la audiencia y del enfoque de realizadores como Olga Durón, Marta Romo, Lourdes Müggenburg, Jesús Estrada Ruiz, Gabriela Granados y Margarita González Ortiz, entre otros, Radio Educación fue una de las pocas radiodifusoras en el país que produjo programas infantiles. Los niños en México constituían un grupo social desatendido por la radio comercial y por la mayoría de las radios estatales, y había productores capacitados y motivados para realizar este tipo de contenidos (Zavala, 2014).

La emisora se preocupó por atender a este grupo formulando espacios originales y creativos. En la década de los noventa se transmitieron *Circo, maroma y libros*, *Radio sí*, *Cuando yo sea grande*, *Aventuras en el tímpano*, *Besos de papel*, *Que hable el corazón* (Radio Educación, 2004). Sin embargo, Alva afirma que en esta emisora el respaldo fue insuficiente para continuar con algunos de los proyectos infantiles, como el de *Notiloco*, el cual duró 35 semanas y dejó de transmitirse el 11 de enero de 1997.

La directiva de XEEP, Radio Educación, hizo saber al equipo productor [Hannia Novell, Edgar Cruz, Mónica Rosendo y Sandra Luna], de *Notiloco*, la decisión de cancelar este programa, el único en el cuadrante verdaderamente de los niños y para los niños. En vivo, con voces infantiles reales en los micrófonos (y no adultos que engolaran las suyas para parecer niños), guion original, investigación para la producción e incluso cierta capacitación radiofónica para los niños participantes en el programa, *Notiloco* paladeaba ya lo que era la verdadera participación del público, aún hoy es una rareza en el dial. Se trataban temas de lo más diversos, pero

con un denominador común: ser del interés de los menores que componían la audiencia: Una de las emisiones más llamativas fue la que abordó el tema de los derechos de los niños cuyo impacto en el público radioescucha fue revelador: al contrario de lo que se suponía, muchos pequeños oyentes tenían cierto conocimiento del tema...” (1997: 44).

Notiloco es solo un ejemplo de muchos más que evidencian la falta de continuidad de proyectos propositivos que contribuían a dar visibilidad a grupos sociales vulnerables. Radio Educación ha tenido la visión de promover la creatividad y la experimentación, pero algunas de estas producciones se enfrentaron con problemas administrativos y con una ausencia de política de Estado que apelara a la atención de las minorías.

Otra limitante que enfrentaba (y enfrenta hasta la fecha) la emisora para diversificar su audiencia era que los productores de base eran quienes decidían regularmente qué proyecto podía salir al aire.¹⁴

TABLA 7. Presupuesto de Radio Educación (1995-2000).

Año	Presupuesto fiscal	Recursos etiquetados y coproducciones
1995	\$10 020 191	\$3 157 719
1996	\$14 974 284	\$2 943 674
1997	\$16 234 812	\$2 554 833
1998	\$22 671 513	\$3 874 514
1999	\$26 477 597	\$4 151 161
2000	\$33 452 501	\$4 375 764

FUENTE: elaboración propia, con base en Informes de Autoevaluación ante la Comisión Interna de Administración de Radio Educación, cit. en Pi Orozco (2001: 107).

14 Los productores de base eran: Laura Elena Padrón, Lourdes Müggenburg, Edmundo Cepeda, Guadalupe Cortés, Cruz Mejía, Pilar Muñoz, Alain Derbez, Rafael Catana, Sonia Riquer, Mario Ledesma, Graciela Ramírez, Guadalupe Sánchez, Margarita González y Lidia Camacho.

En el plano financiero, en el gobierno de Zedillo el apoyo económico para Radio Educación –aunque aún limitado– creció respecto al otorgado durante el sexenio de Salinas. Esto se debió, en parte, al Acuerdo 203, el cual había permitido la obtención de donaciones y recursos vía la realización de programas con otras instituciones.

El presupuesto se orientó a impulsar la programación dirigida a diferentes tipos de escuchas:

Fueron creados más de 20 programas nuevos, entre los cuales destacan *Palabras de jazz*, *Somos lo que comemos*, *Piel de asfalto* y *Almohada sin fondo*. Asimismo, fueron transmitidas, en coordinación con la Unidad de Publicaciones de la SEP, siete radionovelas para el público infantil: *Natalia*, *Jacinto y Esteban*, *Toño come moscas*, *Elisa*, *Aventuras en el ombligo de la luna*, *Agüita salada* y *Sucede hasta en las mejores familias* (Sosa, 1996).

Es preciso observar que los contenidos infantiles significaron para Radio Educación brindar mayor atención a un sector social vulnerable; especialmente cuando en esos años eran pocos los espacios de educación, información y entretenimiento –fuera de la escuela– dirigidos a los niños. Para los productores fue un reto comunicar temáticas complejas y nuevas para los niños; muchas de ellas, como los derechos humanos, tenían poca cabida en los programas del gobierno federal y de los estados en la década de los noventa. De hecho, no había una plena conciencia entre la mayoría de los ciudadanos sobre tópicos como la libertad de expresión.

Es un hecho que con los programas infantiles Radio Educación buscaba contribuir a forjar valores cívicos; fue también un ejemplo de cómo la emisora fue construyendo lo público en su quehacer cotidiano y la manera en que enfrentó presiones presupuestales y políticas a través de contenidos creativos e innovadores.

CUADRO 7. Periodo del presidente Ernesto Zedillo (1994-2000).

Programación	Actividades
Programación con diversidad política y cultural	<p>Se dio prioridad a la difusión de asuntos públicos: sexualidad, empleo, educación, alimentación y vivienda.</p> <p>Siguió apoyando a otras radiodifusoras estatales del país con contenidos programáticos.</p> <p>Se produjeron programas infantiles, entre ellos siete radionovelas infantiles en coproducción con la Unidad de Publicaciones de la SEP. Sin embargo, faltó mayor respaldo a otros proyectos infantiles como <i>Notiloco</i>.</p> <p>En los programas infantiles el reto era tener temas que no eran abordados en otros medios, tal es el caso de la libertad de expresión.</p>
Estrategias	<p>Las ideas de producción se centraron en unos cuantos realizadores, lo cual afectó la diversificación de contenidos y la creación de otros formatos narrativos.</p> <p>Las estrategias de programación no siempre fueron estructuradas; a veces fueron espontáneas o respondieron a iniciativas de algunos trabajadores, o a las decisiones del director.</p>
Situación administrativa	<p>Aunque el apoyo económico era limitado, fue mayor que en el sexenio de Carlos Salinas de Gortari.</p>
Relación con el Estado	<p>La institución no fue prioritaria para el Ejecutivo.</p> <p>No hubo apoyo del gobierno federal para demandar que se transmitieran contenidos de interés público.</p> <p>Hubo falta de mecanismos del gobierno federal para fomentar la continuidad de políticas transexenales.</p> <p>En 1994, ante el levantamiento zapatista, hubo intentos de control de la información por parte del gobierno federal; la emisora no acató las órdenes y las intimidaciones continuaron durante el sexenio.</p>
Relación con la sociedad	<p>Para 1996, solo 12% de la población mexicana conocía qué era Radio Educación.</p> <p>La mayor parte de la audiencia oscilaba entre los 30 y 40 años de edad.</p> <p>Dadas las características de la audiencia, se buscó tener un mayor impacto social y diversificar la audiencia entre diferentes sectores de la población de la zona metropolitana, así como responder a las necesidades sociales y políticas.</p> <p>La mayor parte de la sociedad no hacía grandes esfuerzos por acercarse a estos medios.</p>

FUENTE: Elaboración propia.

Es interesante resaltar que estos esfuerzos de Radio Educación y de otras emisoras estatales fueron frágiles por no contar con autonomía plena –en ocasiones– cuando no corresponden a intereses de los gobiernos en turno o cuando los proyectos de las estaciones están en manos de sus directores y no de un proyecto de medios de Estado. Solo en ocasiones estas radios reflejaron principios de lo público, pero los factores mencionados obstaculizaron que fueran verdaderos medios públicos.

El Imer fue otra de las radios estatales que puso en marcha estrategias similares a las de Radio Educación para incidir en sectores más amplios de la sociedad, pues también recibía presiones políticas y administrativas en sus actividades de producción. Entre 1995 y principios de 1999 aumentó su número de escuchas, debido a los cambios en la oferta programática de las emisoras orientados hacia un perfil más informativo y cultural (Lara, 2000: 177). Hechos como este demostraron que, en efecto, había ciertos sectores de la sociedad que demandaban otro tipo de información que la radio en México, sobre todo la comercial, no ofrecía.

La irregularidad en el funcionamiento de gran parte de las emisoras estatales y su limitada incidencia social reflejaban la ausencia de una política de Estado en materia de medios estatales. Hacia finales del siglo xx la ausencia era más evidente porque, entre otras cuestiones, las necesidades de información y de expresión de la población eran cada vez más complejas. Dada la estructura y el poder político del gobierno en turno, la programación de muchas emisoras del interior del país no había podido ser una alternativa real ante la ofertada por los medios comerciales.

Ante tal ausencia de una política de Estado en materia de medios estatales, la productora Guadalupe Cortés, entre otros, proponía que:

El mismo Estado que creó instituciones culturales, como Radio Educación, debería también garantizar su funcionamiento, no con los parámetros del Estado protector de antaño, sino con instrumentos más adecuados

a la situación política y económica contemporánea, la legislación es uno de los más importantes y urgentes (2000: 443-444).

Es cierto. La ausencia de dichos instrumentos limitaba a la mayoría de los sectores sociales para ser parte de los procesos de participación de la radio estatal y a que no se escuchara, en la mayoría de las frecuencias estatales del país, un debate profundo sobre la educación, la cultura y los verdaderos asuntos públicos.

Otros productores y algunos expertos en medios respaldaban esta postura y proponían varios instrumentos políticos y administrativos. Alva, por ejemplo, proponía patrocinios del sector privado para diversificar el financiamiento de las emisoras estatales y no depender únicamente del erario para realizar mejor sus funciones sociales (cit. por García, 1996). Era claro que la falta de patrocinios y formas para fomentar la participación estaban intrínsecamente relacionadas con el hecho de que el Estado no había apoyado una ley de medios que permitiera desarrollar una radio pública.

Fernández *et al.* (1996) afirmaban que ya era “tiempo [...] de explorar un verdadero modelo de comunicación pública”, en donde las organizaciones privadas sin fines de lucro cumplieran un papel protagónico.

Estas voces parecían impulsar un debate sobre la necesidad de legislar los medios estatales para que se convirtieran en medios de servicio público; como modelos a seguir para lograrlo tenían como referencia a sistemas exitosos de radiodifusión pública de otras naciones. Al respecto, Fernández *et al.*, señalaban:

Sería oportuno empezar por reflexionar si nuestra sociedad tiene ya la madurez para impulsar la existencia de una radiodifusión pública. Ahora es el momento, particularmente frente a la saturación de los medios conocidos y cuando el poder Legislativo evalúa propuestas de adecuación y modificación de la legislación mexicana. No está de

más incluir en la agenda la figura jurídica de radiodifusión pública (1996).

El concepto de un modelo de radiodifusión estatal con la participación de patrocinio privado era un tanto nuevo para un país en el que se había estado acostumbrado a recibir únicamente la subvención económica por parte del Estado. Para algunos especialistas de los medios, el financiamiento de la radiodifusión debía ser solo un asunto del Estado para evitar su sumisión a las reglas del mercado.

Diferentes ideas al respecto se sumaron a la consulta pública organizada por la Comisión Especial de Comunicación Social durante la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados, el 8 de junio al 11 de julio de 1995. En el debate se integraron más de 2 500 propuestas; el tema de la relación de la radio estatal con el poder Ejecutivo conformó parte de la agenda.

Según Solís, el encuentro tenía dos objetivos: reordenar el modelo comunicativo en México y “presentar iniciativas de ley para actualizar la legislación en materia de comunicación social, que contemple el punto de vista de la sociedad al respecto y el fortalecimiento de la libertad de expresión y de prensa que consagra la Constitución” (2009: 38).

La relación de la radiodifusión estatal con el Estado parecía abrir cauce a una nueva fase de diálogo en la que consideraría la participación de algunos sectores de la sociedad. Era un momento anhelado desde hacía un par de décadas para los miles de participantes en esta consulta y quienes representaban a distintos grupos; se trataba de voces de quienes creían que la democratización de los medios de comunicación era fundamental para lograr el desarrollo político y social del país.

De esta consulta, los miembros de la Comisión Especial, el 22 de abril de 1997, presentaron dos iniciativas de ley: la primera, desplegada por la diputada María Teresa Gómez Mont, del PAN, era la Ley Federal de Comunicación Social; la segunda era presentada por la diputada Ana Lilia Cepeda, del PRD, y se trataba de un proyecto de decreto que refor-

maba y añadía diversos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley Federal de Entidades Paraestatales (Solís, 2009: 39).

Resulta interesante que dentro de las iniciativas se planteara reordenar la estructura de los medios permisionados, fortalecer la rendición de cuentas y la transparencia de estos y, además, la transformación de medios de gobierno a medios de Estado.

La Ley Federal de Comunicación Social proponía “establecer normas de operación y ampliar la tarea de los medios de gobierno a medios de servicio público” (Solís, 2009: 41). Por su parte, la iniciativa del PRD promovía la creación de medios permisionados y la facilidad para obtener recursos de fuentes de financiamiento distintas a las del erario; específicamente planteaba “la constitución de la Comisión Nacional de Comunicación Social y del órgano autónomo encargado de otorgar las concesiones; facilite y estimule la existencia de estaciones culturales, de experimentación, estaciones comunitarias, entre otras cuestiones” (Solís, 2009: 39). Se estipulaba que “las estaciones permisionarias podrán financiar sus operaciones a través de la venta de espacios publicitarios y servicios de producción, siempre y cuando dicha venta no genere ingresos lucrativos” (Solís, 2009: 39).

Los trabajos trascurrieron hasta 1998 sin poder aprobar alguna de las propuestas; el gobierno de Zedillo no les dio la importancia necesaria para impulsarlas y convertirlas en ley; los grupos radiofónicos que habían aumentado sus concesiones y los medios de comunicación de las familias Salinas y Azcárraga no querían que los sistemas de radiodifusión estatal se fortalecieran porque significaban competencia. Solís participó en este largo proceso y concluye que: “... desde el escenario de los medios y avalados por la complicidad del poder Ejecutivo, la reforma legislativa debió nuevamente resignarse a su papel de promesa incumplida” (2009: 43).

Es un hecho que, a finales del siglo xx, había un consenso entre actores políticos importantes en la vida nacional (diputados, académicos especialistas en medios, periodistas, trabajadores de los medios,

entre otros), sobre la función social que debían asumir los medios estatales:

1. Tenían que ampliar sus actividades además de convertirse en medios públicos.
2. Eran fundamentales para el desarrollo democrático de la sociedad en México y por lo tanto tenían que fortalecerse.
3. Su situación jurídica se tenía que actualizar y definir con mayor profundidad.

A pesar del avance en los trabajos de la sociedad organizada sobre la actualización del marco jurídico de los medios de comunicación, las iniciativas de ley no trascendieron. Con este episodio, en el gobierno de Zedillo se impidió la posibilidad de reordenar el modelo comunicativo en México y, particularmente, poner en marcha una política de Estado que fortaleciera el funcionamiento de la radio estatal en el país, de acuerdo con la realidad que vivía la sociedad en México a finales de la década de los noventa.

En suma, en dicho gobierno la responsabilidad de los medios –como lo anota Esteinou– quedó bajo la tutela “de la lógica del mercado informativo ‘autorregulado’” (2005: 265). El eje de dicha lógica fue el modelo de radiodifusión privada y al cual, si bien ya formaba parte del mercado informativo desde décadas atrás, se le revigorizó su estructura con el proyecto neoliberal. El modelo estatal desempeñó un papel complementario en la agenda pública del Estado a pesar de la creación de nuevos sistemas de radiodifusión estatal.

LA ESTRUCTURA DE LA RADIO ESTATAL Y LAS POLÍTICAS NEOLIBERALES: 2001-2006

Cuando Vicente Fox llegó a la presidencia en 2000, en amplios sectores de la sociedad crecieron las expectativas al haber perdido el PRI el poder

federal; algunas instituciones como el IFE, habían trabajado para que hubiera elecciones limpias y se respetara el voto.

En el capítulo I explicamos cómo los distintos grupos sociales esperaban que las instituciones públicas se transformaran jurídica y políticamente para poder transitar hacia un sistema político democrático; entre estos organismos se encontraban los medios de comunicación estatales. Sin embargo, existían ciertas condiciones económicas y políticas –como la inequidad o el fortalecimiento de las instituciones– que limitaban la transición democrática.

Los entonces corresponsales del periódico *The New York Times*, Julia Preston y Sam Dillon, explican la situación que vivía México al arribar el nuevo siglo: “La democracia mexicana todavía está en formación. A causa de las extremas desigualdades socioeconómicas que persisten en México y de la ausencia de un eficaz sistema de justicia [...] el arribo de la democracia electoral no les ha hecho más fácil la vida a la mayoría de los mexicanos” (2004: 16).

Los problemas para impulsar la democracia se venían acentuando con la falta de una modernización del sistema comunicativo en México; a la transición política no le había correspondido un cambio en la estructura de medios de comunicación.

Por ello, se esperaba que el gobierno del presidente Fox creara una política de comunicación donde hubiera mayor inclusión de los ciudadanos en los medios de comunicación privados y estatales. La política tendría impacto en la democratización del espacio público al permitir un mayor flujo de información y otorgar autonomía a los sistemas de radiodifusión estatal con la puesta en marcha de un modelo de radiodifusión más equitativo que coadyuvara a la transformación del sistema político mexicano.

Con esa esperanza social, Fox llegó a Los Pinos. Sin embargo, esta esperanza se fue diluyendo en tanto las acciones del nuevo presidente se alejaban de sus promesas por democratizar el Estado mexicano. La anhelada democratización se dio más en lo político, pero no se conso-

lidó ni en lo social ni en lo cultural, como fue en el caso de la pluralización de los medios.

Contrario a sus promesas, a medida que transcurrían los primeros meses del primer año de su sexenio, Fox fue fortaleciendo las políticas neoliberales desarrolladas en los sexenios anteriores. En el sector mediático, estas políticas beneficiaron a las principales corporaciones audiovisuales privadas, las cuales siguieron expandiendo su capital económico, político y social.

Como analizamos anteriormente, estas políticas crearon vacíos de poder en el Estado mexicano que paulatinamente fueron ocupados por corporaciones internacionales, entre ellas las grandes industrias de los medios de comunicación. Televisa y Televisión Azteca, principalmente, fueron adquiriendo poderes superiores a los establecidos por la ley; su influencia era cada vez mayor en sectores empresariales como el mercado bursátil internacional, obtuvieron más peso en las instituciones políticas, llámense partidos políticos, y fueron obteniendo cada vez más presencia a través de sus contenidos entre los grupos mayoritarios y minoritarios de la sociedad.

El Estado renunció a sentar las directrices sobre el desarrollo cultural del país y cedió las principales actividades de difusión informativa de la cultura y la educación a los grandes medios audiovisuales privados, los cuales se convirtieron en los principales canales de comunicación del gobierno federal. Esto intensificó la desregulación en la información; la dinámica del mercado se encargaría de autorregularla.

Esteinou y Alva coinciden con este hecho. En su libro *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información* comentan que, con la llegada de Vicente Fox, hubo vacíos de poder que fueron usurpados por la industria privada de medios de difusión, la cual fortaleció una relación de dominación con la ciudadanía que ya se había consolidado en la segunda parte del siglo xx. En esta nueva fase, los medios ya no pudieron ser controlados por el Estado. Los autores mencionan que, como consecuencia, “el Estado moderno y el proyecto de sociedad

sufrieron el mayor debilitamiento ideológico-político de todo el devenir nacional después de la Revolución de 1910” (2011: 111).

Con el apoyo de la presidencia de la república, estos conglomerados internacionales, mediante sus espacios de programación, continuaron legitimando el control político y el autoritarismo del gobierno en turno, acapararon la discusión en el espacio público y cada vez más fueron decidiendo la agenda informativa nacional y local sin necesariamente cubrir los principales problemas del país. También desprestigiaron a políticos que no coincidían con su proyecto político y económico; le dieron gran visibilidad a los grupos de elite política y económica, los que a su vez recurrían al recurso mediático de los medios comerciales para expresar sus puntos de vista y ratificar así su poder local, estatal y federal. El intercambio de favores y la promoción política entre los medios y el gobierno fueron comunes en este sexenio.

Estas acciones políticas contribuyeron a que el Estado mexicano ampliara el ejercicio de su poder con el apoyo del modelo comercial de comunicación; sobre todo los medios electrónicos privados se fueron consolidando como uno de los ejes ideológicos para el Estado.

Cuanto más poder se les concedía a los medios privados, la radio-difusión estatal iba restando su presencia política en la arena pública. El Canal 22 no era una tv de servicio público ni representaba la realidad de la pluralidad social y cultural. Ante tal hecho, grupos sociales, entre ellos algunos intelectuales, periodistas, académicos y miembros de ONG's, así como ciudadanos interesados en contar con mejores medios audiovisuales, habían perdido la esperanza de que esta televisión ofreciera contenidos diversos y plurales y con entretenimiento lúdico. Al cambio de siglo, el canal no representaba una opción diferente de programación; por el contrario, constituía una oferta similar a la de Televisa. Este hecho también significaba para los ciudadanos perder la oportunidad de contar a futuro con una red nacional de medios públicos.

Solo hubo excepciones de medios no comerciales que lograron crear esferas de comunicación que ayudaron a dar visibilidad y reconoci-

miento a grupos de la sociedad civil en el espacio público local y nacional. En líneas posteriores explicaremos el rol de Radio Educación al respecto.

Ante estas condiciones políticas, podemos distinguir tres eventos que dictaron la política del presidente Fox en torno a los medios de comunicación: 1) el establecimiento de la Mesa de diálogo para la reforma integral de la legislación de los medios electrónicos; 2) *el decretazo*; y 3) la *ley Televisa*.

Como respuesta a estos tres eventos se intensificaron, entre más grupos de la sociedad civil, las críticas al papel del Estado en cuanto a la relación de poder con los medios estatales, las diferencias abismales entre los dos modelos de radiodifusión, la alta concentración de los medios privados y la inadecuada situación jurídica de los medios estatales y comerciales, entre otras cuestiones.

Explicaremos estos eventos y la respuesta de la sociedad organizada:

1. *Establecimiento de la Mesa de diálogo para la reforma integral de la legislación de los medios electrónicos*. En un contexto en el que se expande altamente la industria audiovisual privada, solo pocos grupos de la sociedad (como periodistas, académicos y miembros de la sociedad organizada) estaban conscientes de esta nueva relación de poder entre la industria audiovisual y el Estado. Ante tal escenario, para estos sectores la posibilidad de contar con una estructura de medios más democrática se encontraba en los medios no comerciales.

Era un hecho que estos sectores cada día estaban más conscientes sobre la necesidad de fortalecer los medios estatales; proponían darles autonomía respecto del gobierno y mejorar su situación económica; incluso planteaban que la ley los reconociera como verdaderos medios de servicio público.

Las discusiones de 1995 y 1998 habían dejado –en ciertos grupos de académicos, periodistas, organizaciones no gubernamentales y algunos políticos, medios estatales y culturales– molestia por el favoritismo

que había mostrado el presidente Zedillo hacia los medios comerciales, así como por las irregularidades legislativas y las presiones políticas cometidas durante su gobierno.

La posterior llegada de la alternancia al poder federal había creado en estos grupos expectativas sobre un cambio viable en la relación de poder entre los medios estatales, el Estado y la sociedad. De acuerdo con Patricia Ortega, “varios fueron los compromisos que Vicente Fox expresó como candidato a la presidencia de la república para mejorar las condiciones jurídicas y políticas en las que se daban esas relaciones” (2005: 95-96).

Definitivamente, en 2000-2001 se había creado un contexto político en el que parecía que estas condiciones cambiarían para los medios estatales, en específico para los 24 sistemas de radio de los estados. Se requería que estos sistemas fueran legislados para que pudieran ser dotados de recursos financieros, administrativos y humanos suficientes para poder operar con autonomía del gobierno y brindar beneficios a la sociedad con programación más plural y diversa en su región que pusiera en discusión los asuntos públicos locales y nacionales.

Esto motivó que algunos representantes de los medios estatales establecieran un foro de discusión mediante eventos nacionales e internacionales, publicaciones, documentos que incluían propuestas concretas sobre cómo mejorar su situación laboral o cómo legislar el servicio público de radiodifusión, desplegados, además de su propia programación, etc. Canal Once, el Imer y Radio Educación, entre otros, fueron medios que lideraron este debate en el que se autodefinieron como medios estatales con vocación de servicio público. Los representantes de estos pudieron tener mayor presencia en la discusión de sus propias condiciones frente a la estructura de medios de comunicación; exigían un estatus distinto, mayor autonomía y un reconocimiento a su labor de servicio público.

Estas evidencias parecían indicar que el Estado mexicano cumpliría la vieja promesa de democratizar los medios de titularidad estatal.

Al respecto, Solís afirmaba:

México inicia una nueva etapa después de los resultados del 2 de julio de 2000, con un gobierno distinto al PRI y donde la Reforma política de 1977 parecía haber encontrado una etapa concluyente, con un órgano electoral autónomo y una sociedad más participativa que logró un Congreso más heterogéneo en su representación política (2009: 43).

Ya en la silla presidencial, Vicente Fox se comprometió a revisar el marco legal de los medios y a realizar consultas con la sociedad como parte del plan de comunicación social de su gobierno. Patricia Ortega afirma que: “El 5 de diciembre de 2000, mediante un documento oficial que tuvo escasa difusión, la presidencia de la república reconoció la necesidad de un nuevo marco legal ‘para hacer plenamente efectivo el derecho a la información y la libertad de expresión’” (2005: 98). Sin embargo, para la autora: “Se trataba de un documento que contenía los principios generales de la política de comunicación de la presidencia de la república, pero en él faltaban las precisiones y los argumentos sobre qué acciones se llevarían a cabo para lograr los compromisos establecidos. Faltaba, sobre todo, la visión de Estado” (2005: 98).

Esto era especialmente cierto porque no se hacía mención alguna a los medios que eran propiedad del Estado.

También analiza este periodo con acuciosidad:

Con gran prontitud quedaban olvidados los planteamientos de los medios estatales que había presentado Fox durante su campaña. Tampoco se establecieron lineamientos que sustentaran la no intervención del gobierno en las emisoras públicas como lo había prometido en la misma campaña. De haberse cumplido esos compromisos se habría logrado resolver algunos de los principales problemas de los medios del Estado y habría significado un gran avance en la construcción de una relación más autónoma de estos medios con respecto al gobierno, mayor pluralidad y sobre todo una

mejor vinculación con la sociedad al incorporar consejos con participación ciudadana, dentro de las estructuras de gobierno de dichos medios (2005: 98).

En lo que se refiere a la reforma del marco legal de los medios estatales, solo se trató en pocas ocasiones durante el sexenio y sin mayores resultados favorables para la sociedad. Al principio del gobierno de Vicente Fox parecía que había interés por hacer reforma integral para actualizar la Ley Federal de Radiodifusión y Telecomunicaciones. La Secretaría de Gobernación convocó a distintos sectores sociales para instalar la Mesa de diálogo para la reforma..., el 5 de marzo de 2001.

La mesa pretendía revisar temas concernientes a las condiciones políticas, jurídicas y sociales de los medios de comunicación, cuyos resultados pudieran servir para redactar una iniciativa de ley de radio y televisión. Numerosos representantes de sectores políticos y sociales interesados participaron, con la finalidad de discutir la situación de los medios: la Secretaría de Gobernación, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la Cámara de Diputados y la de Senadores, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), la Red de Radiodifusoras y Televisoras Culturales y Educativas, El Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (Coneicc), los partidos políticos y otras ONG's.

El tema de los medios de titularidad estatal se discutió en una de las mesas; se comentó sobre la posibilidad de que pudieran tener la definición jurídica como medios públicos. Era interesante el hecho que cada vez más sectores de la sociedad reconocieran la necesidad de que los medios estatales tuvieran un marco jurídico.

De acuerdo con Solís (2009), en el debate

... participaban empresarios, legisladores, medios permisionados, partidos políticos, universidades y organizaciones sociales. Los trabajos se organizaron en siete grupos temáticos para avanzar en la elaboración de

propuestas, y para finales de 2001 contaban ya con un documento con propuestas sobre los asuntos que deberían ser actualizados en la nueva ley de medios electrónicos. Para febrero de 2002, los miembros de la Mesa de Diálogo deciden conformar un grupo de redacción para trasladar las propuestas a una iniciativa de ley (2009: 43-44)

Sin embargo, la iniciativa de ley no trascendió más allá del debate y de un documento elaborado por representantes de la sociedad –a los que se sumaron más representantes de grupos organizados interesados en los medios–, que intensificó, entre otras cuestiones, la demanda de transformar la relación de poder de los medios estatales con el Estado para que estos pudieran tener más autonomía del gobierno y fortalecer su función social como medios estatales.

Varios integrantes en la mesa hicieron cuestionamientos sobre la poca voluntad de Vicente Fox para transformar la relación de los medios y el Estado. El presidente, además, había establecido alianzas con medios privados de comunicación, especialmente con el duopolio televisivo, y los políticos buscaban visibilidad en los medios, y –salvo excepciones– sucumbían a presiones e intercambio de favores.

2. *El decretazo*. La evidencia más clara de lo anterior se dio el 10 de octubre de 2002 con el llamado *decretazo*: el Ejecutivo decretó un acuerdo presidencial sobre el manejo de 12.5% de los tiempos de Estado y algunas modificaciones al reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión.¹⁵ Pero en realidad el gobierno federal ignoraba con dicho decreto el trabajo que se había venido realizando con la iniciativa de reforma integral de los medios electrónicos. Al Ejecutivo no le importó pasar por alto los acuerdos obtenidos con grupos de la sociedad civil en las mesas de diálogo, y puso en marcha el reglamento en el que, entre otras cuestiones, se soslayaba la transición de los medios estatales en públi-

15 Para un seguimiento de los hechos, véase *Proceso*, de 5 de diciembre, y *La Jornada*, en sus ediciones de 1, 10, 16 de diciembre, 16 de febrero y 2 de junio de 2005.

cos, tal y como el presidente Vicente Fox había prometido durante su campaña.

El partido en el poder había cambiado, pero no el sistema político ni su relación con los medios estatales. Un sistema político que, a través de acciones como el decretazo, daba prioridad a los designios de las leyes del mercado y no a las demandas de los actores políticos organizados (Meyer, 2006).

Con el fracaso de esta iniciativa, el gobierno de Fox coadyuvó a que el modelo comercial de medios de comunicación obtuviera más poder e injerencia en la vida pública del país; asimismo, fue evidente que a Fox no le interesaba el desarrollo de los medios estatales de comunicación, y en particular la radio.

Tanto las mesas de diálogo como el *decretazo* fueron dos eventos que intensificaron el debate sobre la importancia de fortalecer los medios estatales y que algunos sectores de la población reflexionaran sobre la importancia de que estos fueran un bien público, el cual, como dice Alva (2002): "... para la sociedad está quedando claro que el cambio democrático y la democracia, como forma de vida, requieren transformaciones de muchos espacios de la vida comunitaria que por lo tanto no podrá darse de manera auténtica sin modificaciones profundas en la forma de funcionamiento de la radio y la televisión en este país" (2002: 101).

Incluso fue novedoso que algunos políticos, quienes habían sido apáticos a esta discusión, se sumaran a estas críticas; por ejemplo, el exgobernador guanajuatense, Carlos Medina Plascencia, en un foro internacional afirmaba: "cuando se trata de recortar presupuestos, lo primero a donde llega la tijera es al sector de la radiodifusión. Esta es una tendencia, si se quiere subconsciente, de un desprecio por la importancia política de la información" (Suárez, 2000: 480).

Sin embargo, la gran mayoría de estos actores lo hacía en momentos de coyuntura política como en la ya mencionada mesa de diálogo.

Además de los políticos, los funcionarios y trabajadores de los medios estatales del país, a través de la Red de Televisoras y Radiodifu-

soras Educativas y Culturales de México A. C., lograron consensuar acuerdos acerca de los principios en que se deberían basar los medios estatales y culturales del país (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A. C., 2004). Fue la primera vez que los directores de los medios estatales y culturales, en conjunción con algunos representantes de la academia y la sociedad, promovieron la creación de principios y discutieron la necesidad de revisar la Ley de Radio y Televisión, que no reconocía el servicio público como la principal función de los medios de comunicación.

Planteaban que no existían los medios públicos en México y que una forma de construirlos era, en gran medida, a través de un debate centrado en

... la importancia del papel de los medios públicos como parte fundamental de la consolidación democrática en nuestro país... pues a partir de ellos se construye la visión del mundo y los modelos culturales que permean todo el tejido social e influyen, de manera decisiva, en la agenda nacional (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México, A. C., 2004: 3-4).

La Red propuso principios generales para tener un sistema de radiodifusión pública con el fin de lograr “una comunicación seria, creíble, de alta calidad, con diseños institucionales y jurídicos adecuados para su consolidación democrática” (Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, A. C., 2004: 6). Estos principios fueron: independencia de gestión y editorial, universalidad, corresponsabilidad, claridad jurídica, pluralidad cultural, fomento a la cultura política democrática, compromiso con la educación y compromiso con la ciencia y las artes.

El organismo también determinaba algunos de sus rasgos esenciales: describía la responsabilidad del Estado para garantizar financiamiento público, de modo que los ciudadanos pudieran tener acceso a una “pluralidad informativa y cultural” (Red de Radiodifusoras y Tele-

visoras Educativas y Culturales de México, A. C., 2004: 7). El financiamiento público debía ser la fuente fundamental para la obtención de recursos, pero concebían la pluralidad de las bases de financiamiento para fortalecer la independencia de gestión y editorial.

Era un hecho que el debate sobre la situación de la relación del Estado y los medios estatales había permeado en los directivos de estas emisoras, muchos de los cuales –dado que eran funcionarios sin mayor experiencia en el sector de los medios– desconocían cuál debería ser la función social de un medio estatal y su estrecha vinculación con el servicio público.

Radio Educación fue una de las emisoras que estuvo más presente en el debate a través de algunos de sus realizadores. Su posición apoyó a mejorar la situación de los trabajadores de las radiodifusoras, la diversificación de recursos en el subsidio estatal y la necesidad de contar con un marco regulatorio acorde con el contexto político y económico.

Durante el Congreso Internacional Medios Públicos de Comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México, las productoras Hilda Saray, Guadalupe Cortés y Graciela Ramírez, entre otros, comentaron al respecto:

Radio Educación requiere de recursos que dignifiquen el trabajo que realiza, un presupuesto suficiente y libertad de moverse en el nuevo marco de las leyes del mercado, complementando el subsidio estatal con recursos diversos, leyes que garanticen el cumplimiento de los acuerdos internacionales en los que México ha reconocido, junto con otras naciones, la importancia de la radio en la educación y preservación de las culturas (Cortés *et al.*, 2000: 442).

Una parte del sector académico estuvo también involucrado en este debate; los especialistas concordaron ampliamente con la propuesta de la Red. Patricia Ortega fue una de las participantes en esta discusión y consideraba que, en México:

Los medios estatales en general [han adoptado] las modalidades que han impuesto los intereses de los gobiernos locales y regionales [...] La ausencia de un proyecto de comunicación social del Estado y la indefinición respecto al papel que deben tener los medios estatales en nuestra sociedad, así como la falta de apoyo económico, jurídico y administrativo, han sido factores fundamentales en el escaso desarrollo que han alcanzado nuestros medios de Estado (2005: 121).

Es cierto –concede la autora– que hubo esfuerzos creativos y de calidad donde se habían puesto en marcha modelos de programación, pero en la mayoría de los casos fueron voluntades periféricas en un tejido en el que la radiodifusión comercial cobraba relevancia. Por su parte, Trejo coincide con Ortega en cuanto a que:

Los medios de carácter público tienen mucha mayor responsabilidad y México tiene mucha mayor urgencia para que existan con plena solidez institucional con completas garantías para su funcionamiento y con una presencia que les permita cumplir el papel que están tratando de desempeñar. Aquí el problema que tenemos, entre otros, es el de qué concepción tenemos de medios públicos que en ocasiones se les llama de esta manera a los de carácter oficial o a los medios de gobierno, o a los medios de instituciones comprometidas con valores distintos a los comerciales. Cada vez parece más claro en la discusión internacional que los medios públicos son aquellos que reúnen por lo menos cuatro características, no una de ellas sino todas juntas:

En primer lugar, que cuenten con una auténtica autonomía delante las decisiones de gobierno, en nuestro país todavía sucede que los directivos de las radios y las televisoras que algunos ya de carácter público, tienen que cambiar al capricho de los secretarios de Educación o Gobernación o al comienzo de cada sexenio. Autonomía respecto a la administración vigente es una característica fundamental.

En segundo lugar, tendrían que estar respaldados por un financiamiento sólido, suficiente y diverso; con esto quiero decir que el Estado los respalde con los recursos que les hagan falta y que sean necesarios para su mantenimiento, pero que además estos medios tengan posibilidades de buscar otras formas para respaldar sus actividades. En México lamentablemente tenemos una legislación cada vez más caduca que impide a los medios oficiales y gubernamentales, y a los públicos si los hubiera vender espacios comerciales cancelándole de esta manera una forma legítima de respaldar sus actividades.

En tercer lugar, es considerado en la discusión internacional que un rasgo fundamental para los medios públicos es la orientación de su programación. En México tenemos estaciones como Radio Educación, televisoras como el 11 y el 22, muchas radiodifusoras y televisoras en el interior del país que tienen una programación distinta a la comercial, se cumple con este rasgo, pero no con todas las demás.

Cuarto y último lugar, es imprescindible que estos medios tengan alguna forma de retroalimentación interinstitucional con la sociedad, en ocasiones hay comités que orientan la programación de estos medios, en otras, distintos procedimientos de vinculación con la sociedad. Esto le sigue faltando a los medios de Estado que en México aspiran a ser públicos (2009).

Estas posturas, tanto de los medios estatales y culturales y de otros representantes de la sociedad civil, quedaron plasmadas en el documento “Iniciativa ciudadana de reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión”, que fue presentado por académicos el 4 de diciembre de 2002 (Solís, 2009: 46), y que dos años después se convertiría en el predictamen de la Ley Federal de Radio y Televisión, el 24 de noviembre de 2004.¹⁶

16 En noviembre, el predictamen pasó de las comisiones al pleno de la Cámara de Senadores y se empezó a discutir el 1 de diciembre de 2004. El 15 de diciembre se clausuró el periodo de sesiones y no se aprobó. Posteriormente hubo otras oportunidades fallidas en el siguiente año (15 de febrero de 2005, 2 de junio de 2005 y 1 de septiembre, durante el periodo de sesiones de la XXVI Legislatura de la Cámara

El predictamen otorgaba las bases jurídicas para integrar la radiodifusión estatal a una política de Estado y consideraba al servicio público de radiodifusión como un derecho que debía otorgar el Estado: “El Estado podrá prestar el servicio de radio y televisión solo mediante la figura jurídica de medio de Estado para el cumplimiento de sus fines, conforme a las disposiciones de la presente Ley. Los medios de Estado son de servicio público y de carácter no lucrativo” (Solís, 2009: 38).

3. *Ley Televisa*. Los esfuerzos conjuntos de miembros de la sociedad civil y de algunos legisladores no fueron suficientes para que se aprobara el dictamen. Sin embargo, sorprendentemente, el primero de diciembre de 2005, trescientos veintisiete diputados votaron a favor de una minuta para reformar las leyes de Telecomunicación, Radio y Televisión. De acuerdo con Esteinou y Alva, se trató de: “Un proyecto de reforma a la LFRTV y a la LFT, denominado popularmente ‘Ley Televisa’. Fue presentado y dictaminado en ocho días, aprobado por unanimidad en siete minutos, sin mociones a favor o en contra, sin abstenciones y sin destacar la trascendencia de la misma” (2009: 13).

Para Esteinou (2006b):

Dicha propuesta no consideró ninguna de las más de 18 mil propuestas presentadas en los últimos 40 años por intelectuales, partidos políticos, académicos, sociedad civil, especialistas, sectores gubernamentales, en foros, consultas públicas, audiencias, congresos, para discutir la reforma del sistema de radio y televisión y construir otro modelo de comunicación en México. Tampoco incluyó ninguna de las conclusiones de los trabajos realizados durante más de tres años por la Mesa de Diálogo Para la Reforma Integral de la Radio y Televisión organizada por la Secretaría de Gobernación y los avances logrados a lo largo de cuatro años de trabajo de la Conferencia Interparlamentaria y la Comisión de Comunica-

de Senadores). Para un seguimiento puntual de los hechos, véase *Proceso*, de 5 de diciembre y *La Jornada*, en sus ediciones de 1, 10, 16 de diciembre de 2004 y 16 de febrero y junio de 2005.

ciones y Transportes del Senado para el sector de las telecomunicaciones, con el fin de elaborar una relación más transparente, justa y equitativa entre el Estado, los concesionarios y la sociedad. Finalmente, tampoco contempló ninguno de los postulados estratégicos de la Iniciativa Ciudadana de Reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión que ya tenía muy avanzado el Senado de la República. Por el contrario, cínica y prepotentemente solo se incluyeron la protección y ampliación de los intereses de los grandes monopolios mediáticos, especialmente de Televisa y Televisión Azteca.

En efecto, académicos y especialistas de los medios en México coincidieron en que no se pudo concretar esta reforma integral por la falta de voluntad política del Ejecutivo y el Legislativo, así como por los intereses de la elite política y los concesionarios de los medios agrupados en la CIRT.

Steinou y Alva comentan que “en México [emergió] un marco jurídico desigual” (2009: 14) y se dio continuidad a la desarticulación de políticas públicas en materia de comunicación social que había perdurado en el sistema político mexicano en el siglo xx, y explican que:

El proyecto normativo solo benefició al sector oligopólico de la información y de las telecomunicaciones tradicionalmente protegido por el Estado, e impidió la transformación democrática del viejo modelo de comunicación, marginando las necesidades comunicativas fundamentales de la sociedad demandadas durante muchas décadas en México (2009: 17).

Algunos de los beneficios más significativos del debate sobre la transformación jurídica de la radiodifusión en México fueron que los medios estatales y culturales del país: 1) lograron fijar una postura conjunta sobre sus condiciones jurídicas; 2) contribuyeron a organizar una discusión pública a través de la Red de Radiodifusoras y Televisoras Edu-

cativas y culturales de México; 3) expresaron su capacidad para ser autónomos respecto del gobierno para aspirar como medios de servicio público; 4) demandaron la necesidad de que los medios públicos eran necesarios para el desarrollo democrático del país; y 5) protestaron por haber sido excluidos en el proyecto de ley, entre otras cuestiones.

Patricia Ortega afirma:

Uno de los efectos que tuvo la discusión de la llamada “ley Televisa” fue que reavivó el interés de la sociedad mexicana por el tema de los medios públicos. Por primera vez, medios estatales como Canal 11, Canal 22, Radio Educación, Red de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales y el Instituto Mexicano de la Radio tuvieron una participación pública destacada en la revisión de sus propias funciones, así como en el debate sobre las condiciones del marco jurídico.

En desplegados, actos públicos y en diversos espacios de su propia programación, estos medios expresaron su desacuerdo por las reformas, adiciones y modificaciones a las leyes federales de Radio y Televisión y de Telecomunicaciones... (2009: 385).

Un ejemplo de estas manifestaciones fue el desplegado que apareció en la prensa el 17 de enero de 2006, en donde se mencionaba que 49 medios pertenecientes a instituciones educativas, culturales, gobiernos de los estados y al poder Ejecutivo, agrupados en la Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, comentaron:

En el Senado se discuten actualmente las reformas a las leyes de Radio, Televisión y Telecomunicaciones que aprobó la Cámara de Diputados. Estas reformas impiden el desarrollo de los medios públicos y ponen en riesgo su existencia. Cuarenta y nueve sistemas de radio y televisión que atendemos a más de 25 millones de personas no estamos de acuerdo.

Cualquier reforma debe garantizar la función social de los medios públicos.¹⁷

Es evidente que el debate entre los sectores más críticos de la sociedad obtuvo ganancias político-sociales; se logró que los partidos políticos y otras instituciones sociales añadieran en su agenda política el tema de los medios públicos. Para Esteinou (2007) en particular, uno de estos beneficios fue la conformación de una “masa de pensamiento crítico que discute abiertamente en casi todas las arenas la transformación del papel de los medios de información colectivos”.

En efecto, la participación de la sociedad en los medios privados y no lucrativos era sustancial para que estos pudieran cumplir con su función social. En este sentido, la formación de una creciente masa de pensamiento crítico, que demandaba la democratización de los medios de comunicación, fue una ganancia político-social de los ciudadanos a comienzos de este siglo. Específicamente en los medios estatales, su participación influyó para la edificación de un sistema de radiodifusión pública; la segunda, la creación de políticas de Estado y la voluntad de sus gobernantes para generar una legislación adecuada que permitiera, entre otras cosas, una mejor relación entre los medios, la sociedad y el propio Estado.

En el caso de México se trataba de una relación compleja, dado el alto impacto de la industria audiovisual en la sociedad y por el amplio privilegio que el Estado mexicano había otorgado a la radiodifusión privada desde sus inicios.

LOS SISTEMAS DE RADIO ESTATAL ANTE EL NUEVO SIGLO

Lo que ocurrió en México desde 1968 fue la creación de un sistema de radiodifusión estatal y federal con pocas planeación y visión por parte

17 El desplegado fue publicado en *El Universal*, de 17 de enero de 2006.

del Estado. Desde el gobierno de Luis Echeverría, hasta el de Fox, se fue construyendo paulatinamente una infraestructura amorfa de radiodifusoras en casi todos los estados, hasta completar 27 sistemas estatales en 2006; muchas veces fue por decisión de los gobernadores en turno e incluso de presidentes municipales. En escasas ocasiones las emisoras lograron tener impacto en algunos sectores de la sociedad.

Durante este periodo, el Estado solo se planteó en momentos coyunturales que los sistemas estatales de medios debían brindar principalmente un servicio público de información y entretenimiento, y que este era tan importante para el desarrollo de la sociedad como aquel de salud o educación.

TABLA 8. Sistemas de radiodifusión estatal creados en el sexenio del presidente Vicente Fox (2000-2006).

Estado	Sistema	Inicio de transmisiones
Coahuila	Sistema estatal de Radio de Coahuila: La Radio de Todos	26 de marzo de 2001
Colima	Instituto Colimense de la Radio y Televisión: Conexión XEBCO, 1210 AM	11 de septiembre de 2004
Sinaloa	Radio Sinaloa (Gobierno del Estado): XHGES, 94.5 FM	6 de octubre de 2006

FUENTE: elaboración propia, basada en información provista por los sistemas estatales de radio.

En el periodo de Fox, la estructura de radiodifusión estatal permaneció casi igual que en sexenios anteriores: se constituyeron tres sistemas de radiodifusión estatal en Coahuila, Colima y Sinaloa; con esto, la estructura de radio estatal en el país logró presencia en 27 entidades. Además, algunos sistemas iniciaron su transmisión en FM, como el caso de Aguascalientes (el 17 de noviembre de 2005¹⁸) o el mismo sistema de Puebla,

18 <http://www.aguascalientes.gob.mx/ryta/>, consultado el 4 de diciembre de 2018. content/uploads/2012/09/Infraestructura_FM_10-12-13.pdf.

el cual abrió en ese mismo sexenio cuatro emisoras más.¹⁹ Estos sistemas recién creados por los gobiernos estatales continuaban difundiendo mensajes sobre sus éxitos políticos o haciendo propaganda en momentos electorales para mantenerse en el poder.

Por ejemplo, la emisora del Instituto Colimense de la Radio y Televisión²⁰ desde el inicio de sus transmisiones estuvo muy apegada a la línea gubernamental. En 2003, dejó de ser parte del Imer y se convirtió en organismo descentralizado. En 2004 pasó a manos del Instituto Colimense; en 2005, *Conexión XEBCO* (1210 AM) cambió de programación, aunque continuaron promocionando las actividades del gobierno estatal.

Cuando *Conexión XEBCO* pertenecía al Imer tocaba música alternativa, pero al integrarse al Instituto Colimense tuvo un perfil más parecido al de la radio comercial. Para la académica de la Universidad Colima, Marina Vázquez Guerrero, “el cambio estuvo relacionado con el nombramiento de la directora Leticia Galván, cuya trayectoria en medios había sido en la radio comercial”. Según se informó, el cambio de perfil tenía por objetivo incrementar la audiencia, lo cual se logró, pero en detrimento de una radio con contenidos menos diversos y plurales y un entretenimiento menos lúdico.²¹

En Aguascalientes fue similar, el desarrollo de la radio estuvo ligado con los designios del gobernador en turno, Luis Armando Rey-

19 Huauchinango (XHNGO 98.9 FM), el 9 de enero de 2004; Libres XHLLIB 95.9 FM, el 8 de junio de 2004; Teziutlán XHTEZ 90.9 FM, el 9 de enero de 2005; Tehuacán (SHEHU 93.1 FM), el 19 de enero de 2005.

20 Obtuvo el permiso de la SCT el 29 de noviembre de 2000, pero inició transmisiones hasta el 26 de marzo de 2001, como Ser Coahuila. Así duró seis años, hasta el 1 de diciembre de 2005, cuando cambió a la denominación a Radio Gente. En 2011, el nombre cambió nuevamente a La Radio de Todos. Información proporcionada por el director de la radio, Antonio Gómez. La Radio de Todos cuenta con 16 frecuencias en FM, cubre 38 municipios de Coahuila, 3 de Durango, 2 de Texas (Del Río, Eagle Pass). Inició como Instituto Colimense de Radio. A partir del 30 de abril de 2007 se cambió de nombre, Instituto Colimense de Radio y Televisión. El 1 de mayo de 2007 cambia a XHIRC-FM 98.1 FM.

21 “Los directores después de Leticia Galván tuvieron ese mismo perfil, incluso uno provenía de la radio grupera”, Alberto Ramos. Entrevista a Vázquez Guerrero, 2014.

noso. Hacia el final del gobierno del presidente Fox, la 1320 AM inició sus transmisiones en el 92.7 FM.

El sistema de Radio y Televisión de Aguascalientes (RyTA) pudo fortalecer su programación. Sus estaciones de radio representaron una alternativa diferente a las emisoras culturales y comerciales, con programas con enfoques diferentes, principalmente musicales (rock, clásica y de otros géneros) y noticiosos. Sin embargo, para Salvador de León (2014), “no se puede negar que estos medios, más que públicos han sido gubernamentales, y su proyecto se ha construido desde el gobierno del Estado, así como su uso propagandístico”.

En los primeros seis años de este siglo XXI se crearon radiodifusoras estatales en casi toda la república; solo San Luis Potosí, Yucatán, Baja California, Chihuahua y Durango faltaban por tener un sistema de radio estatal. Esta infraestructura se logró sin la existencia de una política de Estado y, en muchos casos, se debió al impulso de los gobiernos estatales, de los directivos y los trabajadores de las emisoras.

La existencia de estrategias, pero no de una política de Estado en materia de medios estatales, impactó particularmente a diversos grupos sociales marginados, los cuales, desde hacía varias décadas, no tenían un espacio de expresión en estos ni en otras instancias de la vida pública. Tenían demandas sociales específicas, pero no un lugar dónde canalizarlas ni hacerlas visibles ante la sociedad, salvo por protestas públicas. El siglo XX había dejado pendiente una serie de problemas sociales a las que el Estado no había podido dar respuesta, como las matanzas de campesinos en Acteal y Aguas Blancas en el sur del país; o bien, la huelga de estudiantes de la UNAM, quienes demandaban mayores fuentes de empleo y orientación social, entre otras.

Esteinou comenta que varias organizaciones en la primera década del siglo, campesinas, sindicatos, indígenas, grupos ecologistas y otras no gubernamentales, no contaban con espacios para “exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país vía esta tecnología cultural” (2001: 158).

De acuerdo con Solís (2002: 313-316), en 2000 ya operaban 1 449 estaciones en el país: 851 en la banda AM y 598 en la FM; 1 141 eran emisoras concesionadas y 308 permisionadas, de las cuales 184 pertenecían al gobierno de cada estado y 124 a asociaciones civiles, personas físicas, instituciones educativas, municipios, Imer e Instituto Nacional Indigenista.²² Las radios concesionadas constituían 79%, mientras que las permisionadas, 21%; de este, las radios de los gobiernos estatales conformaban 13 por ciento.²³

La creciente desproporción entre los dos modelos de radiodifusión se debió al apoyo del gobierno federal hacia el sector de los medios audiovisuales privados.

Patricia Ortega advierte que:

Durante el sexenio de Fox, la situación de los medios del Estado no ha cambiado sustancialmente a pesar de lo que prometió el presidente en su campaña. El gobierno ha preferido mantener su alianza con las emisoras privadas para las cuales resulta estratégico impedir la constitución de un auténtico sistema de medios públicos (2005: 106).

Esta preferencia permitió a algunos grupos radiofónicos fortalecer sus propuestas programáticas. Sánchez Ruiz coincide en que, “durante los últimos dos o tres lustros la radio, en su función informativa, ha ganado en pluralidad y apertura, en especial en las grandes urbes como la Ciudad de México, Guadalajara o Monterrey” (2005: 430). Pero también es cierto que tal inclinación contribuyó a que la estructura de concentra-

22 Beatriz Solís se basa en información proporcionada por la Dirección General de Sistemas de Radio y Televisión, Secretaría de Comunicaciones y Transportes (www.sct.gob.mx).

23 Aunque el análisis de este estudio comprende hasta 2006, se observa que la desproporción entre la radio comercial y la estatal creció durante el gobierno de Calderón. Según datos de la Cofetel de 29 de febrero de 2012, en el país existían 2 107 emisoras; 1 712 concesionadas y 395 permisionadas. Las concesionadas representaban 8%, mientras que las permisionadas, 19%. Véase Cofetel: www.cft.gob.mx/swb/Cofetel_2008/Cofe_distribucion_de_estaciones_in, consultada el 28 de marzo de 2012.

ción de la propiedad de los medios radiofónicos se mantuviera inalterada en la primera década del siglo XXI en estas mismas ciudades.

Para Sosa:

La concentración de frecuencias de la radio en pocos grupos no ha variado mucho en los últimos años. Alrededor de 70 por ciento del total de estaciones concesionadas otorgadas en el país son operadas –en propiedad o mediante la afiliación– por diez grupos radiofónicos: Radiorama, Grupo ACIR, Radiocima, Organización Impulsora de Radio, Sociedad Mexicana de Radio, Promosat de México, Radiodifusoras Asociadas, MVS Radio, Organización Radio Fórmula y Multimedia Estrellas de Oro (2011: 99).

La disparidad en el desarrollo entre el modelo de radio comercial y el estatal fue el resultado de las políticas emprendidas desde la década de los ochenta y principios de los noventa. Esteinou se refiere a ellas como:

Políticas econométricas neoliberales para convertir al Estado mexicano en una entidad “altamente eficiente”.

La esencia de esta conciencia modernizadora ha formulado que, ante la nueva globalidad internacional para ser eficientes, especialmente en el terreno comunicacional, hay que aceptar indiscriminadamente la propuesta de asimilar los principios del *“laissez faire informativo”* en el terreno comunicativo o cultural, o lo que es lo mismo, asumir la mentalidad de que “lo que no deja dinero a nivel cultural, no sirve” (2001: 160-162).

Es cierto que el presupuesto neto de muchas emisoras fue en aumento, pero en términos relativos este financiamiento no cubría las necesidades crecientes de las emisoras estatales del país para realizar producciones que requerían más elementos, como documentales o cobertura informativa, por citar algunos ejemplos.

Pero no todo era responsabilidad del Estado, pues la situación de las emisoras estatales también competía a los diferentes sectores de la

sociedad cuyo papel era exigir la presencia de estos medios en el espacio público. Sin embargo, como ya se ha señalado, esta demanda solamente había sido hecha por ciertos representantes de la sociedad organizada en los últimos lustros del siglo xx sin lograr trascender en la elaboración de un nuevo modelo de comunicación nacional. Para Esteinou y Alva, “hasta finales del siglo xx los reclamos básicos de la sociedad civil en el terreno comunicativo no fueron contemplados por el proyecto del mercado y del poder...” (2009: 12).

Además, Esteinou apunta que la mayor parte de la sociedad tampoco había demandado ampliamente al Estado que los medios estatales le pertenecían, porque ellos los financiaban vía impuestos y por ende tenían el derecho natural de participar en ellos. La sociedad “ha permitido que estos sean manejados por los intereses del viejo poder que los controla y no por las necesidades ciudadanas que los financian” (2005: 271).

La mayoría de los ciudadanos no valoraba la importancia de estos medios para fomentar el desarrollo cultural y democrático del país; tampoco los apreciaba como un bien público que debían de aprovechar para ejercer sus derechos de libertad de expresión e información.

No obstante tal escenario, algunos medios –como veremos a continuación– construyeron audiencias y desarrollaron una programación en cuyos contenidos se reflejaban los principios del servicio público de radiodifusión. Esto sucedió pese a enfrentar problemas de autonomía con el gobierno, estar subordinados a las decisiones de los directores en turno y tener conflictos al interior y limitaciones presupuestales.

El Imer. Un cambio que hubo en el gobierno de Fox fue la adscripción del Imer, de la Secretaría de Gobernación a la de Educación, como organismo público descentralizado el 14 de marzo de 2003 (*Diario Oficial de la Federación*, 2003). Su incorporación parecía beneficiar su estructura administrativa; pero, para Ortega, “no obstante la aprobación de dichas reformas, el funcionamiento del Imer siguió estando bajo el control de la Secretaría de Gobernación” (2005: 106) durante el sexenio. “La

ambigüedad en el cumplimiento de las disposiciones propició un desorden en el funcionamiento y la operación de la radio de titularidad estatal, así como condiciones desiguales en la operación y administración de estas emisoras” (2005: 106).

En la misma fecha, el *Diario Oficial de la Federación* también mencionaba que la programación ofertada por la institución debía ser de servicio público, sin precisar a qué se refería con ello: “El Imer pretende conformar una oferta radiofónica y de comunicación de servicio público, con presencia nacional e internacional referente por la representatividad social y cultural de su programación, la calidad de sus emisiones y la credibilidad de sus contenidos” (*Diario Oficial de la Federación*, 2003: 3).

Con este anuncio, el gobierno reconocía jurídicamente la orientación que debía seguir la programación del Imer, lo cual era solo una condición para que este se pudiera modernizar como organismo de radiodifusión estatal a comienzos del siglo XXI. Sin embargo, dicha disposición no era suficiente para cumplir con las expectativas de algunos sectores de la sociedad, los cuales demandaban una ley que otorgara certeza jurídica a los medios estatales y condiciones políticas para que pudieran realizar funciones sociales como medios de servicio público. Incluso, la misma directora del Imer, Dolores Béistegui, reconocía que no había medios públicos: “Si bien vivimos un proceso democrático que permea muchos ámbitos de la vida pública, no podemos todavía presumir que contamos con medios de radiodifusión de servicio público” (2004: 34).

Al no haber una política pública por parte del Estado hacia el Imer y las demás radios estatales del país, la mayor parte de los esfuerzos que hubo en el sexenio fueron aislados y quedaron concentrados en manos de los funcionarios y –en ocasiones– de los trabajadores de estos medios.

En el caso del Imer, el rumbo que tomó quedó a cargo de las decisiones –muchas veces caprichos– de Béistegui. La directora tenía experiencia en el área de museos, pero no en la de medios de comunicación. Es cierto, las dos instituciones se dedicaban a la difusión de la cultura,

pero las condiciones de la radio en México eran muy particulares y se requería de una especialización que Béistegui no tenía.

El instituto puso en marcha una serie de medidas con el fin de enfrentar limitaciones financieras y fortalecer sus actividades como radio estatal. En 2003, operaba con 100 millones de pesos anuales provenientes de recursos fiscales y 65 millones de recursos propios. Béistegui pretendía que 40% del presupuesto fuera generado por recursos propios (P. Ortega, 2005: 109).

Para lograr este cometido, una de las primeras estrategias fue la coproducción de un noticiario matutino con una agencia de noticias. Parte de los recursos que serían obtenidos de la agencia, según Béistegui, serían destinados para “desarrollar proyectos radiofónicos como La Radio de los Ciudadanos” (P. Ortega, 2005: 108). Otra medida emprendida por el Imer, aunque el proyecto de coproducción fracasó un año después, de acuerdo con P. Ortega, fue:

En febrero de 2003, el Imer estableció un contrato de programación y comercialización para su estación 660 de AM con la Agencia Detrás de la Noticias, del periodista Ricardo Rocha. Ese contrato le permitía a la Agencia realizar libremente la comercialización de la emisora y la obligaba a pagar la cantidad de 690 mil pesos mensuales [...] Sin embargo, la entrada de esos recursos no resultó ser segura ni constante, pues la empresa de Rocha llegó a acumular una fuerte deuda con el Instituto y en junio de 2004 el Imer dio por terminada su relación con la Agencia Detrás de la Noticia (2005: 108).

Hemos dicho que la autonomía financiera era uno de los principios de las radios de servicio público. Pero la propuesta de Béistegui para obtener 40% de autosuficiencia presupuestal no se sustentaba en la dinámica ni en la estructura administrativa del instituto, y más aún cuando una de las concesiones del Imer dejó de comercializar publicidad; como consecuencia, no se pudo conseguir dicho porcentaje.

El dinero con el que contaba el Imer para operar era limitado, pero lo fue aún más cuando Béistegui encargó una auditoría a la empresa Mercer Management Consulting, la cual costó 7 millones de pesos, lo que provocó que se pusiera a la venta un terreno de 10 mil metros cuadrados, por la cantidad de \$73 000 500, ubicado en Río Churubusco 1071 y Eje 5 Oriente, en la colonia Apatlaco. Como resultado de la auditoría, la empresa recomendó “un programa de racionalización en los costos de operación”, lo cual incidió en gran medida para que las estaciones de Colima y Campeche se desincorporaran del Imer y pasaran al gobierno de los estados (García, 2004).

Los siete millones se pudieron haber invertido en otras actividades del Instituto, porque los resultados que arrojó la auditoría estaban descontextualizados de la realidad que enfrentaban los medios estatales en el país; por ejemplo, sin ofrecer mayores argumentos, Mercer Management Consulting llegaba a la conclusión de que, para ser exitoso, el Imer tenía que copiar el modelo de la radio pública en Estados Unidos.

Contrario a lo que aconsejaba su universalidad, desincorporar dos emisoras parecía ir en contra de este principio. Campeche, en particular, se había caracterizado hasta la primera década de este siglo por ser un estado con muchas necesidades de información y debate público, y había sido una de las entidades donde las radios no comerciales habían sido utilizadas para fines propagandísticos de los gobiernos priistas en turno. Por lo tanto, dejar en manos del gobierno estatal una estación no comercial conllevaría a darle más fortaleza a un sistema político autoritario y debilitar una institución que por principio tenía que promover la libertad de expresión y la discusión en el espacio público.

Ante el desinterés del gobierno de Fox por los medios estatales, Béistegui no se tenía que sujetar a una política pública; solo tomaba sus propias decisiones sobre lo que entendía por radiodifusión estatal.

Este periodo del Imer es un claro ejemplo de cómo, al no haber una política pública de comunicación social, el rumbo de los medios estatales se ceñía a la decisión y voluntad de sus funcionarios y gobernadores,

las cuales, en ocasiones, eran para beneficio propio y no del bien público. Esto se observa hasta la fecha, cuando hay logros son por esfuerzos aislados que la mayoría de las veces no prosperan o no se refuerzan en la siguiente administración. En específico con las emisoras de titularidad estatal, esto limita la construcción de lo público en sus actividades cotidianas.

A pesar de que no hubo cambios sustantivos en el Imer ni en la radio estatal durante ese sexenio, hubo algunos avances como el de la radio ciudadana; este proyecto a la larga contribuyó a establecer una nueva relación entre los medios estatales de la Ciudad de México y algunos grupos de la sociedad civil, como ONG's y algunas universidades.

El 22 de noviembre de 2002, el Instituto lanzó una convocatoria, dirigida expresamente a las agrupaciones políticas nacionales, a las organizaciones de la sociedad civil y a las instituciones de educación superior. Era el primer concurso de proyectos ciudadanos de radios que tenía como objetivo, de acuerdo con Béistegui, otorgar la frecuencia XEQK a la sociedad.

Sesenta y cuatro proyectos de 145 concursantes fueron aceptados e iniciaron transmisiones el primero de abril de 2003. Había agrupaciones políticas nacionales: Generación Ciudadana, Democracia XXI; escuelas de educación superior como la Universidad Panamericana, la Escuela Nacional de Antropología e Historia; instituciones de Asistencia Pública como Enlace Solidaria; asociaciones civiles como Expectativas Juveniles y Comunicación, Red por la Participación Ciudadana, entre otras. De los programas, 75% eran producciones de asociaciones civiles, mientras que otro 25% era de instituciones públicas.

Empero, en la convocatoria no se incluyeron iniciativas de ciudadanos, quienes también pudieron haber estado interesados en producir programas sin necesariamente pertenecer a una organización civil; por ejemplo, grupos de vecinos o jóvenes incluso promovían proyectos viables y tenían experiencia en la producción radiofónica. Tampoco se escuchó a productores de las radios piratas o radios alternativas, emiso-

ras a las que el Estado les había negado frecuencias desde hacía tiempo; este hubiera sido un espacio en donde canalizar sus propuestas, y para el Imer hubiera sido una manera de construir audiencia.

El jurado fue instaurado por un Consejo conformado por 11 miembros invitados por la directora del instituto, Dolores Béistegui. Los demás eran representantes de organizaciones civiles, académicos y medios de comunicación, como Beatriz Solís, Javier Esteinou Madrid y Emilio Álvarez Icaza, quienes voluntariamente decidieron apoyar el proyecto ciudadano.

El proyecto dio marcha el primero de abril de 2003 en la XEQK-1350AM (anteriormente la estación de la Hora Exacta). La programación era poco articulada; una tercera parte de los programas versaban sobre cuestiones acerca de la problemática social en general, desde participación ciudadana hasta justicia social. Luego le seguían aquellos dirigidos a la cultura política y la democracia. La comunicación –tema poco abordado en general por los medios de comunicación– se integró en la barra programática de la XEQK con tres programas. La ciencia era discutida prácticamente por producciones provenientes de las universidades, sobre todo de la UNAM. Los programas acerca de la música y los jóvenes tenían presencia dentro de la misma barra, y su perfil estaba más relacionado con asuntos profesionales, como en *El Empleo después de la universidad*.

Las mujeres también tenían voz dentro de la estación de los ciudadanos con tres espacios, misma cantidad que los programas sobre asuntos ambientales. El arte cubría un pequeño espectro de programación con dos espacios dentro de la barra. Los tópicos sobre sexualidad, familia y trabajo apenas ocupaban un lugar en la emisora.

La música tenía una presencia importante casi toda la noche; tocaba estilos populares y trova; sin embargo, esta parte no estaba sustentada en una planeación y era, más bien, improvisada.

Un espacio interesante dentro de esta emisora era *Buzón ciudadano*, programa de media hora los domingos de las 22:00 a las 22:30 pm, y

todos los días de 6:30 a 7:00 de la mañana. Durante estas horas, las líneas telefónicas se abrían al público para que dejara todo tipo de mensajes. El contenido era una forma de construir audiencia.

La programación fue mejorando a medida que las organizaciones civiles participantes adquirían experiencia en producción y locución, lo que dio pie a que se fueran abriendo nuevas convocatorias.

Aunque la XEQK tenía una señal muy corta y la audiencia era escasa, el tipo de programas no llegaba al escucha indicado; los programas intentaban narrar puntos diversos de la agenda nacional; los conductores e invitados eran críticos y discutían asuntos con puntos de vista raramente escuchados en otras estaciones.

Dos años más tarde, el 15 de agosto de 2005, la Radio de los Ciudadanos empezó a transmitir desde la estación XEDTL-660 AM, con una señal de 50 mil *watts* de potencia. La frecuencia alcanzó una cobertura mayor en Ciudad de México, Estado de México e Hidalgo, entre otros.

La programación tenía una utilidad social, pero enfrentaba otros problemas, como el no contar con un programa de capacitación o cómo medir la audiencia de esta estación. Esto se debía en parte a que el proyecto había nacido como un impulso desde la dirección y no bajo una planeación y estructuración adecuadas.

La Radio de los Ciudadanos fue un proyecto que el gobierno utilizó para apaciguar las reacciones manifestadas públicamente por representantes de diversos grupos, después de que el Ejecutivo había decretado un mes antes un nuevo Reglamento para la Ley Federal de Radio y Televisión que favorecía a los medios comerciales. El gobierno de Fox tenía que dar confianza a la ciudadanía y demostrar que el proyecto de radio ciudadana no era una respuesta improvisada al decretazo. No bastaba con poner en marcha un llamado “proyecto de modernización” y realizar propuestas sin vincularlo a una política pública de educación, cultura y participación ciudadana.

Este hecho atrajo críticas de especialistas en medios y participantes en el proyecto, miembros de la Asociación Mexicana de Investigado-

res de la Comunicación (AMIC), quienes consideraban que en el Imer no había un proyecto de modernización como Béistegui proclamaba.²⁴

En efecto, lo que había en el Imer eran solo esfuerzos aislados a los que Béistegui –respaldada por la Secretaría de Gobernación– les había llamado “proyecto modernizador”.

Las críticas también provenían de parte de algunos periodistas, trabajadores del Imer y estudiosos de los medios. Al respecto, P. Ortega afirma:

Si bien estas medidas han proporcionado recursos al Imer, no han sido suficientes para brindar una mayor seguridad económica en el desarrollo de proyectos a más largo plazo. Los objetivos del servicio público no pueden quedar a merced de los tratos comerciales o del desmantelamiento de las estructuras de comunicación. Es deber del Estado garantizar la realización del servicio público en los medios estatales y es obligación de las emisoras hacer buen uso de los fondos públicos, así como rendir cuentas sobre ellos. Este hecho no descarta que tales medios busquen recursos adicionales que, sin embargo, no deberán sustituir la obligación que el Estado tiene en el sostenimiento y la preservación de los servicios de radiodifusión pública. Dejar a la radio y a la televisión de servicio público a la competencia libre con la industria audiovisual privada como una condición para su sobrevivencia, sería condenarla a desaparecer. No hay que olvidar que el modelo público de comunicación asume una responsabilidad social y cultural con la sociedad. Mientras que para la radio y la televisión comercial sus audiencias son el medio con el que buscan atraer anunciantes, las estaciones públicas se dirigen a sus audiencias como ciudadanos, no como consumidores (2005: 108).

24 No obstante, en los años siguientes las asociaciones civiles que participaban en el proyecto se fueron apropiando de la Radio de los Ciudadanos a través de un discurso que promovía valores cívicos y sociales y discusiones sobre los grandes problemas de la nación: pobreza, desempleo, injusticia social, etc. Con estas acciones esta radio se convirtió en un primer proyecto ciudadano de radiodifusión, el cual fue referencia para otros más en la zona metropolitana.

Este episodio del Imer es ejemplo de lo que este hizo para fortalecer sus actividades de radiodifusión y obtener recursos propios, pero hemos visto que se trató de decisiones espontáneas de la directora y que no siempre respondieron a los objetivos de una radio cuya programación, hasta nuestros días, persigue fines cívicos, educativos y culturales.

Radio Educación. La emisora, por su parte, llegó al cambio de siglo con un trayecto recorrido de tres décadas; el perfil de su programación estaba ya definido como educativo y cultural y tenía una audiencia construida, y de 2001 a 2006 fortaleció este proyecto.

Lidia Camacho fue directora a partir de 2001 y permaneció durante todo el sexenio del presidente Fox; además, también era empleada de la emisora desde 1984 (Radio Educación, 2004).

Sus esfuerzos pretendían llevar a cabo estrategias para fortalecer: *a)* la radiodifusión educativa y cultural, *b)* la ampliación de la cobertura de la XEEP, *c)* la conservación y difusión del patrimonio sonoro nacional, y *d)* el intercambio y la cooperación nacional e internacional (Radio Educación, 2008).

Estos cuatro ejes formaron parte del Plan Nacional de Cultura 2001-2006. La programación de Radio Educación se trató de vincular con el Programa Nacional de Cultura 2001-2006, el cual pretendía:

Acrescentar la equidad y la igualdad de oportunidades de desarrollo cultural, a partir de la preservación y difusión del patrimonio cultural en toda la variedad de sus manifestaciones tangibles e intangibles, pasadas y contemporáneas, y del estímulo y el impulso a la educación, la creación y la difusión artísticas y culturales (Radio Educación, 2008: 105).

Es interesante observar que en este periodo hubo un intento del gobierno federal por articular la actividad radiofónica de Radio Educación con una política gubernamental de cultura, lo que contribuyó a renovar la infraestructura de la emisora, la estructura administrativa, la programación y otros aspectos en los primeros años del siglo. Sin embargo,

este esfuerzo distó de ser una política de Estado en materia de medios de comunicación, ya que dicho vínculo especial con Radio Educación no fue similar para todos los sistemas de radiodifusión estatal en el país.

También, durante esta gestión fue necesario resolver algunos de los rezagos que se venían arrastrando desde la creación de la emisora en 1968. Camacho afirma que:

Era necesario dotar a la emisora de un catálogo de puestos –esta era una demanda histórica de los trabajadores de Radio Educación– y para conseguirlo era muy importante que hubiera voluntad política de las autoridades de reconocer esta problemática y resolverla. Por otro lado, me propuse conseguir un mejor presupuesto. Había un rezago tecnológico de por lo menos diez años y la emisora estaba en un estado lamentable, las condiciones de trabajo eran difíciles y fue muy importante conseguir recursos adicionales para seguir adelante. Estos recursos nos permitieron darle mantenimiento a la planta de transmisión, ampliar el espacio donde ubicamos el área administrativa y, fundamentalmente, mejorar los espacios para la parte sustantiva de la propia radio (Radio Educación, 2008: 106).

Estos aspectos fueron parte del plan de renovación de la emisora. Hubo modificaciones en la programación en 2001. Salieron del aire 16 series, con lo que se modernizó 37% de la carta programática. En 2003 se hizo un cambio de más de 22%; se fueron incorporando nuevas voces a la emisora, algunas incluso escuchadas en la radio comercial, como la de Javier Solórzano, quien condujo el programa *Punto de encuentro*. Nuevos géneros de producción como Radioarte fueron producidos por la emisora, así como alianzas con servicios de radio pública, entre ellas la BBC y Radio Francia Internacional (Radio Educación, 2004).

El plan de modernización contribuyó a fortalecer la programación de la emisora durante los primeros años del siglo XXI; pero no se pudo lograr una política de programación que creara mecanismos para que el

Comité de Evaluación se reestructurara y decidiera en forma conjunta la planeación y la evaluación de los contenidos. Por el contrario, la mayoría de las decisiones en torno a la programación las tomaba la dirección.

TABLA 9. Presupuesto de Radio Educación, 2001 a 2006.

Año	Presupuesto
2001*	\$33 694 884
2002*	\$35 501 963
2003*	\$41 526 088
2004**	\$46 994 043
2005	\$50 696 011
2006***	\$54 786

FUENTE: *SEP, Subsecretaría de Planeación y Coordinación, Dirección General de Planeación, Programación y Presupuesto, http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2001/index.htm.

http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2002/INDEX.HTM.

*http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/Anun_2003/INDEX.HTM.

**Presupuesto de Egresos de la Federación 2000-2005. Evolución de gasto del Sector Educativo, consultada en <http://www.cefp.gob.mx/intr/edocumentos/pdf/cefp/cefp0292005.pdf>. http://www.dgpp.sep.gob.mx/PPTO/ANUN_2005/Ramo_11/ORG_CULTURA/FORMATOS/F00/formatos/ppto.pdf

*** Informe de Rendición de Cuentas de la Administración Pública Federal 2006-2011, Dirección General de Finanzas, Administración y Desarrollo Técnico de Radio Educación, Subdirección de Finanzas y Administración, Jefatura del Departamento de Recursos Financieros.

En esos años se aprovechó también el estatuto jurídico de la emisora, que le permitía recibir recursos extras; se realizaron coproducciones y se fortaleció el presupuesto. Incluso este fue mayor que el de otras emisoras como el Imer; esta desigualdad se debió a que no había una política pública para los medios estatales, ya que cada radio tenía que negociar su propio financiamiento con el gobierno. Al respecto, Patricia Ortega comenta que, en 2004, la emisora:

Recibió 46 millones 994 mil 043 pesos, para la operación de una sola emisora, mientras que el Imer opera 20 estaciones, la proporción no es en absoluto equitativa. Esto no quiere decir que Radio Educación deba recibir menos presupuesto. Por el contrario, al Imer se le tendría que otorgar mayor apoyo económico dado el número de estaciones que tiene (2005: 110).

De la misma manera, el catálogo de puestos se concretó el 30 de noviembre de 2004 y benefició a 130 trabajadores; en 2005, 78 colaboradores por honorarios obtuvieron su plaza.

Aunque si bien se logró la definición de un catálogo de puestos y la basificación de trabajadores que por varios años laboraron sin ser parte de la plantilla administrativa, referirse únicamente a trabajadores de base constituyó una limitante en el ejercicio de la pluralidad de Radio Educación. En el área de producción existía una falta de movilidad generacional de los productores de base, quienes eran los mismos desde hacía 20 años aproximadamente. Por una parte, el hecho tenía una parte positiva debido a la profesionalización con la que contaban los productores, por otra, representaba una debilidad porque los contenidos que producían las mismas personas carecían de diversidad de estilos y de nuevos puntos de vista.

Independientemente de las limitaciones del catálogo, la actividad política de estos productores fue determinante para obtener dichos logros. Hilda Saray Gómez, delegada del sindicato y quien lideró esta acción administrativa y política, al respecto afirma:

Conceptualmente, los trabajadores especialistas en la producción radiofónica no existíamos para la administración pública federal. Los locutores, productores, programadores y técnicos trabajábamos aquí en la emisora con un nombramiento muy genérico [...] lo cual no significaba nada y nos obligaba a entrar a la nómina general de la Secretaría de Educación Pública. Por lo tanto, no recibimos un reconocimiento ni profesional ni salarial a nuestra actividad (Radio Educación, 2008: 128).

Los productores de Radio Educación fueron a la Cámara de Diputados para solicitar que una partida económica que se les otorgaba anualmente pasara a sus salarios directos; así se regularizó la situación laboral que se había perdido desde 1986, cuando se había definido el perfil profesional de los trabajadores. Para Hilda Saray, este hecho significó "... encontrar [...] especificidad como profesionales de la radio de servicio público" (Radio Educación, 2008: 125).

Lo anterior muestra la manera en que el sindicato de Radio Educación apoyaba a los trabajadores en momentos coyunturales; por ello, también logró consolidar el trabajo de la emisora y las condiciones laborales de los trabajadores, un hecho que marcó la diferencia entre Radio Educación y las demás emisoras del país. Hasta la fecha, la emisora lo sigue haciendo.

El crecimiento jurídico de la emisora fue gradual; primero con los Acuerdos 21 y 203 expedidos en 1978 y 1994, respectivamente, los cuales, para la productora Guadalupe Cortés, respaldaron que Radio Educación fuera una radio estatal con orientación de servicio público: "Somos servicio público porque pertenecemos al aparato administrativo del Estado. Tenemos un mandato" (entrevista a Cortés, 2008).

Estos acuerdos, aunados al catálogo de puestos de 2004, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación, contribuyeron al desarrollo de las actividades de programación informativa y cultural y, sobre todo, a la construcción del servicio público.

Por esta razón, para muchos de los trabajadores Radio Educación se encaminaba cada vez más a tener vocación de servicio público. Es cierto, reconocían que aún le faltaba un gran camino jurídico y político que recorrer para lograrlo, pero fue significativo que los realizadores pudieran contribuir definiendo el perfil de la radiodifusora y su función profesional y social. Esto les permitió fijar una posición conjunta en el debate sobre la situación jurídica y la función social de los medios estatales en México a principios de siglo.

El Acuerdo 203 también permitió a la emisora apoyar a radiodifusoras estatales y a otras instituciones federales no lucrativas dedicadas a la difusión de la educación y la cultura. Entre 2001 y 2005 se firmaron 139 convenios para intercambiar programación, con lo cual Radio Educación contribuyó a ampliar el acceso de la radiodifusión estatal (Radio Educación, 2006).

Los cambios realizados en la producción y en la normatividad contribuyeron a revitalizar las actividades de la XEEP: La producción se hizo en forma digital, se iniciaron transmisiones por internet, el acervo sonoro se restauró y se resguardó en un espacio adecuado para preservar los más de 129 000 fonorregistros en buen estado (Radio Educación). También se organizaron eventos de difusión nacional e internacional que contribuyeron a darle visibilidad como una estación preocupada por discutir la situación nacional de las emisoras estatales que también luchaban por ser de servicio público.

La conservación del archivo sonoro fue prioridad en esta administración y, a partir de 2001, la estación formó parte del Subcomité Memoria del Mundo de la UNESCO, y llevó a cabo el Primer Seminario Internacional Los Archivos Sonoros y Visuales en América Latina.²⁵ Incluso Radio Educación asesoró a *UN Radio*, de la Universidad Nacional de Colombia, sobre la conservación de sus materiales.

En el periodo de Lidia Camacho se pusieron en marcha algunas estrategias para apoyar la programación. En 2001 se instalaron 24 equipos de cómputo con servicio de internet, lo cual permitió mayor comunicación entre los conductores de programas y escuchas y agilizó los procesos de producción (preproducción: investigación, guion, coordinación, musicalización, etc.). Se capacitó al personal de producción para utilizar el programa de edición *Protools*; también recibieron otros cursos de producción y se instalaron equipos con sistema digital de edición (Radio Educación).

25 Véase el “Informe de autoevaluación correspondiente al periodo enero-diciembre de 2001 de Radio Educación”, en www.radioeducacion.edu.mx.

Se apoyó la creación de la Fonoteca Nacional, cuyo principal objetivo fue clasificar los más de cien mil fonorregistros que hasta 2001 existían y que fue pieza fundamental para resguardar la memoria de producción de la emisora; en los años subsecuentes a 2001 se fueron añadiendo muchos más de estos (Radio Educación, 2001).

En 2002 se lanzó la convocatoria interna para que los trabajadores de Radio Educación participaran con proyectos radiofónicos; para financiar algunos de estos programas se recurrió a la coproducción con otras instituciones públicas; según documentos de Radio Educación, la acción enriqueció la programación y alentó el trabajo de los productores (Radio Educación, 2002).

En 2005, a juicio de los trabajadores, la programación se fortaleció en cantidad como en calidad; en ese año se transmitieron “6 297 programas, 3.8% más respecto a 2004”.²⁶ Lo que da cuenta del progreso en los contenidos de la emisora; en el siguiente capítulo analizaremos con detenimiento si estos contenidos fueron socialmente útiles.

El programa de capacitación, iniciado durante la administración de Camacho, fue indispensable para mejorar las actividades de programación. Gran parte de los talleres que se impartieron fueron ofrecidos por productores de corporaciones de radiodifusión pública, como Radio Francia Internacional, BBC de Londres, Radio Netherland, entre otras. Muchos de estos cursos se dieron en el marco de las distintas ediciones de la Bienal de Radio.²⁷

Según Antonio Calderón (2008), coordinador de producción en la emisora, los cursos fueron aumentando a medida que avanzó la administración:

26 Cabe señalar que el porcentaje en programas producidos y coproducidos fue en aumento desde 2001. Para mayor información, revisar el “Resumen de actividades del Radio Educación correspondiente al periodo enero-diciembre 2005”, en www.radioeducacion.edu.mx.

27 Para mayor información sobre la capacitación, consultar los informes de autoevaluación de Radio Educación del 2001-2005, en www.radioeducacion.edu.mx.

La capacitación sirvió para mejorar la calidad de las producciones. Pero el programa no nació por generación espontánea. Tuvo que ver con el hecho de que, durante la administración de Lidia Camacho, se cambiaron los cinco estudios y la isla de edición y se instalaron consolas con sistema digital. Esto dio lugar a que los operadores tuvieran que aprender a editar en el sistema *protools*. Los cursos hicieron visible la capacidad tanto de productores como de operadores. Hubo gente que ya no pudo con la tecnología, y otros quienes se adaptaron paulatinamente a estos cambios. Cada área contaba con su propia capacitación de acuerdo con sus necesidades. Hubo cursos sobre sistemas de edición no lineal como *protools*, de automatización de la transmisión como *dalet*, e incluso intercambios de ingeniería importantes como la puesta en marcha de la primera prueba de Radio Digital en México junto con el consorcio internacional DRM.

Además de capacitar al personal, las estrategias de renovación de la emisora mejoraron la producción de contenidos culturales y educativos y promovieron las coproducciones. Estas estrategias se lograron con el apoyo del Conaculta; sin embargo, no se trató de una política de Estado que sentara directrices sobre la función social que deberían tener las emisoras estatales del Ejecutivo estatal y federal; tampoco fueron diseñadas para proveer de recursos a las radiodifusoras.

También en la gestión de Camacho hubo esfuerzos para cambiar de transmisión de banda AM a la de FM, pero no se pudieron concretar con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes²⁸ por el desinterés y la falta de apoyo del Ejecutivo.

Para el gobierno de Fox, fue suficiente con que la emisora pudiera producir programas de edición digital. Sin embargo, el Estado pudo

28 Algunos expertos en telecomunicaciones concuerdan en que esto se debió a la falta de voluntad política y a las presiones que ejercieron los dueños de la radio comercial a través de la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, ya que las estaciones no lucrativas resultaban competencia para sus radiodifusoras.

haber apoyado la integración del sistema estatal de radiodifusión en México hacia la llamada convergencia digital y paulatinamente vincularla a la construcción de la sociedad de la información en México.

Sin embargo, para los realizadores de la estación había otras cuestiones durante la gestión de Camacho: la toma de decisiones centrada en la dirección y los sueldos continuaron siendo bajos a pesar de la catalogación de puestos, por lo que ellos tenían que recurrir a la realización de coproducciones para mejorar sus percepciones.²⁹ Esto provocaba apatía en algunos, poco compromiso en otros y retos para varios más, quienes buscaban formas creativas para participar en coproducciones.

Las productoras Guadalupe Cortés, Hilda Saray y Graciela Ramírez afirman sobre esta problemática:

Los trabajadores de Radio Educación siempre hemos asumido como parte de nuestra responsabilidad mantener vigentes los objetivos sociales de nuestra emisora, con este propósito permanente hemos buscado abrir opciones alternas de financiamiento que nos permitan cumplir los objetivos para los que fue creada la institución. A pesar de nuestros esfuerzos nos encontramos en una situación extrema, límite. Vivimos una situación muy parecida a la de los maestros; no producimos cosas “útiles” y ganamos poco. Nos preocupa mucho la dignidad de nuestro salario y también la dignidad profesional de nuestro trabajo (Cortés *et al.*, 2000: 444-445).

Es cierto, la situación de los salarios de los trabajadores de Radio Educación, a principios del siglo, representaba un rezago que limitaba la construcción del servicio público y que casi no se discutía al exterior de esta. Sin embargo, el tema era fundamental en una nación que pretendía democratizar sus medios estatales.

29 Por ejemplo, un productor ganaba por 60 minutos de programa entre mil y mil 500 pesos; dicho salario cubría todas las horas de trabajo.

Las experiencias internacionales hoy en día nos han enseñado que dar mejor remuneración a los trabajadores, como sucede en países que tienen un sistema de medios corporativista o liberal, tiene un impacto directo en la profesionalización y la calidad de los medios de servicio público; tener mejores salarios atrae a realizadores más preparados, comprometidos y más independientes del poder político en su ejercicio profesional.

No obstante este y otros problemas ya mencionados que enfrentaba Radio Educación, tuvo un mayor progreso en su proyecto en comparación con las radios de otros estados.

En conclusión, después de haber trazado este recorrido histórico queda claro que la radio de servicio público pudo haberse desarrollado en la radio estatal, pero el hecho de que al Estado no le interesó impulsar una política ni crear una ley que le diera sustento jurídico fueron razones que impidieron vincular a las primeras emisoras estatales con idea de servicio público. En su lugar, el surgimiento de estas radiodifusoras se dio de manera aislada y en algunos casos funcionaron como medios propagandísticos del gobierno.

Esta tendencia continuó durante los gobiernos neoliberales, hasta el sexenio de Fox. La radio estatal fue relegada por el Ejecutivo (federal y estatal) a un segundo plano, dándole prioridad a la expansión de la radiodifusión privada. A pesar de haber algunas excepciones de sistemas de radio estatal que lograron incidir en ciertos sectores de la población y un crecimiento en cuanto a su infraestructura, se desaprovechó su potencial para contribuir a ampliar la discusión en el espacio público y visibilizar a grupos sociales minoritarios y mayoritarios.

CUADRO 8. Periodo del presidente Vicente Fox (2001-2006).

Programación	Actividades
Programación con diversidad política y cultural	<p>Se fortalecieron los contenidos culturales y educativos.</p> <p>Se tuvo como objetivo conservar y difundir el patrimonio sonoro nacional.</p> <p>Se modificó la carta programática en 2001 y en 2003.</p> <p>En 2003 se incorporaron nuevos presentadores y realizadores a la emisora.</p> <p>Se introdujeron géneros como Radioarte.</p> <p>Se generaron alianzas con radios públicas internacionales, entre ellas la BBC y Radio Francia Internacional, para fomentar el intercambio de programación.</p> <p>Hubo mayor cooperación con otras radios estatales y culturales del país. Se firmaron 139 convenios para intercambio de programación con otras radiodifusoras estatales.</p>
Situación administrativa	<p>Se vinculó con el Programa Nacional de Cultura 2001-2006, lo que contribuyó a renovar su infraestructura y su programación.</p> <p>Se consiguieron recursos adicionales destinados a mantenimiento, ampliación y mejora de las instalaciones de la emisora.</p> <p>Las decisiones de la emisora se concentraron en el director y los productores de base.</p> <p>Radio Educación aumentó su presupuesto (en 2004 recibió 46 millones 994 mil 043 pesos).</p> <p>El catálogo de puestos se concretó en 2004; en 2005, 78 colaboradores por honorarios obtuvieron sus plazas.</p> <p>Los Acuerdos 21 y 203, aunados al catálogo de puestos de 2004, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación y contribuyeron al desarrollo de las actividades de programación informativa y cultural, sobre todo a la construcción del servicio público.</p> <p>Los productores y el sindicato solicitaron a la Cámara de Diputados que una partida que se les otorgaba anualmente pasara a salarios directos; así se regularizó la situación laboral que se había perdido desde 1986.</p> <p>Se restauró y resguardó el archivo sonoro de la emisora, se apoyó la creación de la Fonoteca Nacional y se asesoró a UN Radio, perteneciente a la Universidad Nacional de Colombia, sobre la conservación de este tipo de materiales.</p> <p>Con el apoyo del Conaculta se cambiaron los estudios, la isla de edición y se instalaron consolas con sistema digital.</p>

(Continúa)

(Concluye)

Programación	Actividades
	<p>En 2001 se instalaron equipos de cómputo con servicio de internet, lo cual permitió mayor comunicación entre el personal y los escuchas, y se agilizaron los procesos de producción y las transmisiones por internet.</p> <p>No todos los trabajadores se adaptaron al proceso de actualización tecnológica de la emisora.</p> <p>Los salarios de los trabajadores de Radio Educación fueron un rezago que limitó la construcción del servicio público en una nación que pretendía democratizar sus medios estatales.</p>
Relación con el Estado	<p>No había una política de Estado que regulara los recursos financieros que recibiría Radio Educación.</p> <p>La emisora seguía con huecos en lo jurídico y político para convertirse en un medio de servicio público, pero fue significativo que los realizadores pudieran contribuir en definir el perfil de esta.</p> <p>Se intentó el cambio de transmisión de la banda AM a la FM, pero no pudo concretarse por la falta de apoyo del Ejecutivo federal.</p>
Relación con la sociedad	<p>Se sumó al debate nacional entre algunos medios no comerciales, algunas organizaciones sociales, académicos y periodistas, que promovía la necesidad de transformar la estructura de medios estatales en radios de servicio público; la institucionalización del servicio público y otorgarles naturaleza jurídica en la ley federal de radiodifusión, entre otras cuestiones.</p> <p>Se organizaron eventos de difusión nacionales e internacionales.</p> <p>A partir de 2001, la estación formó parte del Subcomité Memoria del Mundo de la UNESCO y se realizó el primer Seminario Internacional Los Archivos Sonoros y Visuales en América Latina.</p>

FUENTE: elaboración propia.

Hasta aquí, hemos dado un panorama general sobre el desarrollo de la radio estatal en México desde su surgimiento y, particularmente, comentado sus condiciones políticas y su relación con la sociedad.

IV. LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO EN RADIO EDUCACIÓN

FUNDAMENTOS TEÓRICO-METODOLÓGICOS PARA EL ESTUDIO EMPÍRICO DE LA PROGRAMACIÓN

EN EL CAPÍTULO II CONCLUIMOS QUE EL SERVICIO PÚBLICO ES una noción compuesta por las condiciones que otorga el Estado; en él se realizan funciones sociales y mantiene principios específicos en su programación. También propusimos una definición y las características que debería tener, enmarcadas en el modelo de la página siguiente.

De este modelo retomamos aquí los elementos que se utilizarán como categorías de análisis para poder conocer: *a)* la manera en que Radio Educación ha incorporado estos rasgos a su programación; *b)* la utilidad social de sus contenidos y su incidencia en el espacio público; y *c)* cómo la programación de la emisora ha contribuido a construir la idea del servicio público en México.

Para analizar la programación es necesario identificar a quienes producen los contenidos y conocer sus ideas sobre cómo debe ser la programación de la emisora. Por esa razón hemos decidido analizar el testimonio de los realizadores, por su relación directa con los contenidos y como parte significativa de la comunidad de la emisora.

Hemos mencionado ya que, durante muchos años, en la historia de la radiodifusión en México, no hubo un marco jurídico que definiera la función del servicio público en los medios de comunicación ni políticas públicas orientadas a consolidar un sistema de radio pública en el país. Sin embargo, en algunos medios como Radio Educación, hasta la fecha, ha habido profesionales que se han identificado con esta idea.

Aproximarse a nuestro objeto de estudio –no solo desde una perspectiva histórica tradicional, sino a través de la lente de una comunidad–

implica sumergirse en estrategias metodológicas ensayadas por otras disciplinas, como la Antropología sociocultural.

CUADRO 9. Servicio público de radio.



FUENTE: elaboración propia.

En décadas recientes, el estudio de las ciencias sociales ha cambiado paulatinamente. Los límites entre las disciplinas se han ido borrando, lo que ha enriquecido el entendimiento de fenómenos complejos. El campo de la comunicación se ha visto beneficiado con estas transformaciones; como ciencia empírica se ha ido nutriendo de metodologías, técnicas y perspectivas teóricas de la antropología y la sociología, entre otras, para acercarse a los objetos de estudio. Esto ha hecho que “muchos científicos sociales se han apartado de un ideal formado por ‘leyes y ejemplos’ hacia otro formado por ‘casos e interpretaciones’” (Cornejo, 2007: 198). Las teorías se han ido acercando a los “referentes empíricos” y alejando de lenguajes abstractos. Las explicaciones se han dirigido a la interpre-

tación de datos que en muchos casos parten de las experiencias cotidianas individuales y colectivas de los sujetos sociales que conforman al objeto de estudio. Por eso, afirma Cornejo, que en las Ciencias sociales “... el desafío es, entonces, recuperar a los sujetos sociales como individuos y actores colectivos desde sus prácticas sociales concretas, al reconocer el sentido vivido y dramático que tienen los hechos para los actores” (2007: 198).

De esta manera, para poder construir un marco metodológico nos dimos a la tarea de revisar diversas perspectivas de este y varios programas de investigación. Algunos nos resultaron irrelevantes casi de inmediato, dadas las limitaciones en sus planteamientos y técnicas de análisis. Pero de otras pudimos retomar elementos específicos que nos ayudaron a construir un modelo empírico para evaluar la función social de la programación; describiremos dicho recorrido a continuación.

Hemos recurrido a autores que sustentan su trabajo teórico, principalmente en la tradición de la economía política crítica, corriente que posee distintas aproximaciones metodológicas para acercarse a su unidad de análisis: las industrias culturales y de la comunicación (Gómez y Sánchez, 2009). Si bien no hay suficiente investigación de campo que aporte datos empíricos a la economía política, existen trabajos enmarcados dentro de los llamados estudios sobre medios (*Media Studies*), los cuales han sido complementarios al trabajo de la economía política crítica y se han desarrollado paralelamente a ella.

Estos estudios realizan un análisis textual de las narrativas periodísticas; afirman que el texto es polisémico y se interpreta de diferentes maneras dentro de un contexto cultural. La metodología se basa ampliamente en el análisis de la argumentación de ejemplos específicos o comparativos, que pueden ser narrativas de sucesos particulares (movimientos sociales, programas de televisión, películas, textos periodísticos, etc).

Este programa de investigación emergió en la década de los setenta. En Estados Unidos se enfocaron en explicar las dinámicas y las rutinas de los reporteros dentro de las industrias para producir contenidos.

Paul Hirsch (1980) comentó que los periodistas trabajaban de manera autónoma, pero envueltos en rutinas y estructuras burocráticas. Para ello, dicho programa basó su investigación de campo en entrevistas a reporteros y productores de los medios, así como en la reconstrucción de las historias sobre el desarrollo de aquellas organizaciones para evidenciar el conservadurismo de los textos publicados. Uno de los primeros trabajos al respecto fue el del estadounidense Todd Gitlin, en 1983, con su obra *Inside Prime Time* (Hesmondhalgh, 2008).

Esta larga tradición de estudio en Norteamérica, y en Europa, ha privilegiado la mirada de cierto grupo para explicar el comportamiento de una institución. Durante mucho tiempo, los estudios fueron cuestionados porque proveían resultados a partir de la perspectiva de una muestra reducida, lo cual, para algunos investigadores, daba la idea de ser un trabajo sesgado. Sin embargo, a través de los años han logrado legitimidad metodológica dentro del campo científico de las ciencias sociales, como lo dice John Comaroff en su legendario artículo “Notas sobre el método antropológico”: “La Antropología sociocultural es frecuentemente acusada por la falta de rigor metodológico. O peor aún, por no tener un método discernible más allá de su confiabilidad” (2010). El testimonio del científico social, en su experiencia subjetiva dentro de la investigación empírica, ha sido siempre controversial. El método antropológico de inducción ha sido acusado repetidamente por “celebrar idiosincrasias imaginativas”. Pero las técnicas utilizadas son un poco diferentes de aquellas disciplinas menos reflexivas y severas del periodismo moderno. Por lo tanto, cuando este tipo de metodología se emplea correctamente, se logra evidenciar el rigor en los resultados.

Al igual que en otras disciplinas (estudios de género, etnografía, historia oral, que respaldan esta aproximación metodológica), sus seguidores sostienen que “sólo la perspectiva parcial promete una visión objetiva”, porque elaboran la forma de ver las cosas y la especificidad y la diferencia de los grupos (Haraway, 1988: 582-583). Además, afirman que “las ideologías oficiales y el método científico son particularmente

malas guías sobre cómo el conocimiento científico se construye” (Haraway, 1988: 576).

En el campo de los estudios de los medios de comunicación y de la cultura, los análisis empíricos han experimentado diferentes modelos metodológicos que han evolucionado y se han ido alejando de los preceptos del método científico tradicional hasta acercarse al método antropológico.

La mayoría de las aproximaciones metodológicas, hasta la década de los setenta, trataban de emular, mediante evidencias estadísticas, la manera en que las ciencias naturales explicaban la realidad. Uno de los más populares fue el *análisis de contenido*, el cual fue diseñado para medir y analizar, a partir de indicios estadísticos, el estilo y los contenidos de los mensajes; también sirvió para explicar el orden descriptivo de la significación. Otros más, como el *modelo de usos y gratificaciones*, constituyeron las primeras aproximaciones para estudiar, desde la Psicología, las actitudes de las audiencias a través de cuestionarios. Tanto para el análisis de contenido como para el de usos y gratificaciones, sus técnicas se basaban en muestras a gran escala para lograr mayor precisión (Fiske, 1990: 136). Estos modelos fueron muy populares en la perspectiva *Communication Studies*, en Estados Unidos; sin embargo, sus alcances fueron limitados al no relacionar sus resultados con un análisis sociocultural más amplio y al no poder entender el significado de los textos o contenidos como insumos culturales.¹

Las limitaciones del análisis del contenido y otros métodos condujeron a que jóvenes investigadores se acercaran a los medios de comunicación desde la antropología. Había una necesidad de entenderlos desde la cultura y no solamente desde un análisis positivista. En 1980, el estadounidense James Lull (1980) realizó una ruptura epistemológica e innovó con el estudio de las audiencias desde las perspectivas etnográficas.

1 Los estudios de comunicación miden el significado de manera verificable por medio de estadísticas, indicios, entre otros instrumentos; utilizan herramientas metodológicas como el análisis de contenido.

fica y sociológica; en su artículo “The Social Uses of Television” estudia a los televidentes desde sus contextos cotidianos. Otros académicos ingleses, como David Morley (1986) y Lewis (2008: 215-216) desarrollaron metodologías similares para analizar a las audiencias y responder a cuestionamientos sobre poder e ideología.

En décadas posteriores a la de los ochenta, estas y otras aproximaciones empíricas, como los estudios sobre medios, consiguieron aportar modelos metodológicos innovadores a las ciencias sociales, orientados a construir y sistematizar datos empíricos para explicar la realidad social y la cultura contemporánea. No se trata de la realización de muestras experimentales o grupos de control, sino de la formulación de sistemas de argumentación a partir de estudios de caso o correlaciones con ejemplos paralelos –como movimientos sociales específicos– que suceden o han sucedido en otros contextos sociohistóricos.²

Con estas rutas metodológicas empíricas más recientes, los estudios sobre medios de la comunicación y cultura han podido virar de la descripción a interpretaciones más profundas sobre la realidad social.

Nuestro estudio es un intento de lo anterior, al diseñar un modelo empírico que evalúe la función social de la programación.

Esto implicó buscar otros tipos de enfoques teórico-metodológicos que abordaran el estudio de los medios y la cultura contemporánea, además de metodologías basadas en el análisis descriptivo y cualitativo/interpretativo.

Un primer acercamiento teórico metodológico que revisamos y cuyos planteamientos sirvieron como referencia útil para construir nuestra propuesta empírica es el del sociólogo Robert Park (cit. en Lewis, 2008: 44-45), de la Universidad de Chicago. A principios del siglo xx, Park se enfocó en estudiar, entre otras cosas, cómo los individuos y (sub) grupos sociales

2 Por ejemplo, Edward Herman y Noam Chomsky (1992) utilizan esta estrategia metodológica en el texto *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*. Otro ejemplo puede ser el libro de James Lull, *Culture-on-Demand. Communications in a Crisis*, 2007.

construían significados a partir de sus experiencias cotidianas en el mundo. Puso énfasis en la mirada de los grupos sociales para generar nociones o conceptos; esto era una forma de entender los problemas más complejos de la vida y podían ayudar a resolver los problemas de injusticia social. Park tenía interés en el estudio de la radio y sus técnicas de observación no eran muy diferentes a las empleadas por periodistas. Para Jeff Lewis (2008), esta forma de aproximarse al estudio de los medios, basándose en las experiencias cotidianas de las personas, alimentó teóricamente a la sociología.

El estudio de Park fue fundamental para estudiar otras corrientes que hacían hincapié en el estudio de las narrativas (textos, discursos) y su relación con el sujeto que las produce en el seno de un contexto cultural particular.³ Este argumento nos interesó en particular porque la programación es un conjunto de narrativas producidas por realizadores que conforman un grupo social.

Hemos dicho que entender la programación como *narrativas* de la cultura implica estudiarla bajo aproximaciones teórico-metodológicas empíricas emanadas de diversas disciplinas de las ciencias sociales (antropología, sociología, retórica, entre otras), que tienen en cuenta quién produce esas narrativas y el contexto en el que se generan.⁴ Una de ellas son los estudios sobre medios, la otra es la hermenéutica.

La hermenéutica de la investigación sociohistórica es una herramienta teórica que provee de un marco metodológico para estudiar la programación. En los siglos XIX y XX, autores como Dilthey, Heidegger, Gadamer y Ricoeur profundizaron en la manera en que la comprensión

3 En esta investigación no se hacen distinciones entre narrativa, texto o discurso.

4 Cabe señalar que el análisis académico de la programación como narrativa de la cultura no ha sido prioridad para los investigadores en América Latina. La mayor parte de los estudios en esta, incluido México, se han realizado desde una perspectiva sociohistórica. Solo existen algunos ejemplos significativos que sirven como referencia para nuestro estudio, como los del chileno Valerio Fuenzalida (2000) y el argentino Ricardo Haye (2003), que nos ayudan a conceptualizar algunas categorías para analizar la programación; y la investigación de Rosalía Winocur (2002), que brinda elementos metodológicos fundamentales para acercarse al estudio de la radio.

de los textos (discursos) requiere de interpretación en tanto son construcciones significativas (Thompson, 1998). Según Thompson, los estudios interpretativos complementan los análisis formales como la estadística. En “El mundo sociohistórico”, comenta:

No es solo un campo-objeto que esté allí para ser observado; también es un campo sujeto constituido, en parte de sujetos que, en el curso rutinario de sus vidas diarias participan constantemente en la comprensión de sí mismos y de los demás, y en la interpretación de las acciones, expresiones y sucesos que ocurren en torno a ellos (1998: 398-399).

Heidegger critica que el proceso de *comprensión* cotidiana es una característica esencial de los seres humanos, pero muchas veces obviada por los científicos sociales, ya que estos analizan formas simbólicas interpretadas por los sujetos que conforman el campo-objeto.

La hermenéutica establece dos cosas: *a)* el campo-objeto es un campo-sujeto; *b)* los sujetos que conforman el campo sujeto-objeto, al igual que los analistas sociales, “pueden comprender, reflexionar y actuar a partir de esta comprensión y reflexión” (Thompson, 1998: 400).

Particularmente, estos postulados dieron pauta para acercarnos a los realizadores de Radio Educación para conocer su noción de servicio público y cómo contribuyeron a construirla desde la cotidianidad de la programación; su idea fue indispensable para entender nuestro objeto de estudio, pues son personas que interpretan y conceptualizan su campo de trabajo. Entenderlo así fue muy significativo para el desarrollo de este estudio, pues nos permitió entender cómo la emisora, desde el conjunto de sus transmisiones, ha contribuido a ello.

El análisis sociohistórico que hemos hecho hasta aquí ha provisto de datos necesarios para entender la noción de lo público en Radio Educación, pero falta añadir la reflexión de los realizadores, en tanto que esta noción se construye a partir de las experiencias de sujetos que están insertos en el proceso histórico de la emisora.

Thompson (1998: 407) propone el marco metodológico de la hermenéutica profunda, en el cual sitúa dimensiones analíticas de un proceso interpretativo relacionadas con la hermenéutica de la vida diaria; dos de ellas nos interesan específicamente:

1. El análisis sociohistórico, en el que se incluye a las instituciones sociales.
2. La Interpretación y reinterpretación. Significa interpretar rutinaria y mundanamente las formas simbólicas de la vida cotidiana, estas pueden ser sociohistóricas. Los sujetos (o grupos sociales) realizan una interpretación de la realidad social; los analistas lo que hacen es reinterpretar la definición que llevan a cabo los sujetos. En los medios masivos, la reinterpretación de las formas simbólicas está relacionada con aspectos ideológicos; por ejemplo, relaciones de poder, propiedad y control, así como las relaciones y las actividades rutinarias que se dan en las instituciones de los medios: procedimientos cotidianos seguidos por los empleados o realizadores desde escribir un guion hasta editar o producir. Según Thompson, este enfoque interpretativo “nos sirve para conocer las maneras en que comprenden lo que están haciendo, lo que están produciendo y lo que están tratando de lograr” (1998: 441-442).

El autor sostiene que en cada dimensión o etapa se pueden aplicar diversos métodos de investigación de acuerdo con las circunstancias específicas de la investigación; no hay un método adecuado ni único. Este argumento nos obliga a entender a nuestro objeto de estudio desde la intersección con otras disciplinas y subdisciplinas. Para Gilberto Giménez (2006), es justo en esta intersección donde se encuentran –por su dimensión simbólica– la historia, la antropología, la sociología, la psicología social, la educación, la semiótica, la lingüística y, sobre todo, la cultura.

En efecto, los estudios sobre medios de comunicación y cultura son un campo híbrido de estudio de los textos y los contextos en cuyas

interacciones los sujetos sociales, “inmersos en ámbitos espacio temporales específicos”, producen significado. Es en esta interacción simbólica (sujeto social-texto-contexto) donde se halla el aspecto científico de la comunicación (Giménez, 2006).

Estos postulados epistemológicos son indispensables para elaborar un *corpus* de estudio para poder analizar la función social de la barra programática de Radio Educación, el cual abordaremos en el siguiente apartado.

ELABORACIÓN DEL *CORPUS* DE ESTUDIO

Para autores como Enrique Bustamante, la programación es un discurso articulado por narrativas y dirigido a diversas audiencias, organizado por un periodo determinado.⁵

De aquí que en este trabajo entendemos que en la radio estatal se programan discursos articulados cuyos contenidos conforman narrativas de la programación, las cuales adquieren significado en el contexto de la cultura local y nacional. Para Ricardo Haye (2003: 116) y Juan Buenaventura (1990), el conjunto de narrativas o textos es escogido y combinado de manera finita, “... posee unas lógicas discernibles y [...] se somete a ritmos temporales determinados; tiene lógicas y ritmos determinados que interpretan perspectivas culturales de contextos específicos (Buenaventura, 1990).

Las narrativas relatan sucesos de la historia y la cultura contemporánea y reflejan lo que la sociedad conversa en la actualidad sobre los grandes problemas locales e internacionales; en sus contenidos se discuten asuntos éticos y cívicos, principalmente los valores, las prácticas sociales de las minorías y mayorías sociales, sus ritos, sus sentimientos, sus maneras de celebrar, etc., que ayudan a los ciudadanos a tomar decisiones en su vida pública. Las narrativas cuentan historias de personas

5 Idea de Bustamante, retomada de las clases del doctorado en Economía de la Televisión, en la Universidad Complutense de Madrid, 2005.

que representan a grupos sociales; lo hacen por medio de la discusión, el debate, la música, los contenidos informativos y noticiosos, y los géneros artísticos como Radioarte.

Tradicionalmente, en Australia y en algunos países del norte y centro de Europa, además de Norteamérica, donde existen medios públicos sólidos, la programación refleja diversas posturas, que son generadas a partir de ciertas condiciones internas y externas de las emisoras: la visión del sistema radiofónico, las ideas de producción de los realizadores y de los consejos de programación, las rutinas periodísticas y de producción, las políticas de Estado sobre la cultura y la comunicación, entre otras.

Estas condiciones componen la programación y han contribuido a que en los contenidos se reflejen ideas relacionadas con la diversidad de la vida social y cultural.

Particularmente, en aquellas regiones del norte y centro de Europa, además de Norteamérica, la programación de utilidad social ha sido de vital interés en las transmisiones cotidianas de las emisoras. Esto se debe a que el servicio público de radiodifusión está conformado por estrategias de programación mediante las cuales se diseña, planea, organiza y articula un discurso autónomo que, entre otros aspectos, da coherencia a narrativas que contribuyen al bien común, a construir ciudadanía, a mejorar la vida de las personas, a promover la libertad de expresión, entre otros objetivos.

Construcción de categorías. La explicación teórico-metodológica anterior ha sido pilar para construir datos empíricos a partir del análisis y la descripción de los contenidos de la barra programática y en la observación y la elaboración de entrevistas semiestructuradas a los realizadores de Radio Educación.

Como ya lo hemos mencionado, uno de los valores de la programación de un medio de servicio público es la utilidad social de sus contenidos dirigidos a una sociedad política y culturalmente diversa.

La *barra programática* es el universo de estudio de esta investigación, pero también lo son los sujetos (realizadores) que la conforman,

pues hemos explicado ya que, para comprender el campo-objeto, es necesario analizar al campo-sujeto.

Para examinar nuestro universo, abordaremos únicamente la dimensión *utilidad social* de los contenidos.

Esta se evaluó a partir de cuatro categorías de análisis definidas en el capítulo II: *función cultural, función informativa, función educativa y función de entretenimiento*.

La función informativa, dadas sus características, se desagregó en dos subcategorías: pluralidad y diversidad de la información e independencia editorial. Asimismo, se consideraron otros indicadores de evaluación: 1. La comunicación de los asuntos públicos a los ciudadanos en cuanto a educación, salud, cultura, ciencia e información mundial y local; 2. La estructura narrativa de los contenidos; 3. La atención de la demanda de públicos minoritarios y mayoritarios, entre otros aspectos.

Aunque la universalidad es un rasgo importante de una programación que corresponde al servicio público, no tuvimos en cuenta el alcance geográfico de la emisora, ya que su trasmisión solo se delimita principalmente a la zona metropolitana. Sin embargo, sí se evaluará respecto a dos puntos: *a)* la atención que tienen los diferentes grupos políticos y socioculturales (mayorías y minorías) a los contenidos de la emisora; y *b)* la manera en que Radio Educación atiende las necesidades de intereses y necesidades de información, entretenimiento, educación y cultura de una sociedad compleja y diversa que habita en la zona metropolitana.

Justificación del estudio de caso. Hemos explicado que este trabajo se enfoca en la evaluación de las estructuras y funciones de Radio Educación relacionadas con el servicio público durante los primeros seis años del siglo XXI. Hay tres razones principales por las cuales nos interesa esta etapa de la radio estatal en México: 1) La primera, tiene que ver con el contexto político en el que se enmarca el proceso histórico en esos años. 2) La segunda, por el papel que jugó la emisora en este contexto político y social. 3) Su propio desarrollo institucional y su relación

con la sociedad, hechos que se manifestaron en el fortalecimiento de su programación y en la construcción de la noción de servicio público.⁶

1. *El contexto político.* Para 2000, el Estado mexicano había terminado de construir una infraestructura de 27 sistemas de radiodifusión estatal hasta la primera década de este siglo. La transición política que tuvo lugar en nuestro país ese año generó diversas expectativas sobre la democratización de las instituciones políticas y estructuras sociales. Después de 70 años de gobierno del PRI, las elecciones presidenciales las había ganado un partido distinto, el PAN. En el debate público prevalecía la idea de que el país vivía un importante proceso de transición democrática. Sin embargo, las transformaciones que se generaron con la alternancia política no llegaron a algunas instituciones de la cultura, entre ellas los medios estatales.

Durante el sexenio de Fox no hubo, como tampoco existió antes, voluntad política para democratizar la estructura de medios de comunicación y crear condiciones más equitativas para el acceso de la sociedad a los medios y a las tecnologías de la información, ni siquiera en crear mejores condiciones para desarrollar un mercado más competitivo. En materia de radiodifusión estatal, la situación siguió siendo desfavorable e incierta –jurídica y políticamente–, para estos medios. La ausencia de una ley que definiera a la radio de servicio público y que garantizara su autonomía política y económica dificultaba el desarrollo tecnológico de las radios de propiedad estatal y su alcance social y cultural. Asimismo, la política de comunicación federal y estatal estuvo orientada a favorecer al poder económico de la industria audiovisual privada, lo que permitió que las emisoras comerciales aumentaran su poder y presencia en el espacio público.

Como respuesta a esta situación se intensificó un debate entre algunos grupos, organizaciones sociales y profesionales de los medios

6 Las evidencias para estas tres razones ya han sido abordadas en el capítulo anterior, pero es importante recapitular la argumentación.

de comunicación estatal y cultural. Entre otros temas, el debate promovía la necesidad de transformar la radiodifusión de propiedad estatal en verdaderos medios públicos, institucionalizar el servicio público y otorgar a estos medios un estatus jurídico, para lo cual se demandaba la reforma a la Ley Federal de Radio y Televisión. Se debatía también la importancia del papel de los medios en el desarrollo democrático del país y la forma en que estos podrían fomentar la participación social y contribuir al desarrollo cultural. Sin embargo, en este no se involucró a la mayoría de la sociedad ni hubo presión suficiente a los representantes políticos para que legislaran sobre esta materia.

Algunas radios, sin embargo, pudieron establecer una relación diferente con el Estado y la sociedad. Radio Educación lo fue. En primer lugar, desde sus inicios había luchado por mantener independencia política y editorial del gobierno; en segundo lugar, se había propuesto cumplir con su función cultural y social al producir contenidos de utilidad para sus audiencias, a pesar de que, en ocasiones, algunos de sus directores pretendieran usarla a favor de sus propios intereses políticos.

Desde la década de los setenta, la estación se esforzó por discutir los asuntos públicos más importantes de la agenda nacional e internacional y fue tratando de abrir sus micrófonos a otros sectores de la población. La estructura y la producción de sus contenidos –así como sus criterios éticos y su aproximación a valores sociales– eran diferentes a las de la mayor parte de las emisoras comerciales. Radio Educación fue construyendo a lo largo de los años una audiencia leal y crítica y una narrativa cultural y política que ella misma calificaba como diversa en su quehacer diario. Con ello intentó contribuir a ampliar las condiciones de la discusión pública, especialmente en el área metropolitana. Hasta el final de este análisis, Radio Educación se autodefinía como una radio con vocación de servicio público, y en los hechos contribuía a darle sentido al incorporar principios esenciales del servicio público en su programación, lo que le dio mayor legitimidad ante algunos de los grupos más críticos de la sociedad.

2. La participación de Radio Educación en el contexto político y social.

Otro elemento esencial de Radio Educación fue la participación de algunos de sus realizadores y funcionarios en el debate público sobre la democratización de la comunicación durante el sexenio de Fox. Esa participación fue especialmente significativa en los primeros seis años del siglo XXI y englobaba –entre otros temas– la estructura y la situación jurídica de los medios estatales y culturales. Pero justo en este debate se había dejado de lado la contribución que este tipo de medios había hecho a la construcción de un referente de programación con utilidad social y que cumpliera con ciertos principios del servicio público.

Bajo dichas premisas, es importante analizar, desde el concepto de servicio público, la función que Radio Educación había desarrollado a finales de la década de los sesenta, pero, sobre todo, el significado que esta tenía para algunos grupos sociales en un contexto de alternancia a la democracia: 1) cómo se definía la radiodifusora a sí misma por su vocación de servicio público en su quehacer cotidiano; 2) en qué medida atendía a diversos sectores del país, especialmente a los ciudadanos que habían buscado otra manera de entretenimiento, información y cultura; 3) cuál había sido su papel cultural y político y su influencia en estos sectores; y 4) cómo había contribuido en un contexto en el que históricamente había prevalecido la hegemonía de la radio comercial.

En el capítulo anterior se evidenció el desinterés del Estado para crear las condiciones que permitieran a Radio Educación –y a otros medios en poder de los gobiernos federales y estatales– salvaguardar su independencia editorial y su autonomía económica y de gestión. Esta situación había generado una serie de dificultades para que estos medios desarrollaran ampliamente funciones con características de todo medio público: garantizar la universalidad del servicio de radiodifusión, fomentar la participación social, fortalecer su identidad como instituciones de servicio público, entre otras ya mencionadas. A pesar de estas circunstancias, algunos medios habían logrado practicar, aun con limitaciones,

algunas de estas funciones esenciales y tratado de reflejarlas cotidianamente en una programación que buscaba proveer información y ayudar a formar opiniones, tomar decisiones y orientar valores sobre diferentes asuntos públicos.

3. *El desarrollo institucional de la emisora y su relación con la sociedad.* Radio Educación había construido un proyecto radiofónico que se aproximaba a la radio de servicio público en sus primeros 30 años. Lo hizo a través de coproducciones nacionales e internacionales, capacitación, tradición en las realizaciones, diversificación de contenidos y de cierta autonomía política, entre otros aspectos. Los mismos realizadores de la estación afirmaron en sus entrevistas que ellos producían contenidos que apelaban a la pluralidad y a la diversidad, promovían la participación y gozaban de una amplia autonomía editorial.

En la última década de los noventa y principios de este siglo, algunos sectores más politizados de la población demandaron más contenidos de asuntos públicos con diferente perspectiva a la de los medios audiovisuales privados; había una necesidad de información que ayudara a crear opiniones, tomar decisiones y orientar valores.

Estas condiciones históricas condujeron a la institución a reforzar su agenda programática y continuar produciendo contenidos que promovieran la discusión sobre la vida pública del país, primordialmente en torno a la cultura, la educación y la información; específicamente para nuestro trabajo estas fueron cruciales para entender por qué el estudio de caso se podría situar en el primer lustro del siglo XXI.

De acuerdo con entrevistas y documentos de la estación, Radio Educación era un sistema con un ideal de servicio público, pero al cambio de siglo se intensificó la discusión al interior y exterior de ella sobre su estatus frente al “servicio público” (por ejemplo, a través de foros, publicaciones y congresos internacionales), lo cual contribuyó a redefinir su compromiso con la sociedad.⁷

7 Se podrán encontrar evidencias más específicas en el capítulo III de esta obra.

Las tres razones anteriores nos llevaron a elegir el sexenio de Fox para nuestro estudio, ya que había indicios de la contribución importante de la emisora a ciertos sectores de la sociedad.

Se trataba de un proyecto radiofónico donde, aún teniendo carencias, entre 2000-2006, se realizaron distintas acciones, tanto del equipo de producción como de la Dirección, para continuar diversificando los contenidos culturales, educativos y de asuntos públicos; hubo intentos por articular la programación mediante la reestructuración de la barra programática en 2001 y 2005. También se llevaron a cabo otras estrategias para conservar y difundir el patrimonio sonoro nacional: se modificó la carta programática en 2001 y en 2005; en 2003 se incorporaron nuevos presentadores y realizadores en la emisora; se introdujeron géneros como Radioarte; se generaron alianzas con radios públicas internacionales, entre ellas la BBC y Radio Francia Internacional, para fomentar el intercambio de programación; hubo mayor cooperación con otras radios estatales y culturales del país.

Además, se llevaron a cabo acciones administrativas que apoyaron el fortalecimiento de la programación, entre ellas destacaron su vinculación con el Programa Nacional de Cultura 2001-2006 –esto permitió renovar su infraestructura y su programación–; se consiguieron recursos adicionales destinados al mantenimiento, ampliación y mejora de las instalaciones de la emisora; aumentó el presupuesto; el catálogo de puestos se concretó en 2004, con lo cual se logró que colaboradores obtuvieran plazas; los Acuerdos 21 y 203, aunados al catálogo, otorgaron reconocimiento jurídico a los profesionales de Radio Educación y contribuyeron al desarrollo de las actividades de programación informativa y cultural; se instalaron consolas con sistema digital, entre otros ejemplos ya citados.⁸

Realizamos este breve recorrido para elaborar la siguiente pregunta: ¿Cuáles son las características que tiene la programación de Radio Edu-

8 Véanse las evidencias más específicas en el capítulo III.

cación y cómo se relacionan con la noción de servicio público? Para ello, partimos de los siguientes supuestos, que contestaremos con el análisis del estudio de caso.

- a) Se pueden encontrar características de la función de servicio público en la barra programática de Radio Educación.
- b) La barra programática de Radio Educación tiene ciertos rasgos de servicio público; en gran parte de los contenidos se fomenta el diálogo y los valores sociales: justicia, tolerancia y democracia, los cuales contribuyen al bienestar social, cultural y educativo y al fortalecimiento de la identidad ciudadana de los escuchas; además, contribuyen a ampliar la discusión de los asuntos públicos.
- c) A pesar de que en esas fechas no existía un marco legal que definiera las funciones de un medio de servicio público en México, la programación de Radio Educación había contribuido a la conformación de un referente de la noción servicio público.
- d) El desarrollo de la programación y los esfuerzos en la producción, aunados a la organización y la estructura de gobierno de la emisora y a su vinculación con la sociedad, habían contribuido a fortalecer las características de la función del servicio público en los contenidos programáticos de Radio Educación fomentadas desde el origen de la emisora.

FASES DEL ESTUDIO DE CASO

Lo que siguió fue trazar una ruta metodológica dividida en diferentes etapas de trabajo de campo:

Primer periodo de estudio: fase exploratoria. Además de un análisis descriptivo de la programación, la fase exploratoria consistió en realizar entrevistas⁹ a una muestra de realizadores y funcionarios de la esta-

9 Las entrevistas a Alma Rosa Alva, Antonio Calderón, Guadalupe Cortés, Salvador de León Vázquez, Javier Esteinou Madrid, Phil Gunson, Carmen Limón, Perla Oli-

ción, quienes, dada su posición en la emisora, poseían una amplia perspectiva sobre la programación.¹⁰ Ellos funcionaron *como informantes clave*; proveyeron de información que nos permitió continuar con el estudio de la barra programática de Radio Educación como estudio de caso.¹¹

Desde su perspectiva, los entrevistados consideraban que los cambios de programación, en 2001 y 2005, habían ayudado a diversificar y fortalecer la oferta programática cultural, educativa y de información.

Bajo estos argumentos, cualquier fecha entre este periodo podría ser viable para delimitar este estudio, ya que había elementos en los que se podría encontrar información relevante. En la XEEP los programas se repetían cada semana y no había variación, salvo en los contenidos tratados, series o programas especiales, por lo que los cambios mensuales de programación eran pocos.

Como esta estrategia era un patrón muy experimentado por Radio Educación, una semana de programación era representativa para ser estudiada. Además, para el estudio de caso, la semana era una muestra pertinente de análisis viable para facilitar el proceso metodológico: los contenidos podrían ser manejables, y en general no se cambiaba la programación.

Se examinaron las barras programáticas a partir de 2000; en 2005, la programación se había reestructurado por segunda ocasión durante la administración de Lidia Camacho. Los cambios, al ser pocos, garantizaban cierta continuidad en sus contenidos. De acuerdo con los entrevistados, los contenidos más estables fueron entre 2000 y 2006; en

via Rodríguez, Stephen Salyer, Gabriel Sosa, Marina Vázquez Guerrero, Claudio Vívori y Jacqueline Zavala, fueron realizadas por el autor.

10 En la XEEP, las decisiones de programación se toman desde la Dirección de Producción y Planeación y de la Dirección General; tradicionalmente, los realizadores hicieron propuestas de programas y el Comité de Evaluación Interna, conformado por algunos de ellos, interviene en este proceso.

11 La entrevista a informantes clave fue una herramienta de investigación que nos permitió construir datos acerca de las opiniones, percepciones y perspectivas que los sujetos tienen sobre la emisora (Cornejo, 2007: 217).

cuanto a la programación, fue 2005; ocurrió justo antes de que empezaran las campañas políticas para la elección presidencial de 2006, lo cual podía representar cambios en la programación, sobre todo con temas más relacionados con lo electoral.

Los entrevistados coincidieron en que cualquier fecha de 2005 era un periodo apropiado; fue cuando se estructuró una agenda informativa más actual. También en este año se dieron cambios en materia de producción digital que ayudaron a modificar algunos aspectos en la producción de las narrativas, y el hecho de que los realizadores comenzaran a trabajar en los sistemas de edición no lineal mejoró aspectos de producción, como sonido y edición.

Se escogió la semana del 17 al 23 de octubre de 2005. Luego de identificar el periodo de análisis se procedió a clasificar el *corpus*, teniendo en cuenta lo siguiente:

Segundo periodo de estudio. Análisis descriptivo de la programación. En este se contemplaron distintas etapas, las cuales se fueron amalgamando en actividades simultáneas:

1. *Delimitación del corpus.* En la fonoteca de la emisora se consiguieron las 72 producciones que conformaron la barra programática de esa semana, las cuales eran permanentes y tres programas fueron repetidos más de una vez. No se consideraron los espacios en donde los locutores presentaban música; aunque se trataba de momentos en los que también había un trabajo especializado de programación musical, no se consideraban como programas sino transcurso en los que había música y se hacían breves comentarios.¹² Tampoco se analizó el programa *La Hora Nacional* porque era una producción externa a la emisora. En el caso de las cápsulas promocionales, no fueron de interés para el análisis porque también eran producciones que en su mayoría pertenecían a los tiempos oficiales, o bien, anunciaban la programación. Por esta misma razón no se incluyó el espacio *Hoy en el 1060*.

12 Estos espacios no eran programas, sino espacios de música continua.

2. *Clasificación del corpus.* Después de delimitar el *corpus*, hicimos una primera clasificación de géneros en cuatro rubros, similar a como lo define Radio Educación; dentro de cada género se hizo una división por temas:

- a) *Cultural.* Aquellos programas dedicados a la difusión de las bellas artes, del patrimonio cultural y de manifestaciones locales cotidianas de los pueblos y la ciudad. Se dividieron los programas musicales y hablados y también se incluyeron los noticiarios culturales. En los programas musicales, a diferencia de los espacios musicales en donde solo se presentan lapsos de música continua, sí hay explicación acerca de la música, se contextualiza, hay un presentador e incluso invitados.
- b) *Informativo y de asuntos públicos.*¹³ Los noticiarios de información general y aquellas producciones dedicadas a los asuntos públicos. En los primeros, se consideraron los noticiarios de información general, y en los segundos, los programas de opinión y debate que discuten temas sobre política (electoral), temas generales sobre sociedad, género; salud, entre otros.
- c) *Educativo.* En el capítulo III explicamos que eran espacios cuyos tratamientos reforzaban la educación formal o discutían temas del sector educativo.¹⁴ Apoyaban el universo de temas que fomentaban la reflexión y el cuestionamiento en la escucha sobre los contenidos escolares, el rendimiento educativo y asuntos de la familia en relación con la educación escolar y la orientación ciudadana.

13 Al rubro de “programas de Asuntos públicos”, Radio Educación les llamó “programas de orientación”. Se decidió nombrarlo de esta manera porque se consideraba una definición más específica.

14 Hay otro tipo de espacios que se refieren a la educación informal que refuerzan la cultura cívica primordialmente. A la mayor parte de estos programas la hemos clasificado como “cultural-informativa”.

Los programas infantiles se analizaron aparte, ya que los formatos y la estructura de los contenidos, así como la audiencia, eran diferentes al resto de la programación. Se consideró que dicha jerarquización facilitaría su análisis porque permitía una mejor visualización de los géneros y de los contenidos temáticos. De esta manera se clasificaron en programas infantiles que abordan los asuntos públicos, la difusión cultural y la educación formal.

TABLA 10. *Corpus de investigación.*¹⁵

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>Todo se escucha en el silencio</i>	1993	Cultural-musical	Contenido educativo sobre la cultura del jazz en general.
<i>El trovo y la versada</i>	2005	Cultural-musical	Formas, estilos y composiciones de artistas bohemios pertenecientes al movimiento trovador latinoamericano.
<i>1060. Posibilidades sonoras</i>	2002	Cultural-musical	Contenido educativo y melodías de hitos musicales en todo el mundo.
<i>Miles Davis: La leyenda</i>	2005	Cultural-musical	Cultura jazz; perfil biográfico de Miles Davis y melodías icónicas.
<i>Sonidos de la Huasteca</i>	1999	Cultural-musical	Piezas musicales regionales de las llamadas zonas huastecas del país.
<i>Datos para una historia aún no escrita</i>	1993	Cultural-musical	Una aproximación a la historia del jazz en México.
<i>Laberinto</i>	2005	Cultural-musical	Cultura, rock; datos biográficos y canciones de grupos icónicos en todo el mundo.
<i>Pueblo de patinetas</i>	1996	Cultural-musical	Canciones y comentarios sobre rock, trova y cultura.

(Continúa)

15 Aunque la programación de Radio Educación es más de corte generalista, hay algunos programas dirigidos específicamente a niños, jóvenes y mujeres, entre otros grupos sociales.

IV. LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO EN RADIO EDUCACIÓN

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>No hagan ruido, música</i>	1989	Cultural-musical	Entrevistas, piezas, comentarios y cultura general sobre música clásica.
<i>Voces</i>	2005	Cultural-musical	Multiculturalidad; influencia musical de civilizaciones globales en Latinoamérica.
<i>Raíz grabada</i>	2002	Cultural-musical	Sones regionales de México; comentarios técnicos y culturales.
<i>Por sus obras les conoceréis</i>	1995	Cultural-musical	Mundo del blues; comentarios e interpretaciones sobre melodías.
<i>Ya nos cayó El Chahuistle</i>	1990	Cultural-musical	Música regional mexicana, cantada en lenguas autóctonas
<i>El lenguaje secreto del sonido</i>	2005	Cultural-musical	World Music (Tribus de África).
<i>¿Quién canta?</i>	1987	Cultural-musical	Programa musical conducido por Cruz Mejía; trata temas de música popular mexicana.
<i>Conciertos sinfónicos</i>	1971 ¹⁶	Cultural-musical	Conciertos sinfónicos.
<i>Orquesta Sinfónica Nacional</i>	1972 ¹⁷	Cultural-musical	Concierto de la Orquesta Sinfónica Nacional.
<i>El arte de escuchar el radioarte</i>	2001	Cultural-musical (Radioarte)	Pieza de Radioarte sobre Finlandia; comparte sonidos de aquel país en una estructura narrativa.
<i>El cuento corto</i>	1983	Cultural-informativo	Cuentos cortos, relatados al aire.
<i>Tiritas de poesía</i>	2005	Cultural-informativo	Lectura de poemas al aire y comentarios a estos.
<i>El Cervantino al aire... al aire el Cervantino</i>	1998	Cultural-informativo	Crónica de las actividades de este festival cultural.
<i>Su casa y otros viajes</i>	1994	Cultural-informativo	Noticiero general de las actividades culturales de la Ciudad de México y sus alrededores.

(Continúa)

16 Orquesta de Cámara del Centro Libanés (3/06/1971); Orquesta Clásica de Praga (06/06/1973); EM 039 Orquesta Sinfónica de Londres (1976).

17 1972, en la serie "El espectáculo musical de la semana"; 1976, en la colección OSN.

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>Vida al aire</i>	2005	Cultural-informativo	Perfil autobiográfico de personalidades en las artes.
<i>En el fondo somos así</i>	2001	Cultural-informativo	Programa de entrevista, donde se intenta indagar el perfil creativo de sus entrevistados.
<i>Territorios del arte contemporáneo</i>	2005	Cultural-informativo	Comentarios técnicos, históricos y críticos sobre arte contemporáneo en general.
<i>Mi otro yo</i>	1999	Cultural-informativo	Programa de entrevista; música, poesía y literatura propios y predilectos de los entrevistados.
<i>Gente de cine</i>	1997	Cultural-informativo	Cultura del cine; información referente a escritores, realizadores, actores, productores, directores y público cinéfilo.
<i>Fonemas y dilemas</i>	2004	Cultural-informativo	Distinciones peculiares y particulares del idioma español.
<i>Redes; tierra adentro</i>	2005	Cultural-informativo	Perfil biográfico de personajes históricos.
<i>Aquí estamos los pueblos indígenas de México</i>	2005	Cultural-informativo	Perfil histórico de culturas prehispánicas mexicanas.
<i>Al rojo vivo</i>	2005	Cultural-informativo	Perfil histórico de culturas prehispánicas mexicanas.
<i>De domingo a domingo</i>	2004	Cultural-informativo	Guía noticiosa de las actividades culturales de la Ciudad de México.
<i>Desde la pluma del ganso</i>	¿18	Cultural-informativo	Discusiones sobre diversos temas de la literatura en México y en el mundo.
<i>Entrecruzamientos</i>	1994	Cultural-informativo	Entrevistas a artistas e intelectuales con 30 minutos de duración.

(Continúa)

18 No hay registro de grabaciones en archivo. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

IV. LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO EN RADIO EDUCACIÓN

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>Comentarios culturales</i>	1986 ¹⁹	Cultural-informativo	Comentarios sobre diversos temas de la cultura.
<i>Tiempo y espacio</i>	1994	Cultural-informativo	Noticiero informativo sobre la cartelera cultural de la Ciudad de México; se transmite después del noticiero cultural Su casa y otros viajes.
<i>Así asesinaron a Trotsky</i>	2005	Cultural-informativo (Radiodrama)	Radiodrama que cuenta la vida de León Trotsky.
<i>En el ruedo</i>	2005	Asuntos públicos-política	Comentarios políticos y sociales sobre México y el mundo.
<i>Política en plural</i>	2004	Asuntos públicos-política	Comentarios políticos y sociales sobre el contexto mexicano con un enfoque plural.
<i>Punto de encuentro</i>	2004	Asuntos públicos-políticos	Debate y crítica en asuntos políticos y sociales del momento.
IFE	1991 ²⁰	Asuntos públicos-política	Programa que informa y debate acerca de distintos temas sobre política electoral y partidos políticos.
<i>El fin justifica a los medios</i>	1989	Asuntos públicos-sociedad	Revista al aire sobre expresiones mediáticas-sociales contemporáneas.
<i>Fronteras</i>	2005	Asuntos públicos-sociedad	Debate sobre historia, sociedad y cultura en contextos globales, así como su relación con la sociedad mexicana.
<i>Relieves</i>	1990	Asuntos públicos-sociedad	Reflexión y análisis de temas sociales actuales.
<i>Pantalla de cristal</i>	2005	Asuntos públicos-sociedad	Charla y debate con especialistas en temas de comunicación audiovisual.

(Continúa)

19 El primer registro de Comentarios culturales data de 1986. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

20 Se encontraron varios registros de esta coproducción. La primera data de 1991. Fuente: Fonoteca de Radio Educación.

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>Iguales pero diferentes</i>	2005	Asuntos públicos-sociedad	Revista representativa de casos icónicos, que aboga por la igualdad social.
<i>Caja de cristal</i>	2004	Asuntos públicos-sociedad	Espacio informativo sobre acceso a la información y transparencia.
<i>Del campo y de la ciudad</i>	1989	Asuntos públicos-sociedad	Programa de opinión que trata diversos temas relacionados con los indígenas, vida en el campo y migración rural a la ciudad.
<i>Irradiando; mujeres interactivas</i>	2005	Asuntos públicos-género	Revista informativa sobre igualdad y derechos de género.
<i>Visor femenino</i>	2002	Asuntos públicos-género	Espacio informativo y de análisis en temas contemporáneos que atañen a la igualdad y derechos de género.
<i>K Cuerpo</i>	2005	Asuntos públicos-salud	Charla con especialistas médicos en prevención de enfermedades generales.
<i>Salud k cuenta</i>	2005	Asuntos públicos-salud	Reportajes especiales sobre temas de salud.
<i>Sexualidad en tu propia voz</i>	1997	Asuntos públicos-salud	Charlas sobre temas de sexualidad dirigidas a jóvenes.
<i>Adicciones: un viaje por el mundo de las drogas</i>	2005	Asuntos públicos-salud	Reportajes sobre temas de adicciones y drogadicción en general.
<i>Hispanorama</i>	2003	Asuntos públicos-informativos	Reportaje sobre asuntos innovadores en salud.
<i>La hora del conecte</i>	2005	Educativo	Serie literaria de narración de cuentos recomendados para adolescentes.
<i>Notisep</i>	2005	Educativo	Espacio informativo sobre asuntos de educación
<i>Imagen y pedagogía</i>	2005	Educativo	Serie reflexiva sobre el uso de la imagen en el aula, los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de la información en la educación básica y normal.

(Continúa)

IV. LA CONSTRUCCIÓN DE LA NOCIÓN DE SERVICIO PÚBLICO EN RADIO EDUCACIÓN

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>L'affaire de cofret</i>	2005	Educativo	Curso al aire de aprendizaje del idioma francés.
<i>Gramática involu-dable</i>	2000	Educativo	Tema que discute y enseña sobre asuntos de la Lengua como dudas ortográficas y gramaticales.
<i>Cuéntanoslo todo</i>	2003	Infantil-cultural informativo	Reflexión sobre temas propuestos por niños, desde su experiencia real o imaginativa.
<i>¡Ponte las pilas y muévete!</i>	2002	Infantil-cultural informativo	Programa dedicado a difundir la cartelera infantil cultural de la Ciudad de México.
<i>De puntitas</i>	1983	Infantil-cultural informativo	Espacio infantil; música y narración de relatos regionales mexicanos.
<i>Alas y raíces: la voz de los niños de México</i>	2005	Infantil-cultural informativo	Espacio de entrevista; intenta dar voz a la infancia, con un enfoque pluricultural.
<i>Rinocenzontle</i>	2005	Infantil-cultural musical	Programa musical infantil (producido por Radio Ombligo); tocan música para niños y los conductores amenizan y le dan continuación a la música.
<i>Construyamos la paz</i>	2003	Infantil-asuntos públicos	Espacio reflexivo sobre temas de paz, no violencia y resolución de conflictos con un enfoque infantil.
<i>Circo, maroma y libros</i>	1991	Infantil-educativo	Narración de cuentos infantiles publicados para la Dirección General de Publicaciones del Conaculta.
<i>Pulso</i> <i>De la mañana (lunes a viernes)</i> <i>De la tarde (lunes a viernes)</i> <i>De la noche (lunes a viernes)</i> <i>Sabatino</i> <i>Dominical</i>	1989	Informativo	Noticiero nacional e internacional con tres emisiones al día.

(Continúa)

(Concluye)

Programa	Año de inicio	Género	Descripción del programa
<i>BBC Enlace</i>	2001	Informativo	Noticiero internacional producido por la BBC.
<i>Enfoque</i>	2001	Informativo	Noticiero internacional especializado en asuntos públicos del mundo producido por la BBC.
<i>Servicio noticioso de Radio Francia Internacional</i>	2001	Informativo	Noticiero internacional producido por Radio Francia Internacional.

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 11. *Corpus* de investigación clasificado por temas.

Tema	Número de programas por tema por semana	Porcentaje sobre tema por semana
Información cultural	7	10%
Entrevista de perfil	6	8%
Política	5	7%
Información general	4	6%
Música folclórica nacional	4	6%
Música clásica	3	4%
Lengua	3	4%
Indígenas	3	4%
Medios de comunicación	3	4%
Salud	3	4%
Música de jazz	2	3%
Literatura	2	3%
Música folclórica internacional	2	3%
Rock	2	3%
Poesía	2	3%
Discriminación	2	3%
Género	2	3%
Educación	2	3%
Música hispanoamericana	1	1%
Trova	1	1%

(Continúa)

(Concluye)

Tema	Número de programas por temas por semana	Porcentaje sobre tema por semana
Blues	1	1%
<i>World Music</i>	1	1%
Radioarte	1	1%
Arte contemporáneo	1	1%
Cine	1	1%
Violencia social	1	1%
Asuntos rurales	1	1%
Asuntos urbanos	1	1%
Sexualidad	1	1%
Tecno-ciencia	1	1%
Cultura de paz	1	1%
Música infantil	1	1%
<i>Universo de programas</i>	72	100%

FUENTE: elaboración propia.

TABLA 12. Distribución estadística de la programación.

Género	Número de programas	Porcentaje
Cultural ²¹	39	54%
Informativo y asuntos públicos	22	31%
Infantil ²²	6	8%
Educativo	5	7%
<i>Total</i>	72	100%

FUENTE: elaboración propia.

3. *Análisis estadístico del corpus*. La sistematización por sí misma arrojó los primeros resultados empíricos sobre la distribución porcentual programática, la cual se ordenó en cuatro géneros, como se muestra en la tabla anterior.

21 En cultural también se englobó a Radioarte y Radiodrama.

22 Como se mencionó, los programas infantiles no son un género, pero los incluimos en la clasificación para apreciar mejor la distribución estadística de la programación.

4. *Identificar la dimensión del corpus y clasificar las categorías.* Esta etapa consistió en ordenar las categorías de análisis que facilitarían el estudio de la programación. Se tomaron de la definición de servicio público que propusimos en el capítulo II.

Como comentamos, del *corpus* se desagregó una dimensión –*utilidad social de los contenidos*– y cuatro categorías o funciones: *informativa, educativa, cultural y de entretenimiento lúdico*.

La función informativa se dividió en dos subcategorías: pluralidad de la información y diversidad de la información.²³

CUADRO 10. Universo de estudio: barra programática de Radio Educación.

<i>Categoría 1</i> Función informativa. Subcategoría A: pluralidad de la información. Subcategoría B: diversidad de la Información.	<i>Categoría 2</i> Función educativa	<i>Categoría 3</i> Función cultural	<i>Categoría 4</i> Función de entrenamiento lúdico
--	---	--	---

FUENTE: elaboración propia.

Las categorías se midieron de dos formas (véase el cuadro anterior):

- a) Estadística descriptiva, esta herramienta ayudó a obtener resultados preliminares sobre la frecuencia de cada uno de los géneros programáticos en la barra semanal; asimismo, permitió evaluar si la manera en que se autodescribe la emisora tiene que ver con los tipos de contenido que programa.
- b) La realización de preguntas abiertas a informantes clave, con cuestionarios semiestructurados que pudieran evaluar indicado-

23 Aunque se trata de dos nociones que no pueden analizarse de manera disociada, se dividieron en este esquema por razones didácticas.

res específicos. El siguiente cuadro sintetiza la clasificación realizada en el trabajo de campo.

CUADRO 11. Utilidad social de los contenidos.

Contenidos	Utilidad social
<p>Categoría 1: función informativa</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Promueven el derecho a la comunicación y la libertad de expresión que tienen los ciudadanos.</p> <p>Comunican asuntos públicos a los ciudadanos, en cuanto a educación, salud, cultura, ciencia e información que ocurre a nivel mundial y local.</p> <p>Toman en cuenta el punto de vista del ciudadano; se diseñan con base en la expresión plural de la diversidad que constituye la nación.</p> <p>Buscan creatividad en nuevos formatos.</p> <p>Atienden la demanda de públicos minoritarios y mayoritarios.</p> <p>Difunden la información con apego a prácticas de independencia editorial.</p>
<p>Subcategoría a) Pluralidad de la información</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Tienen como objetivo reflejar los diferentes mundos de vida de los ciudadanos, así como sus perspectivas políticas y culturales sobre asuntos sociales.</p> <p>Buscan hacer visibles intereses sociales y políticos de grupos minoritarios.</p> <p>Ayudan a favorecer la heterogeneidad de opiniones, posiciones y procesos de construcción cultural autónomos.</p> <p>Son reflejo de las diversas visiones de lo local, regional, nacional y supranacional.</p>
<p>Subcategoría b) Diversidad de la información</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Intentan mostrar corrientes políticas, religiosas o filosóficas vigentes en la sociedad.</p> <p>Tienen la intención de reconocer las vidas de los ciudadanos.</p> <p>Contribuyen a prevenir estereotipos y prejuicios, ya sean de clase social, pertenencia étnica o cualquier otra índole.</p> <p>Buscan vincular a organizaciones que atienden cuestiones de diversidad.</p>
<p>Categoría 2: Función educativa</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Tienen la intención de fomentar la educación formal y no formal (al ilustrar el aprendizaje de la cultura general).</p> <p>Tienen el objetivo de ayudar a fortalecer la autoestima de los escuchas por medio de la participación, reflexión, reconocimiento a sus experiencias de vida, etcétera.</p>

(Continúa)

(Concluye)

Contenidos	Utilidad social
	<p>Mediante las narrativas ayudan a los escuchas a enfrentar los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar (salud, rendimiento escolar, drogas, delincuencia, violencia familiar, calidad en la relación afectiva, etc.).</p> <p>Tienen la intención de despertar la reflexión y el cuestionamiento del escucha.</p>
<p>Categoría 3: Función cultural</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Buscan mediante sus narrativas enriquecer el bagaje cultural del público.</p> <p>Tienen la intención de construir y promover la identidad nacional; justicia e igualdad social; tolerancia; diversidad cultural; cuidado del medio ambiente; protección a la niñez y la tercera edad, mujeres y otros grupos vulnerables.</p> <p>Buscan, mediante sus narrativas, integrar la fragmentada vida urbana a través de imágenes que sean capaces de articular estética, conocimiento y disfrute de la vida.</p> <p>Intentan contribuir a la alfabetización de la sociedad en los nuevos lenguajes y escrituras audiovisuales.</p> <p>Tienen la intención de ayudar a mejorar la calidad de vida por medio de la competitividad, el profesionalismo, la innovación y el impacto social.</p>
<p>Categoría 4: Función de entretenimiento lúdico</p> <p>Indicadores de medición-los contenidos y la programación</p>	<p>Mediante las narrativas (culturales, informativas, musicales y artísticas) tienen el objetivo de construir vínculos afectivos con otros individuos que comparten problemas similares cotidianos y diferentes modos de vida.</p> <p>Realizan estrategias de programación que fomenten la cultura, la educación y la discusión de asuntos públicos.</p> <p>Apelan a valores cívicos y respeto a los derechos de los escuchas (humanos, de género, entre otros).</p> <p>Contienen narrativas que facilitan la claridad y explicación de los datos.</p> <p>Tienen la intención de motivar a que la audiencia mantenga el interés de la narración y en los programas musicales y culturales, como Radioarte.</p> <p>Buscan generar un sentimiento de gratificación y orgullo en la audiencia.</p> <p>Intentan ayudar a ser satisfactorios (informativos, musicales, culturales) útiles y aportadores para la vida cotidiana de los escuchas.</p> <p>Relacionan a diferentes actores sociales dentro de su estructura narrativa (cultural, musical e informativa).</p>

FUENTE: elaboración propia.

5. *Medición de la utilidad social de los contenidos.* Para evaluar la función social se realizó un trabajo descriptivo de la programación a partir de la clasificación de datos. Para ordenar la información y responder a nuestra pregunta, primero se evaluaron las funciones sociales de la programación (véase el cuadro 11). Como ya lo mencionamos, los programas infantiles se analizaron de manera independiente porque tienen lenguaje y formato diferentes, y el escucha-meta es heterogéneo. Para evaluarlos consideramos la articulación y la estabilidad de las producciones en la barra programática, porque un programa es pertinente en proporción al conjunto de la programación y con base en el tiempo que este tenga al aire en la emisora.

El análisis descriptivo de las funciones sociales de la programación se comparó con la información obtenida a partir de las entrevistas hechas a los realizadores, con el fin de contrastar la información obtenida por ambos métodos.

Tercer periodo de estudio. Trabajo cualitativo/interpretativo. El trabajo descriptivo de la programación se fue tejiendo mediante entrevistas a los realizadores y algunos responsables de la programación y producción. La mayoría de las entrevistas fueron semiestructuradas, lo cual nos permitió la obtención de datos de manera dinámica y de fácil acceso a conversaciones cuya información apuntara al objetivo de la investigación.

Como afirma Cornejo, la entrevista semiestructurada es un instrumento cualitativo que “puede desarrollar encuentros reiterados cara a cara entre el investigador y los informantes, dirigidos a la comprensión de la perspectiva que tienen estos últimos respecto a sus experiencias o situaciones, tal como las expresan con sus propias palabras” (2007: 199). Se trata de una técnica que intenta incluir a los actores sociales en la comprensión de un objeto de estudio.

Como explicamos, la información obtenida nos serviría para conocer cómo participan en las actividades de la emisora y contribuyen a producir contenidos de utilidad social, ya que esta se constituye en un

referente simbólico presente en los realizadores y en quienes laboran en Radio Educación.

También, como ya se mencionó, en este trabajo estudiamos al servicio público desde la perspectiva del programador o productor y no desde la audiencia. La elaboración del trabajo cualitativo/interpretativo se desarrolló de la manera siguiente:

Diseño de las entrevistas. Las entrevistas a informantes clave se confectionaron paulatinamente. Primero, mediante un estudio de observación y selección; sus entrevistas disiparon dudas y proporcionaron información valiosa. La entrevista fue de gran ayuda porque, como ya lo mencionamos, al no haber una política de programación ni políticas institucionales definidas en la emisora, la directriz de los contenidos la decidían en gran medida los realizadores de los programas y el director general, quienes llevaban a la práctica conceptos abstractos como pluralidad o diversidad al crear mecanismos de participación. En estos trabajadores recaía también el compromiso social de la emisora para establecer los vínculos con la sociedad, entre otros aspectos. Asimismo, era importante conocer sobre los problemas a los que se enfrentaban cotidianamente en el proceso de realización y saber de qué características estaba conformado. Por ejemplo, cómo decidían a quién hablar cuando no hay estudios de audiencia o cómo decidían los mecanismos de retroalimentación.²⁴

Fueron analizados de acuerdo con su papel estratégico en la emisora como productores, colaboradores o directivos de Radio Educación durante octubre de 2005. Se buscó una muestra por saturación. En total fueron ocho entrevistados con los que se conversó más de una vez. Cinco de ellos eran productores y tres eran encargados de alguna área de producción en la emisora durante ese año; dos eran coordinadores de producción, y uno, editor. No se consideró la edad, el género ni la profesión; tampoco su antigüedad en la emisora por no considerarlos indica-

24 Solo hay estudios sindicados de audiencia, pero no llevados a cabo por la emisora.

dores importantes para el estudio. El único requisito era que hubieran trabajado en la estación durante octubre de 2005.

Las entrevistas se llevaron a cabo en tres momentos. El primero consistió en tres etapas: la primera fue durante la fase exploratoria de esta investigación. La segunda, cuando hicimos un acercamiento más profundo al estudio de campo entre octubre de 2008 y enero de 2009. En esta etapa los cuestionarios fueron mejor estructurados y más precisos sobre cómo la emisora reflejaba las funciones y principios de servicio público. Los cuestionarios se hicieron a partir de indicadores obtenidos y de la definición de servicio público de radio que se expuso en el capítulo II.

En un segundo momento identificamos algunos indicadores que conceptualizaban cada una de las funciones de los contenidos (información, educación, cultura, entretenimiento, pluralidad de la información, diversidad de la información, participación, etc.). Estos indicadores se transformaron en cuestionarios. Por ejemplo, para la subcategoría de pluralidad de la información revisamos su definición e identificamos los indicadores que lo caracterizan; cada uno constaba de una o varias preguntas.

Ordenamos los cuestionarios en distintos bloques temáticos:

1. Datos biográficos y profesionales
2. Concepto de servicio público
3. Función social de los contenidos: función cultural, educación, información, entretenimiento
4. Funciones sociales en los contenidos de la programación infantil
5. Características de lo público en los contenidos: pluralidad, diversidad, participación, autonomía editorial
6. Características de los contenidos
7. Valores sociales de los contenidos
8. Articulación y estabilidad en la barra programática
9. Proceso de producción y elaboración de guiones

10. Relación con la sociedad: audiencia, compromiso social de los realizadores y la emisora
11. Políticas institucionales: capacitación, políticas de programación, política editorial, estructura laboral, asignación de recursos y producciones

El tercer momento consistió en encuentros con solo algunos entrevistados, quienes podían proporcionar información más específica. Una ventaja de trabajar con una muestra relativamente pequeña nos permitió aproximarnos al campo de estudio mediante entrevistas semiestructuradas para ampliar nuestra perspectiva. Incluso nos sirvió para contrastar lo que los realizadores decían de la forma en que producían en las cabinas. Aquí la técnica de la observación nos ofreció datos relevantes.

Cuarto periodo de estudio. Cruzamiento de datos descriptivos y cualitativos. Tras haber realizado el análisis cualitativo de las características que fomentan los contenidos de Radio Educación, fue necesario un cuarto periodo de estudio donde se contrastaran los argumentos de los entrevistados con datos estadísticos encontrados en la programación. Se buscaban dos cosas primordialmente:

1. Medir con datos estadísticos los grupos sociales y las instituciones más representadas en los programas que participaban en la programación, y que nos permitiera conocer las formas de participación de la audiencia para saber cuáles eran los valores sociales más referidos en los contenidos del *corpus*.
2. Contrastar los resultados estadísticos con los argumentos proporcionados por los entrevistados para evitar basarnos solamente en las interpretaciones hechas por los realizadores de los programas. Este periodo se desarrolló entre diciembre de 2009 y enero de 2010.

Los resultados estadísticos nos brindaron descripciones parciales de la información obtenida, por lo que no fue posible evaluar las cualida-

des de las funciones de información, educativa, cultural y de entretenimiento.

La explicación de esta estrategia metodológica fue necesaria para construir el *corpus* que proveyera herramientas para analizar de manera más concreta las funciones de la emisora, relacionadas con la producción y difusión de contenidos.

PRINCIPIOS Y FUNCIONES SOCIALES DEL SERVICIO PÚBLICO EN RADIO EDUCACIÓN

EL CONCEPTO DE SERVICIO PÚBLICO EN EL IMAGINARIO SOCIAL DE LOS REALIZADORES

La identidad de un medio se refleja en la conformación de la significación social de su discurso; por ello, y de acuerdo con la metodología propuesta, en este apartado expondremos los resultados de las entrevistas realizadas. En específico nos interesó conocer cómo conceptualizaban la noción de servicio público y la manera en que esta se representaba a través de sus experiencias en las actividades cotidianas de la emisora.

Cuando se les preguntó a los realizadores si Radio Educación es un medio de servicio público, inmediatamente lo relacionaron con cinco cuestiones: el hecho de diferenciarse con la oferta y los contenidos de los medios comerciales; la orientación de los contenidos hacia el interés público y la utilidad social; la cimentación del perfil cultural de la programación; la construcción histórica de un discurso propio en la emisora; y la apertura de la emisora a la digitalización e innovación tecnológica y la reglamentación que ellos mismos crearon para operar.

Antonio Calderón, coordinador de producción, relaciona esta noción principalmente con el perfil de los contenidos; para ellos, el valor de lo público se encuentra sobre todo en el desarrollo de los contenidos:

Radio Educación es una emisora de servicio público, ya que los contenidos que produce y transmite no están orientados por un interés comercial, se basan en la información de interés público y en objetivos educativos y culturales. Radio Educación no basa su éxito en medidas de *rating*, sino en el servicio y orientación que pueda proveer a sus oyentes a través de sus programas (entrevista, 2008).

Este testimonio apunta a dos aspectos fundamentales del servicio público. En primer lugar, el quehacer cotidiano de la emisora se relaciona con el interés público, concepto que, como dijimos, tiene que ver con la manera en que los contenidos informativos, culturales y sociales benefician a los distintos grupos de una sociedad. Desde esta perspectiva, los realizadores buscan proveer insumos de información útiles para sus audiencias. En segundo lugar, establecer una diferencia entre lo comercial con el *no lucro* era fundamental para definir al servicio público. Es interesante resaltar que estos dos factores están presentes en los modelos de radio pública en el mundo que igualmente aquí se han revisado.

Los realizadores identificaron el perfil de la emisora más con la función cultural que con la educativa; esto, según Calderón, estaba reflejado en la programación desarrollada por la radiodifusora a través de los años:

Radio Educación se ha hecho una radio más cultural –en el amplio sentido– porque hay una carencia por parte de la emisora como radiodifusora educativa. No hay una política que una el trabajo de Radio Educación con el sector educativo. Radio Educación está sectorizada a la SEP, pero solo por nombre. Parece que está desarticulado en la realidad. Por tal motivo, ha visto otros horizontes de programación y los ha encontrado en lo cultural (entrevista a Calderón, 2008).

En el capítulo III se explicaron las razones por las cuales Radio Educación decidió desarrollar un perfil más cultural. Fue parte de una diná-

mica cimentada desde sus inicios e impulsada por los primeros directores y realizadores de la emisora en la década de los setenta. Un perfil que, como se verá más adelante, trataba de identificarse con la promoción de la identidad nacional, la justicia, la igualdad social, la tolerancia, además de otros conceptos que no solo se asemejan con la difusión de las bellas artes, sino que además apoyaban el rendimiento escolar y los valores cívicos y sociales, así como otras expresiones de la cultura.

Pero también Calderón mencionó que, en la historia de Radio Educación, la programación de la emisora había sido más cultural que educativa por una razón conceptual: “En todo este proceso de comunicación, es muy difícil que los programas sean educativos. Los pueden ser de partida, pero en el proceso de comunicación existe la socialización del conocimiento y ahí deja de ser educativa solamente” (entrevista a Calderón, 2008). Sin embargo, su apreciación es que debía regresar a la vocación educativa, punto de partida de la emisora.

La idea anterior se respalda con el análisis de programación que mostraremos más adelante; ahí se podrá observar que 52% de la programación estaba dedicada a contenidos culturales, mientras que 7%, a aquellos educativos.

Esto muy probablemente se explica porque, de acuerdo con el mismo entrevistado, la función educativa no se veía como un componente para fortalecer la educación formal, sino que se entendía como educación cívica o pedagogía social, atributo de la emisora el entender la educación desde una perspectiva más holística. Al respecto, comenta Calderón (2008):

La cápsula *Irradiando; mujeres interactivas* refuerza la legitimidad social de la emisora al dotarle a la gente de información sobre salud reproductiva, cáncer o qué servicios le puede proporcionar el Estado para tratarse, qué hacer o no hacer en caso de violencia intrafamiliar [...] Además, se busca que haya cupones especiales para servicios de salud.

Para el estadounidense James Lull (2007), esta forma de educación en los medios provee de recursos a la mujer para intervenir en el mundo, influenciar las realidades políticas e ideológicas que las confrontan y contribuye a mejorar la vida social. Es una educación que cuenta con recursos simbólicos, está más disponible para la gente y es poderosa.

La función educativa en Radio Educación va definitivamente de la mano con la función cultural, y parece ejercer otras tareas más allá de ser un apoyo para la educación escolar, pues las emisiones pretenden mejorar la calidad de vida de los radioescuchas. Este concepto es justamente el que sistemas de radio pública en otras regiones del mundo, como las que revisamos en el capítulo segundo, han tratado de modelar en sus emisiones. En el mismo apartado mencionamos cómo Fuenzalida ha sido uno de los autores latinoamericanos quien ha definido el *deber ser* de los programas educativos como aquellos que contribuyen a enfrentar “los problemas y carencias de la vida cotidiana en el hogar” (2000: 111). Para él, los contenidos educativos tienen que ser lúdicos –incluso festivos; no solo deben reforzar la enseñanza escolar, sino que deben ser críticos y ayudar a ampliar la visión del mundo de los radioescuchas.

Para Calderón, este esfuerzo se refleja en la planeación de la producción de los programas de Radio Educación; los realizadores usualmente piensan en los valores que se van a discutir en los contenidos, aunque reconoce que se necesita ampliar la gama de valores a tratarse en los programas, sobre todo aquellos como honestidad, trabajo o la salud relacionada con el deporte: “Por la misma naturaleza de los programas y la definición de los proyectos, aunque a veces se olvide en el camino, siempre se piensa en que los valores se van a tejer. En series de 52 programas, no hay mayor idea de lo que harás en el programa 25, pero sí se toman en cuenta los valores y esto trasciende” (entrevista, 2008).

Es cierto que falta ampliar la gama de valores a tratar en los programas porque contribuye a fortalecer nociones como la identidad y la

cultura, lo que es uno de los mayores propósitos de Radio Educación. Pero también es pertinente reconocer que la emisora produce programas como *ProSol*, en los cuales se discute el valor del trabajo en las cooperativas y en el llamado tercer sector (las ONG's).

Desde los comienzos de la emisora, la función cultural se ha ido fortalecido con la diversidad en la programación musical, la cual es muy especializada y variada debido en parte a la profesionalización de los ocho programadores. Según Calderón (2008), la música tiene un lugar preponderante en la programación, ya que existe una oferta de ritmos y estilos regionales de México y el mundo, y es música que poco se escuchaba en otras emisoras estatales del país. El productor Daniel González concuerda en este punto con Calderón, y agrega que la emisora fue pionera y ha sido constante al promover la diversidad de estilos musicales:

Desde el punto de vista cultural y musical, Radio Educación fue plural y multiétnica, mucho tiempo antes de que se hablara incluso de *World Music*. Dado que Julio Estrada fue también director de la emisora; ello garantizó que la música de vanguardia del siglo xx encontrara mejor cobijo aquí que en Radio UNAM o la otrora XELA (entrevista, 2008).

No cabe duda de que Radio Educación es una de las estaciones con mayor variedad de música en el cuadrante, pero esto no quiere decir que la música sea totalmente diversa; existen aún algunos ritmos de música popular que no se escuchan en la estación, y es notorio, a simple vista, que la mayor parte de la programación musical sigue favoreciendo a la “alta cultura”.

Otra de las formas que ha fortalecido la programación cultural de la emisora es la información sobre las actividades culturales en la zona metropolitana. *Su casa y otros viajes* es probablemente el único noticiario en el país que ha sido referente en el ámbito de la cultura por varias décadas, y es de los pocos informativos dentro de los medios estatales y

culturales que dedica un espacio específico para difundir este tipo de eventos culturales.

Cabe mencionar que, de acuerdo con nuestros entrevistados, *Su casa y otros viajes* es escuchado por personalidades muy influyentes en el ámbito de la cultura nacional, y es una de las maneras más efectivas por la cual los ciudadanos se pueden enterar de la vida cultural en la Ciudad de México.

Empero, si bien el programa ha sido importante para la vida cultural de la zona metropolitana, para varios de los entrevistados, como Calderón (2009), el término de cultura parece atender más a la llamada “alta cultura” que a manifestaciones de la cultura cotidiana o alternativa.

Aparte de *Su casa y otros viajes*, Radio Educación fortaleció su programación cultural con la experimentación de géneros como Radioarte, las nuevas narrativas de producción dramática y, en opinión de Perla Rodríguez (2009), subdirectora de producción y programación, con ello se amplió el espectro de pluralidad en la estación al contar con la visita de productores extranjeros que trabajaron con realizadores nacionales. Radioarte fue sin duda una contribución de la administración de Lidia Camacho y ha sido referencia para otras radiodifusoras como Radio UNAM, Radio Ibero y Opus 94. Daniel González (2008), productor en la emisora, incluso considera que ha ayudado a diversificar los contenidos y formatos:

Durante cinco años participé, primero, en la redacción de los guiones y, después, conduje *El arte de escuchar el radioarte*, creado por la entonces directora Lidia Camacho. El programa se dedicó a difundir este género radiofónico de vieja historia en todas sus modalidades (poesía sonora, paisaje sonoro, Hörspiel, instalación sonora, etc.) [...] Infinidad de obras se transmitieron semana a semana todos los miércoles. Se entrevistaron a personajes esenciales, se dio espacio a lo que en México y Latinoamérica se hace al respecto (entrevista, 2008).

Sin embargo, de acuerdo con González, en ocasiones la programación, como es el caso de la serie *El arte de escuchar el radioarte*, no se socializaba adecuadamente, ya que no tenía una difusión apropiada:

El acervo de este programa, que contó siempre con una sólida investigación a cargo de Alfredo Ramírez y Sandra Vázquez, representa un caso único donde se presentaron obras completas de clásicos y contemporáneos, influencias y antecedentes. Pero como muchos otros programas de Radio Educación, quedan reducidos a un espacio en la bodega. Es interesante preguntarse por qué no ha hecho la estación *podcast* de sus múltiples y legendarias emisiones (entrevista a González, 2008).

Queda claro que el Radioarte fue impulsado por Radio Educación y se suma a las contribuciones de programación de la emisora; su formato aprovecha las ventajas de difusión de internet. Sin embargo, es un género cuya definición es en ocasiones ambigua; no todo lo que se juzga como Radioarte tiene un lenguaje radiofónico. En opinión de González, el mejor término para definirlo es arte sonoro:

A pesar de estar delimitado a aquellas emisiones que aprovechan el lenguaje y la tecnología radiofónica para experimentar con los códigos sonoros (voces, ruidos, música), en muchos casos, se considera radioarte una pieza experimental por el simple hecho de haber sido encargada por una estación pública como New American Radio o alguna de las emisoras de la EBU a un compositor de prestigio ligado con la llamada música nueva. No todo lo que se juzga radioarte, como definición, fue hecho bajo las peculiaridades del lenguaje radiofónico y solamente se usó al medio como vehículo de transmisión. Prefiero, entonces, el término más genérico e inclusivo de arte sonoro, estrechamente ligado con las vanguardias pictóricas, literarias, cinematográficas y musicales del siglo xx. Ahora, el radioarte rebasa fronteras y antes que la tecnología radial, aprovecha el internet como medio de intercambio y de creación

colectiva entre artistas que nunca se han visto (entrevista a González, 2008).

No obstante los múltiples aciertos de la programación cultural, el dinamismo, y muchas veces la calidad de los contenidos, dependen en gran parte de los recursos de producción; para Calderón, esto también obedece a las decisiones del productor y de su diseño de programación: “En producción cultural varía de programa en programa. En *Circo, maroma y libros* hay muchas voces y dirección de escena. Los recursos de producción son vastos. El problema es que los productores no dejan que otros espacios programáticos entren” (entrevista, 2008).

Carmen Limón, directora de producción y planeación, comentó que el perfil cultural de la emisora se robusteció durante este periodo debido a la cercanía de Camacho con Sara Bermúdez, directora del Conaculta (entrevista, 2008). Esto indica que, a pesar de que se apoyó la programación cultural durante este periodo, se hizo de acuerdo con la visión y los criterios del director en turno. No hubo una evaluación profunda de las necesidades de la audiencia o del rol de la emisora en el contexto nacional. Pudo haber aciertos en esta programación; sin embargo, se observan prácticas autoritarias y arbitrarias que limitan su función social como radio estatal.

Para otros productores, como Guadalupe Cortés, el concepto de servicio público estaba también ligado a *la construcción histórica de un discurso propio* de la emisora reflejado en la programación. Ella comenta que Enrique Atonal jugó un papel muy importante al contribuir a conformar un discurso propio de la emisora en sus actividades cotidianas; ya que él sentó las bases de la programación: principios y valores y formó a una generación de productores jóvenes:

Los discursos están en las artes. Enrique reconstruye este discurso. Luis Echeverría promociona el discurso de que México es parte del Tercer mundo, y entonces Enrique dice: “La tercera posibilidad en la radio”. Él

mete a Tito Vasconcelos, a María Eugenia Pulido. Genera las bases de lo que hoy es Radio Educación. Él integra el equipo que está hoy. Estaba Ortiz Padilla, que venía de la W. Mezcló la vieja experiencia en la producción. Esas voces elegantes con la frescura de las nuevas generaciones... (entrevista, 2009).

Desde entonces, fue un discurso creativo y contestatario al contexto autoritario nacional y mundial, expresa Cortés. Este discurso apelaba a la diversidad cultural y política y reflejaba las nuevas conversaciones de la cultura en los contenidos, tanto de la música como del arte y lo social; en él había un encuentro intergeneracional que se veía reflejado en la producción. La programación se fue construyendo con el principio de calidad en la producción. Continúa Cortés:

Enrique Atonal pone las bases, las cuales no necesariamente empatan con la teoría jurídica; no son recetas, sino de principios y valores. Hay mucha información musical en esos momentos. Lo que nos influye es el “movimiento”. El cine ya no tiene que ver con Cantinflas sino con temas que tienen que ver con el cuerpo. La cultura es una transformación...

Enrique quiere que exploremos todo. Y de ahí se habla de todo, pero la regla es romper las reglas. La única regla que existe es calidad. Nos metemos con todo: música ranchera, huapangos, blues, etc., porque la cultura está en todos lados y hay que explorarlo.

Luis Echeverría llega al poder y quiere conquistar a todos y reconciliarse con todos. Es Latinoamérica de las dictaduras. Nos llega a todo: libertad, equidad, etc., es decir, cultura a través del movimiento (entrevista, 2009).

En efecto, la programación es el elemento nodal mediante el cual los realizadores relacionan a Radio Educación con la noción de servicio público. Para ellos, el concepto de una programación con utilidad social se ha ido construyendo desde los inicios de las transmisiones: “Comenzaré por un

lugar común [dice González] Radio Educación es una estación histórica y legendaria que en más de un sentido inauguró muchos géneros y estilos que hoy escuchamos en el cuadrante. Sin duda ha cumplido cabalmente con los fines bajo los cuales fue creada” (entrevista, 2008)

Lo anterior nos permite entender el esfuerzo constante por traducir los ideales de servicio público en la programación. Los contenidos de utilidad social son cruciales para una radio con este referente, ya que, como se mencionó en el capítulo II, de esta forma la estación pretende cumplir con su responsabilidad social y cultural y con las funciones de informar, difundir la cultura, educar y entretener. Además, al plasmar estos ideales en contenidos de utilidad social, Radio Educación ha contribuido a contrarrestar y cuestionar los valores propagados por el neoliberalismo y el libre mercado, y el Estado mexicano fortalece su presencia en la sociedad como garante de la información y la cultura.

Justo desde este enfoque es que Radio Educación establece su principal compromiso y su responsabilidad con la sociedad como medio estatal, el cual parece estar cimentando sus bases, especialmente las programáticas, como un medio de servicio público.

Pero es cierto, los contenidos tienen que renovarse para continuar siendo útiles a la sociedad. No pueden permanecer estáticos o inamovibles; deben adaptarse a las nuevas necesidades sociales, políticas y culturales de la zona metropolitana y del país para seguir manteniendo un discurso autónomo y atractivo para la conformación de nuevas audiencias.

González consideraba en esos momentos que Radio Educación no podía vivir de los logros del pasado, sino que tenía que hacer una evaluación de su presente y situar sus perspectivas a futuro. Confiaba que este sería promisorio porque había hecho las adecuaciones tecnológicas digitales, lo que a su parecer le permitiría seguir experimentando e innovando: “Radio Educación es de las emisoras de AM que no tendrá problema alguno en transitar hacia la digitalización, pues fue la primera en hacer pruebas con la nueva tecnología, lo que confirmó, una

vez más, su apertura para la innovación y la experimentación” (entrevista, 2008).

Los realizadores asociaban el servicio público con la digitalización e innovación tecnológica, y no la veían como un elemento periférico. González parece no encontrar problemas con la adaptación tecnológica de la emisora ante los nuevos cambios; él más bien los halla en la diversificación de la programación:

La enorme diversificación que presenta hoy la radio mexicana ha relegado el papel de Radio Educación, que, por otro lado, no creo que ha sido capaz de renovarse ni programática ni ideológicamente. El ánimo experimental que en la administración de Lidia Camacho buscó revivir con éxito un viejo camino para la estación, hoy está prácticamente muerto (entrevista, 2008).

Es cierto, en ese momento, para los realizadores, el cambio tecnológico no significaba una barrera y veían con interés que este podría beneficiar el desarrollo del servicio público en la emisora. Más allá de los deseos, había ciertas condiciones políticas y económicas para que esto ocurriera: Camacho tenía la visión de transmitir y no solo producir vía digital. De acuerdo con los testimonios de los realizadores, la digitalización se pudo llevar a cabo porque existía un trabajo cercano de la directora con el gobierno federal y la evidencia estaba en el hecho de que habían llevado a cabo las pruebas digitales en la emisora.

Al igual que González, Rodríguez consideraba inminente que Radio Educación se mantuviera en la vanguardia tecnológica para seguir siendo una estación de servicio público, ya que además tenía en puerta otros retos muy particulares: “Seguir fortaleciendo la programación con nuevas sonoridades; diversificar más la audiencia; exigir la generación de nuevos contenidos, nuevas propuestas y estrategias que ocupen las tecnologías de información y por supuesto de seguir pugnando por contenidos que se apeguen a la identidad nacional” (entrevista, 2009).

Sin embargo, podemos decir que los beneficios de la digitalización de los equipos de producción no siempre inciden en la creación de nuevos programas que apelen a audiencias más diversas; tampoco todas las producciones aprovechan las nuevas herramientas tecnológicas para presentar propuestas con estructuras narrativas mejor editadas y con menores errores (sonido, transiciones, musicalización, etc.).

En la actualidad, producir de manera digital está asociado con una nueva forma de comunicar los asuntos públicos y con la difusión de la cultura entre comunidades locales y globales; también facilita y promueve la discusión de los contenidos. Para Martín-Barbero la tecnología “rearticula las relaciones entre comunicación y cultura” (2001a: 33), contribuye a exponer la cultura, acelera e intensifica su interacción, visibiliza y valora grupos étnicos que habían sido “folclorizados” y activa sobre todo la experiencia creativa y la competencia comunicativa de cada cultura (2001a: 134).

Es un hecho que para González y Rodríguez la innovación tecnológica es un elemento crucial para que Radio Educación continúe realizando actividades de servicio público. Sin embargo, la innovación de la emisora no solo tiene que ser en el plano de la experimentación sonora, sino también en lo informativo y en la atención y visibilidad que se brinden a otros sectores minoritarios y mayoritarios; asimismo, en diversificar las conversaciones sobre asuntos públicos como medio ambiente, política internacional, cultura popular, entre otros. La innovación no es solo en la programación, sino también en el ámbito administrativo, regulatorio, y en la autonomía política de la emisora (por ejemplo, poner en marcha políticas de programación, administrativas, laborales, de relación con los escuchas, etc.); además en crear nuevos y mejores vínculos de comunicación con las audiencias para buscar otras formas de participación social en la radio.

Es interesante observar que en el discurso de los realizadores no se plantea la necesidad de elaborar reglas y políticas de programación en las que se defina e institucionalice su noción de servicio público al

mismo tiempo que en las prácticas cotidianas de la emisora; tampoco se cuestiona fortalecer su autonomía política y económica. Es importante subrayar estas omisiones en las narrativas de los entrevistados, ya que, para los realizadores, dichos factores no parecen ser un problema en el desempeño de la radio.

A pesar de que ellos mismos mostraron constante preocupación sobre los contenidos y se asumían como una radio independiente del poder político, las decisiones del Ejecutivo afectaron a la emisora y la pusieron en situación de vulnerabilidad frente al poder político. Recordemos que Radio Educación ha sido en ese y otros sexenios una de las voces que ha reclamado al Estado tener un marco jurídico que los reconozca.

Aparte de relacionar el concepto de servicio público con la trayectoria histórica de la emisora en cuanto a la construcción de un discurso propio en su programación –especialmente cultural– y de otros aspectos como la innovación tecnológica, los realizadores tienen en cuenta un aspecto más: la institucionalidad.

De acuerdo con Cortés, existen dos razones por las cuales Radio Educación es una emisora de servicio público. En primer lugar, porque la emisora pertenece al aparato administrativo del Estado y tiene un mandato con los Acuerdos 21 y 203 firmados en 1978 y 1994, y el catálogo de puestos en 2004.²⁵ Asimismo, lo relaciona con la voluntad política que mostraba el entonces director Granados Chapa:

Radio Educación no tiene marco jurídico. Llega Granados Chapa como director. Le escribe a Solana el Acuerdo 21 en 1978. Es quien le da vida jurídica a la emisora. Aprovecha que Solana es secretario de Educación y con quien lleva estrecha amistad. Aquí se le da su función de *servicio*

25 En el capítulo III se explicaron estos acuerdos: el Acuerdo 21 dictamina la descentralización de la emisora; el 203 refrenda el perfil cultural y cívico de Radio Educación; el catálogo de puestos, en 2004, le da base administrativa a más de cien trabajadores.

público. En este país a la función del servicio público se le da un sentido administrativo [...] Es una radio tan bien nacida que había un concepto, un principio, que era el servicio público, y Granados Chapa le da mandato (entrevista, 2008).

En segundo lugar, para Cortés la institucionalidad de la radio en México es muy diferente a la de los países europeos y no se puede esperar tener un marco jurídico similar. En México, dice, José Vasconcelos le otorgó la institucionalidad a la emisora al fundar la radio estatal:

El servicio público existe como término administrativo. No podemos empatar con lo que se habla en Europa y lo que está vinculado con las radios libres. Es otra historia. Nuestro origen es diferente. La radio tiene dos vertientes desde su origen: la comercial y la de Estado [...] José Vasconcelos vio un gran potencial del que el país se pudiera construir. Esto lo dio como un origen a la radio pública. El proyecto comercial ganó, pero lo otro siempre existió (entrevista a Cortés, 2008).

Resulta interesante observar cómo, en el imaginario de los realizadores, la institucionalidad es un elemento clave que conceptualiza al servicio público, dada la ausencia de una ley que lo definiera; al no tener cabida en la Constitución, ellos hicieron una interpretación propia de acuerdo con el carácter administrativo estatal de la estación.

Cortés asocia la institucionalidad con el hecho de que haya acuerdos administrativos, pero estos no contemplan los múltiples aspectos que contiene un marco jurídico que define el servicio público de radio-difusión. Como se mencionó en el capítulo II, el marco jurídico es el primer elemento que le da el carácter de público a un medio y es lo que define e institucionaliza su función de servicio público; por lo que los acuerdos o reglamentos son solo parte de una normatividad, pero no son suficientes para que se pueda considerar la naturaleza del servicio público a partir de ellos.

Sin embargo, rescatamos esta interpretación que los realizadores hacen de la institucionalidad por ser uno de los cimientos sustantivos que respaldan y organizan procesos de comunicación. En el caso de los medios de servicio público, por ejemplo, Martín-Barbero comenta que la institucionalidad “desde el Estado configura a los medios de comunicación como servicio público” (2001a: 36), y previene que el mercado convierta valores como la libertad de expresión en libre comercio. “Al mediar en la constitución de lo público y en el reconocimiento cultural, la trama institucional de la comunicación forma parte del lazo ciudadano” (2001a: 37). Y agrega que, desde el punto de vista del Estado, la institucionalidad es la manera en que el Estado regula los discursos y busca dar estabilidad al orden constituido, y desde la perspectiva de los ciudadanos –mayorías y minorías– los discursos “buscan defender sus derechos y hacerse reconocer, esto es reconstituir de manera permanente lo social” (2001a: 37).

Además, como ya se hemos mencionado, para que lo institucional esté bien constituido debe haber condiciones jurídicas; si estas no existen se propiciarían condiciones desiguales en la operación y la administración del servicio público y, en consecuencia, en la regulación de sus discursos.

Para los realizadores, la *función informativa* de la emisora juega un papel sustancial en la conformación de la noción de servicio público; principalmente se caracteriza porque los productores, guionistas y operadores buscan que los contenidos sean críticos y diferentes a aquellos de los medios comerciales y oficiales. Incluso tienen un planteamiento ideológico sobre la programación; este se ha ido construyendo desde los inicios de las transmisiones y, en ocasiones, favorece el discurso autónomo de la emisora y su relación con los escuchas, pero otras veces lo conduce a rutinas informativas sesgadas que limitan la contribución de la emisora para potencializar la conversación en el espacio público.

En primer lugar, los realizadores tienen una *visión latinoamericana* de la información. En la década de los setenta esta perspectiva estaba mucho más arraigada porque había una red de reporteros en toda Amé-

rica Latina; aunque en años recientes se ha ido desarticulando (actualmente todavía está la comentarista Frida Modak), existe una clara preferencia por cubrir noticias de la región latinoamericana.

Al desarticulase estas redes de información en América Latina, Radio Educación tuvo que fortalecer la pluralidad de fuentes con la agencia de noticias Notimex y con los despachos de información de las corporaciones de radiodifusión pública Radio Nacional de España y Radio Netherlands. Además, en este periodo se transmitía el servicio noticioso de Radio Francia Internacional y dos programas informativos de BBC Mundo.²⁶ Si bien estas tenían un estilo distinto de hablar al de Radio Educación, su visión era importante ya que la emisora no contaba con muchos especialistas internacionales. Según Gabriel Sosa, subdirector de información en este periodo, “solo hay siete reporteros, lo cual restringe la visión nacional e internacional” (entrevista, 2008).

Es claro que en la emisora hacían falta más corresponsales nacionales e internacionales que captaran la voz de los ciudadanos en sus historias de modo que se visibilizara a una mayor diversidad de grupos sociales del país.

De hecho, en este periodo no había corresponsales directos en los estados (pagados por Radio Educación); sin embargo, cuando ocurrían eventos muy importantes participaban colaboradores de otras radios estatales, culturales, comunitarias de México u otros medios públicos del mundo. Solo en circunstancias y eventos especiales llegaba a haber reporteros enviados por Radio Educación; por ejemplo, cuando se cubría algún festival de cine en otro Estado o en festivales como el Internacional Cervantino, o la tradicional cobertura al Encuentro de jaraneros y decimeros en la Huasteca. Un punto importante para autorizar un enviado era la disponibilidad de recursos para viáticos, si la

26 Sin embargo, el intercambio de visión no era recíproco, ya que ni la BBC ni Radio Francia Internacional solían difundir noticias de Radio Educación, debido a los niveles de calidad y estilos propios de dichas corporaciones.

fuente tenía facilidades para ello se autorizaba que el reportero o el equipo de producción asistiera.

De acuerdo con Sosa (entrevista, 2008), los redactores no solo se confiaban en las agencias nacionales, sino que contrastaban la información. En Radio Educación había dos mesas de redacción, la de información y la de información cultural, que estaban integradas por redactores, reporteros, coordinadores y jefes de información.

La información se promovía de múltiples maneras: monitoreo de radio y televisión, monitoreo de todos los diarios nacionales a los que se tenía suscripción, portales de noticias, agencias informativas, oficinas y boletines de prensa, contactos de los reporteros y redactores, entre otras fuentes. Esto se debía a que los reporteros de Radio Educación no compartían el “oficialismo”, tan característico de muchos noticieros mexicanos.

A pesar de lo escaso de las fuentes, en opinión de Sosa, la información sí lograba una visión crítica y plural del hecho informativo; por ejemplo, se transmitían noticias que se ignoraban en otros medios.

Para los realizadores de noticias, de esa manera se contribuía a ampliar la pluralidad en el espacio público: se daban noticias sobre organizaciones obreras, campesinas, educación, etc., se le otorgaba voz a las personas que tenían una perspectiva crítica ante sucesos noticiosos. Según Sosa, además el público lo exigía:

Los noticieros de Radio Educación son espacios informativos independientes. Había un manejo sobre todo a un lado de la oposición, y en ocasiones eran favorables a los partidos de izquierda. Esto formaba parte de las discusiones hacia dentro de la institución. Pero dentro de la oferta informativa del DF llegaba a ser una opción, porque en tiempos de Fox, los noticieros eran bastante gubernamentales y favorecían al PAN [...] Si tenían un invitado de derecha, el auditorio mandaba llamadas en contra de la persona (entrevista, 2008).

En la estación se procuraba que existieran diferentes líneas editoriales. Al igual que Sosa, el coordinador de producción, Antonio Calderón, consideraba que estas comulgaban con ideologías de izquierda, pero no sometidas a criterios institucionales: “No habrá un programa en donde se esté en contra del aborto, pero sí habrá una persona que opine de tal manera, por lo cual la línea es diversa” (entrevista, 2008).

En ese periodo, la concepción de pluralidad estaba sesgada por una ideología de izquierda, incluso en ocasiones esta se confundía con militancia. Pero el hecho de que la programación de la emisora se identificara con estas ideas no quería decir que existiera una amplia pluralidad en la información; entre otras cosas, porque rara vez había diferentes puntos de vista sobre un tema y, como ya se mencionó, no había criterios institucionales específicos sobre el tratamiento de los contenidos.

Sin embargo, cabe apuntar que la pluralidad era entendida de esta manera en un escenario en el que el PRI había gobernado más de 70 años y donde la izquierda era oposición y tenía muy poca cobertura mediática, o incluso era estereotipada; esto sucedió también en un sexenio donde el PAN iniciaba como partido en el poder federal y con posiciones conservadoras en temas sociales y culturales.

Además, igual que Calderón, Sosa afirma que había un esfuerzo de los productores por tratar de ampliar la perspectiva de sus contenidos con la finalidad de dar diferentes ángulos de la noticia. Pero esto contradecía a una audiencia cautiva que acudía a Radio Educación, desde la década de los setenta, a buscar determinados tipos de contenidos relacionados con matices de izquierda, a la que le disgustaban las ideas oficialistas y de derecha:

Radio Educación tiene un público cautivo, crítico, de nivel superior, mayor a los 35 años. Es un público muy pasivo y a veces muy participativo, sobre todo cuando son temas sociales. Y tiene que ver con la tradición del tratamiento plural de las noticias desde hace mucho. Por eso

sigue siendo la opción. Antes de 2005, muchos noticiarios se estaban abriendo, y ya no resultaba una opción, pero otra vez se está recuperando (entrevista, 2008).

De estas declaraciones se desprende que esta audiencia, acostumbrada a un estilo radiofónico que muchas veces resultaba ser autocomplaciente, se estaba haciendo vieja. Sin embargo, había optimismo de que nuevos escuchas sintonizaran la estación porque en esos años la emisora empezaba a cambiar sus plataformas tecnológicas. De aquí que había nuevos retos para Radio Educación en cuanto a generar nuevas formas de comunicarse con sus públicos.

Sosa comentaba del profesionalismo de los reporteros y de la información mediada por la visión integral de los mismos por su experiencia como periodistas, lo cual se reflejaba en el hecho que los noticiarios eran mejor escritos que en administraciones anteriores:

Sí hay errores en la trasmisión de datos, pero los reporteros son muy cuidadosos. Tomás Domínguez es un ejemplo de ello. Y con una visión muy integral. En la talacha los noticiarios salen muy al día. Los reporteros llevan muchos años; ayuda el hecho que no haya mucha rotación de puestos para ofrecer mejores noticias (entrevista, 2008).

Sobre este punto, existen diferentes puntos de vista entre los entrevistados en cuanto a su visión sobre los reporteros: unos comentaban que su trabajo es muy improvisado y sesgado, mientras que Sosa defendía la perspectiva integral de los mismos. Carmen Limón consideraba que había algunos programas y conductores que eran sesgados y favorecían el punto de vista de la izquierda: “A veces no estaba de acuerdo con algunos programas, porque caíamos en la discriminación. El que no piensa como yo es un problema. Por ejemplo, en el programa *Del campo y de la ciudad* unos invitados se explayaban promoviendo a López Obrador” (entrevista, 2008).

Nuevamente se evidencia cómo la pluralidad de fuentes es igual a favorecer a las ideologías de izquierda. Al parecer, la pluralidad se confunde con opiniones, preceptos y visiones de los realizadores y entrevistados, que no necesariamente están sustentadas con argumentos o evidencias.

Para Limón (2008) se trata de un abuso a la libertad de expresión. Estas prácticas, que van en contra de los valores del servicio público, afectan el desarrollo de la emisora como una institución que pretende ser un medio público. Rodríguez comparte esta opinión y dice que es un problema que afecta la pluralidad de contenidos: “En la radio pública no puedes opinar porque caes en el cuestionamiento por parte de la audiencia” (entrevista, 2009).

La ideologización de los contenidos –sobre todo los tendientes a una postura de izquierda– no es propia de Radio Educación; otras estaciones públicas y culturales en el mundo también lo han experimentado, y en la mayoría de los casos la razón se explica por el contexto sociohistórico emanado en la segunda parte del siglo xx. Muchos de los realizadores buscaban este tipo de estaciones porque era donde podían encontrar espacios programáticos alternativos y de desarrollo profesional acorde con su ideología. Por ejemplo, Radio Pacífica (KPFA), de San Francisco, vivió esta situación en las décadas de los sesenta y setenta. Los productores estaban divididos entre trotskistas y leninistas, lo cual generaba fuertes tensiones y divisiones dentro de la emisora.²⁷

Pese a una ideologización de las posturas en cuanto a los contenidos, este periodo se caracterizó por establecer una *agenda informativa contemporánea*, donde se discuten nociones como la diversidad y equidad género, protección del medio ambiente, derechos de la niñez, entre otros. Radio Educación sigue vigente al mantenerse e integrarse a nuevas conversaciones sobre asuntos públicos. De acuerdo con Calderón:

27 Lenin Martell, Un viaje por el cuadrante público norteamericano, 1997.

En los noventa se hablaba de feminismo, pero no de diversidad de género. No había claridad en los conceptos y Radio Educación toma esa agenda social en el periodo de Lidia Camacho. Los primeros programas que hacen con esta perspectiva son los producidos por Sonia Riquer y que hablan sobre Simón de Beauvoir. Ahora los temas de género han evolucionado y se tratan desde una perspectiva diferente, que incluye otras perspectivas como las masculinidades (entrevista, 2009).

El tratamiento de las noticias de la agenda nacional ha sido otra de las características donde se puede observar la vigencia de la programación, la cual, según Sosa, intenta cubrir distintos tipos de problemas sociales. Los reporteros construyen su propia agenda de acuerdo con sus intereses, como sindicatos o educación. Estos temas no son siempre cubiertos por otros medios, lo cual hace que la emisora pueda ofrecer otra opción informativa en la radio: “Hay temas que nunca fueron temas de interés, como los espectáculos. Los deportes sí los manejan, pero con otra visión más crítica, como la corrupción en el deporte. La nota policiaca está fuera de la agenda. Hay otros temas empresariales de logros de empresas que tampoco están y que deberían” (entrevista a Sosa, 2008).

Hoy en día, es cierto que en Radio Educación existe una visión más orientada a cubrir los planteamientos de la izquierda y de sectores que no siempre tienen espacio o visibilidad en otros medios, pero es cierto también que se trata de una dinámica que abona a la pluralidad en el campo informativo de la zona metropolitana.

Las noticias contribuyen a ampliar la visión de los acontecimientos al darle voz a otros grupos sociales que rara vez son escuchados y frecuentemente estereotipados en otros medios. Con esto, la estación contrarresta el control de la información del espacio público, el cual es dominado por la mayoría de la radio comercial y estatal tendiente al oficialismo.

El tratamiento de la información puede ser desde distintas perspectivas, pero Antonio Calderón evalúa que la información es abstracta

y, por lo mismo, no es fácil para la población digerirla; esto, considera, se debe a que no hay estudios de audiencia.

Pero el problema no tiene que ver necesariamente con que el tema sea complejo, sino en la forma de presentación y narración de los programas. Estos estilos demuestran que la visión de producción es bastante estrecha, y la mayoría de los productores no están abiertos a experimentar otras formas de producción; por ejemplo, la mayoría de los programas están basados en la entrevista. El tratamiento de la información se hace en función del estilo de los realizadores, pero sin tener criterios institucionales de cómo tratar los contenidos.

El tratamiento de la información en Radio Educación se encuentra vinculado con la diversidad de los formatos y contenidos; en ocasiones esta relación puede ser benéfica para su producción y en otras puede ser un obstáculo. Calderón es uno de los realizadores que observa esta dicotomía, ya que reconoce que la cobertura noticiosa tiene algunas limitantes: el ciudadano no es protagonista de la historia y las llamadas al público no se transmiten en vivo; existe también rigidez en la conducción, lo que limita proveer de más frescura a un formato ya viejo; no se dispone de comentaristas; los horarios son acotados; se necesita mayor elementos de producción como investigación, más cápsulas informativas, resúmenes, etc.; asimismo, se requiere crear un código de ética (entrevista a Calderón, 2008).

También coincide con Sosa en cuanto al formato poco versátil de los noticieros y en general de los programas informativos:

El formato de Radio Educación es muy acartonado. Es meramente lectura de notas y hay poca editorialización profesionalizada. Pero no hay confrontación, como con Gutiérrez Vivó. Y no se trata de eso, pero sí de dar más frescura a los programas. Hace falta más frescura y no vivir de la gloria pasada. La tradición a veces les pesa demasiado (se preocupan demasiado tanto por los niveles del sonido o si se equivocan en el guion),

y hace falta alguien que se atreva a hacer algo diferente. Falta una voz fresca (entrevista a Calderón, 2008).

Menciona, además, la falta de más “jugueteo” con la audiencia, ya que había mucha información en los contenidos, pero los locutores eran muy serios y la audiencia no estaba en disposición de escucharlos:

Los espacios tienen un problema, porque los locutores no se rolan; entonces le dan un mismo estilo al noticiario. Emilio Ebergenyi tuvo el espacio por mucho tiempo. Los turnos eran de cuatro horas. No se diferencian los estilos entre hora y hora, entonces puede ser muy aburrido. La dirección de la emisora decidió variarle, y contrató a un locutor para que leyera ahora; con lo que están intentando algo diferente (entrevista a Calderón, 2008).

En efecto, para resolver este problema, en la administración de Lidia Camacho se contrataron nuevas voces o se crearon programas como *Punto de encuentro*, un programa de debate donde especialistas como Miguel Granados Chapa vertían opiniones bien fundamentadas y articuladas sobre asuntos políticos y sociales coyunturales. Pero, ante todo, lo anterior indicaba que el cambio generacional en la emisora era necesario para incorporar nuevas formas de narrativa y producción radiofónicas.

Calderón apuntaba otro problema cotidiano en la emisora: muchas veces los conductores y locutores mostraban su opinión, cuando en realidad su trabajo era enfocarse en presentar información y procurar la articulación de la estructura narrativa de la misma.

Este hecho se puede entender mejor en medios públicos internacionales de Europa central, Oceanía y Norteamérica, que son muy estrictos en sus normas editoriales y tienen que abrir espacios a opiniones de especialistas; es decir, en estas radios quien conduce no opina, sino que da voz a otros reporteros, corresponsales o especialistas.

Sin embargo, hoy vemos que esta característica discursiva en los presentadores de Radio Educación parece también ser recurrente en progra-

mas informativos de los medios de comunicación en México (comerciales y no comerciales). Carlos González, quien ha estudiado los estilos discursivos de los conductores de programas en el país, explica que la opinión forma parte de un estilo de retórica discursiva que responde a una tradición oral desarrollada en México, donde la improvisación es característica de los presentadores “al tratar de hacer valer su sentido común, su virtud y benevolencia” (2010: 118).

Uno de los rasgos más característicos de los contenidos de la emisora es el estilo añejo de la producción, la rigidez en la conducción y los formatos monótonos de producción, que se reducen sobre todo a la entrevista. Tanto para especialistas en medios como para algunos realizadores de la emisora, como el propio Calderón, esta es una de las causas de la poca audiencia de la emisora.

El estilo de producción puede ser viejo, sonar monótono y necesita ser renovado, pero para los realizadores hay un rasgo más importante que distingue a Radio Educación de los demás medios del país: la *independencia editorial*. Este es un principio que fortalece la función informativa y para los realizadores es uno de los mayores atributos que le ha dado sentido a lo público.

Según el productor Daniel González, la programación goza de autonomía editorial y lo relaciona con tres factores fundamentales: 1) En los contenidos se cuestiona el poder. 2) Los contenidos son independientes del poder político, particularmente en un momento en el que la radio comercial está subordinada al Poder ejecutivo. 3) El estilo periodístico que inició en los setenta ha sido referente para otras radios en cuanto a los programas hablados, precursor en dar voz al radioescucha y en cuestionar la agenda oficial:

A pesar de ser una radiodifusora sostenida con recursos públicos y dependiente del gobierno, siempre mantuvo una enorme independencia en la programación de sus contenidos [...] dice González. Así, el estilo de Gutiérrez Vivó, Ciro Gómez Leyva, José Cárdenas o Carmen Aristegui, sería impen-

sable sin lo que Radio Educación estableció desde la década de los setenta. Y en un periodismo de investigación, democrático, continuó sin duda la gestión de Miguel Ángel Granados Chapa al frente (entrevista, 2008).

Calderón, por su parte, agrega un factor más que caracteriza la independencia editorial de la emisora; tiene que ver con que los programas siempre han sido críticos y con el hecho de que los productores y conductores tienen mucha autonomía, especialmente en aquellos programas ya consolidados:

Si no toda la programación, siempre ha habido espacios críticos. Hubo previo al tiempo electoral [de 2006] una cápsula que decía: “Fox, traidor a la democracia”. Nunca hubo una insinuación por parte de la dirección de bájele a su contenido. Esta cápsula pasaba en el programa *Irradiando; mujeres interactivas* (entrevista a Calderón, 2008).

La independencia editorial es un aspecto distintivo en la emisora que le ha permitido construir un prestigio entre sectores más críticos de la sociedad. Este rasgo ha sido fundamental para que Radio Educación se convierta en una escuela radiofónica nacional e internacional y en una institución cultural. Esto es particularmente cierto en un país que necesita instituciones con dichos atributos para fortalecer su democracia.

Mientras que para los realizadores la independencia editorial en gran parte se debe a la cohesión de los trabajadores y a su posición ideológica, para algunos analistas, como el historiador mexicano Lorenzo Meyer (2008), el gobierno federal ha utilizado a la emisora como una válvula de escape para mostrar su aceptación del descontento. De acuerdo con este autor, es una incógnita que la radiodifusora haya gozado de dicha independencia y haya incluso criticado al sistema político mexicano.

Dentro de la estación, Calderón coincide con Meyer en el hecho de que Radio Educación es considerada –por distintos grupos de poder político en el país– como un medio crítico; para estos sectores, la pro-

gramación de la emisora justifica que hay apertura de contenidos en los medios: “A la gente que está arriba y que dicta política, es una válvula de escape que se digan cosas en Radio Educación, porque finalmente no son horario triple A. Además, la radio ha ido perdiendo audiencia” (entrevista, 2008).

Sin embargo, hay ocasiones en las que la independencia editorial puede estar sesgada por las decisiones de la dirección. Según Calderón, hay una política editorial que favorece ciertos programas como los de la SEP. Ha habido casos donde la agenda ha sido impuesta por la secretaría, aunque con libertad por parte de Radio Educación en la producción. Esto ocurre porque, cuando hay coproducciones, no hay lineamientos específicos que señalen los atributos de los organismos que coproducen:

Cuando le abres las puertas a las instituciones, no hay algo escrito que diga el rol que juega Radio Educación. Por ejemplo, *Notisep*: es un programa de difusión y que no le pega a la SEP. El convenio pone en manos de un tercero la posibilidad de contenidos de la emisora. Y el problema es que no hay lineamientos al respecto. Hasta dónde llega el servicio público y hasta dónde empieza la propaganda. Yo creo que, cuando los recursos se proveen de casa, las líneas editoriales son propias de la emisora (entrevista a Calderón, 2008).

Al igual que Calderón, Sosa también encuentra sesgos en la práctica de la independencia editorial, sobre todo en lo que se refiere a la autocensura al cubrir al poder gubernamental:

Hay temas que se abordaban con matices, sobre todo cuando se hablaba de la directora de Conaculta, Sari Bermúdez, y del secretario de Educación o se transmitía información sobre la hermana de Santiago Creel (Dolores Creel). Había noticias que se cuidaban y se mandaban del área de cultura. Pero era un material cuidadoso, porque no se quería buscar problemas porque se podría salir de las manos.

Rubén Aguilar [exvocero de la presidencia] manifestaba su enojo por las preguntas que le hacía el reportero, Reynaldo Cerecero, que cubría la fuente de presidencia, porque según Rubén –decía– hacía preguntas insolentes, casi sacadas de *La Jornada* (entrevista, 2008).

Como resultado, los reporteros no eran invitados a las giras presidenciales en otros países.

A pesar de que otros entrevistados expresaron que no había censura, esta era un mecanismo autoritario implícito que limitaba la independencia editorial e impactaba la función informativa de la emisora: restringe la producción de noticias e información pública que los ciudadanos debían conocer, y reflejaba el poder de las instancias jerárquicas superiores sobre la conciencia de los trabajadores.

Para Sosa, la independencia editorial, al ser un concepto intrínsecamente vinculado con la autonomía política de la emisora, provocaba subordinación política por parte de la directora al poder Ejecutivo; esto ocurría principalmente porque Lidia Camacho no creó una política informativa propia para la emisora y realizó ciertas acciones características de un funcionario de radio gubernamental:

Rubén Aguilar tenía una tendencia de darle clase a los medios públicos, y uno de los hechos más bochornosos fue que él invitaba a directores de medios públicos para marcar la agenda. Lidia Camacho se impresionaba porque no tenía agenda, pero ella no hacía nada para apoyar, para que hubiera más noticieros y que cambiaran formatos... (entrevista, 2008).

En ocasiones, el gobierno federal intentaba utilizar a su conveniencia a Radio Educación como si fuera vocera del gobierno; por ejemplo, durante el gobierno de Vicente Fox, cuando Rubén Aguilar asumió el cargo de vocero de la presidencia, Sosa recuerda un episodio en el cual se evidencia dicho control:

Lidia Camacho le pidió a la subdirección de noticias se le elaborara un cuestionario para hacerle una entrevista, cuando a ella no le correspondía hacerlo. Además, se alteró la programación para transmitir la entrevista, a lo que hubo cuestionamientos muy fuertes de los reporteros, porque la entrevista no tenía valor periodístico.

Permitir la crítica es una virtud, pero castigarla significa –según afirma Sosa– no dejar crecer a Radio Educación como medio estatal porque no se promueve la libertad de expresión (entrevista, 2008).

Su apreciación es importante, porque con esto se reafirman los mecanismos autoritarios del sistema político mexicano heredados por el Partido Revolucionario Institucional.

Aunque jurídicamente Radio Educación no gozaba por ese tiempo de autonomía política, este testimonio pone en entredicho la autonomía respecto al poder político que, en la práctica cotidiana, los realizadores habían tratado de afianzar. A ellos no les gustaban las intromisiones gubernamentales y por lo mismo los productores luchaban por fortalecer la independencia editorial de la emisora a través de un discurso distinto al oficial. Hechos como este limitaban, además, las funciones sociales de una emisora estatal que tenía aspiraciones de ser un medio público.

La *independencia editorial* arroja otro problema en el que Calderón coincidía con Sosa: no existía una política de programación precisa en la emisora; en cambio, en la práctica cotidiana la programación dependía de dos cosas: *a)* de la suma de las decisiones e intereses de los productores, y *b)* de la toma de las decisiones más cruciales de la programación por parte de la directora, sin deferir a los realizadores o incluso al sindicato. Por ejemplo, una de las maneras mediante la cual se expresaba la ausencia de políticas de programación era cuando la dirección retiraba los programas sin mayor explicación. Eran prácticas autoritarias que afectaban la producción de los contenidos: “El medio público tiene muchas resistencias. Es una contradicción: las decisiones se toman desde la dirección; están muy centralizadas” (entrevista a Sosa, 2008).

Es un hecho que había ausencia de políticas editoriales en la emisora y criterios que la regulaban, como los códigos de ética. Esto afectó la producción de una oferta programática diversa que intentaba atender a distintos tipos de públicos –radio revista, informativos, los géneros Radioarte y Radiodrama, niños, programas musicales–. Una oferta que no se sabe si en realidad atendía a las necesidades y gustos de las audiencias.

Más allá de que falten políticas de programación, hoy el problema parece radicar en que hay diferentes ideas sobre el lenguaje radiofónico, y cada uno actúa defendiendo cotos de poder y de lo que entienden por producción para una radio estatal. Nos referimos a realizadores que, en su mayoría, llevan muchos años produciendo y se encuentran cómodos con lo que hacen. Ellos han desarrollado un estilo propio, una forma particular de producir y, en muchas ocasiones, no están abiertos a intentar nuevas formas de producción; incluso algunos consideran cualquier cambio como un agravio a sus derechos laborales. Tal situación se traduce en la falta de renovación y de experimentación en la producción programática de la emisora.

Esto genera constantes discusiones al interior de la emisora entre los realizadores, las cuales dan solución al problema porque, como lo apunta Sosa, no se cuenta con el apoyo de la dirección para que esta situación sea resuelta. Específicamente, él observa que los noticiarios no se apoyan igual que otros programas ni que existen políticas bien definidas en cuanto a la producción de los noticiarios.

Desde la mirada de los realizadores, la programación en el periodo de Camacho se fortaleció; para Rodríguez era un hecho que la identidad de la programación se conformaba con la negociación de la diversidad de contenidos donde confluyen programas nuevos y viejos. Sin embargo, la mezcla de estos no quería decir necesariamente que había diversidad de programación, porque muchos programas nuevos podían tener las mismas características de los viejos, particularmente si eran producidos por los mismos profesionales. Esto incluso representaba una limitación en la programación de la emisora (entrevista a Rodríguez, 2009).

Rodríguez también reconoce que uno de los problemas que afecta la diversidad en la programación es que existen algunas producciones viejas; estos contenidos, como por ejemplo *Del campo y de la ciudad*, *Gente de cine*, *Su casa y otros viajes*, etc., responden a la inercia de programación y es importante que refresquen y renueven sus perspectivas y formatos sin perder de vista su público, su objetivo y misión: “Todo programa debe tener un ciclo de vida. Es incomprensible que tengas un programa por más de 30 años. Hay momentos que se acaba la propuesta. Ese es uno de los grandes retos” (entrevista, 2009).

Sin embargo, como ya se discutió en el capítulo II de este libro, la diversidad de la programación tiene que ver con dimensiones más amplias en las que convergen la pluralidad cultural y política; por ejemplo, se relaciona con: expresar en los contenidos las visiones culturales y políticas de la diversidad de grupos sociales y étnicos de una nación; la descentralización de sus expresiones culturales y políticas; la generación creativa de nuevos formatos que incluyan a grupos minoritarios y mayoritarios; la articulación de los contenidos programáticos con políticas nacionales sobre la diversidad, entre otras cuestiones.

Rodríguez (2009) lista otras limitaciones en cuanto a los contenidos en la emisora, los cuales están intrínsecamente relacionadas con la ausencia de una definición de criterios de programación:

- a) Los productores se han conformado con el tipo de programas que han hecho desde hace 20 años; son contenidos que apelan a grupos diversos pero que satisfacen a necesidades sociales de entonces. El país ha avanzado socialmente y la radio se tiene que renovar; existe una tecnología que permite realizar estos cambios.
- b) La programación no es uniforme porque cada productor produce de acuerdo con su propia perspectiva de producción; esto, aunque puede ser positivo, no permite a la emisora allegarse a una mayor diversidad de públicos.

Hay un problema con la plantilla laboral; es muy difícil la relación laboral. Imagínate, un reportero leía la nota de *La Jornada* en la redacción y era lo que se transmitía. La lucha se hace con periodismo de investigación y ganar las notas. No hay ganas de periodismo de investigación. Hay gente que ni siquiera iba a la estación. Eso dañaba a la institución y significaba luchar contra corriente (entrevista, 2009).

Comenta también Rodríguez que para renovar la programación durante el periodo de Camacho, se examinó la necesidad de cubrir diferentes tipos de sonoridades y contenidos; entonces se trató de realizar diversas estrategias, tales como entrevistas a personalidades internacionales o cubrir sucesos coyunturales como la transmisión sobre La ley de Medios desde la Cámara de Diputados, entre otras.

La gente siguió y fue una transmisión de carácter histórico y de alguna manera marcó un frente histórico. Radio Educación estuvo presente en otras cosas, como maestros en la radio, poetas en abril. Se pudo comprobar que hay muchos contenidos y sonoridades que es necesario que la gente escuche, que están ahí como parte de la creatividad que nos negamos. Hay distintas posibilidades que hay que desarrollar, como el programa *Punto de encuentro* (entrevista 2009).

Es cierto, durante el periodo de Camacho se pusieron distintas estrategias en marcha para fortalecer los contenidos de la estación en momentos coyunturales como los programas de asuntos públicos, lo cual, en opinión de Calderón (2008), tiene que ver con el surgimiento de la radio hablada. Pero hubo otras estrategias hechas por los realizadores que no fueron respaldadas por la misma dirección; una de ellas fue precisamente en el ámbito noticioso.

Tanto para Sosa como para Calderón, los informativos no fueron prioridad durante el periodo de Camacho: se hicieron propuestas de producción de noticiarios de carácter social, pero era claro que la plurali-

dad de la información en este periodo solo se fortaleció en momentos coyunturales; por ejemplo, cuando había elecciones. Ahí es cuando, por ejemplo, se intercambiaba información con otros medios.

Fuera de situaciones coyunturales, parece que la manera en que se entiende la función informativa desde la dirección de la emisora es de acuerdo con criterios determinados por intereses particulares de los funcionarios. No necesariamente radica a partir de estrategias institucionales diseñadas a mediano y largo plazos; es decir, criterios, lineamientos o políticas institucionales que garanticen el fortalecimiento de la programación para los siguientes sexenios.

De la discusión anterior se observan tres cosas:

- a) Las mayores discrepancias sobre cómo entender la cobertura informativa se encuentran en el ámbito de los noticieros y programas de asuntos públicos.
- b) Se pusieron en marcha estrategias para renovar la programación, las cuales han sido mediante la producción de contenidos creativos que tratan de buscar una visión distinta del arte y la cultura en México; por ejemplo, la producción *Vida en el aire*, de Guadalupe Cortés. Este es un programa de 12 capítulos, cada uno dedicado a la realización de un perfil de los 12 bailarines más importantes del país. *Vida en el Aire* es una manera por la que los escuchas pueden conocer a artistas que contribuyen enormemente a la historia del país; son profesionales que son referencia para las nuevas generaciones.
- c) Los noticieros se vieron beneficiados relativamente al fortalecerse la programación cultural: al firmarse convenios internacionales se pudo acceder a otro tipo de información en la difusión cultural de las bellas artes. Sin embargo, eso no significó que el área informativa haya sido prioridad para la administración de Camacho: “Es una época muy importante en lo cultural, pero no en lo informativo” [...] fueron acotados en apoyos: se

construyó una cabina en el área de noticias, pero la directora no la dio al área de noticias, nunca se le dio” (entrevista a Sosa, 2008).

Para los realizadores de Radio Educación, la participación de los escuchas en los programas es otro factor fundamental que le da sentido a lo público. De acuerdo con Antonio Calderón, en la emisora la participación está relacionada con la retroalimentación directa de la audiencia. En Radio Educación se tienen muy poco en cuenta los estudios de audiencia, porque se cree más en la función social del programa que en los *ratings*. Los mejores referentes de participación del público son las llamadas, el internet (correo) y las visitas a la emisora; estas, además, son las mejores formas de retroalimentación de los escuchas. Como se verá más adelante, en 2005, 41% de los escuchas preferían el mensaje escrito o el correo electrónico para comunicarse a la emisora, 27% las llamadas telefónicas, 20% las llamadas de especialistas, y 12%, testimonios. Según Calderón:

Los radioescuchas visitan la emisora cuando se les va a regalar algo. Hay mucho contacto con ellos. A veces coinciden con el productor o a veces piden ir a escuchar el programa.

Los productores son muy sensibles a las necesidades del público y las toman en cuenta para planear la producción. En 2004, con Emilio Ebergenyi había gente que se sentía agredida por las cosas que decía. La gente oía tu crédito y te ubicaba. Había gente que apagaba la radio cuando escuchaba a Emilio. A veces a la gente le gustaba y a veces no, por su forma de intimidar al público (entrevista, 2008).

Los escuchas tienen interés en generar debate, especialmente cuando se trata de temas polémicos. Sin embargo, la participación directa muchas veces se limita por la intervención de actores políticos. Para Limón y Sosa este hecho es claro, pues consideran que existe un menosprecio de las figuras públicas hacia Radio Educación al no querer ser entrevistados en la emisora; esto se refleja cuando las organizaciones políticas,

como el PRD, subestiman a los medios públicos para dar entrevistas: “Era un periodo electoral en donde intentábamos darle la equidad a todos los partidos. Había un problema de comunicación muy fuerte con el PRD para que fueran a dar entrevistas. Subestiman a los medios públicos y se enfocan a los medios comerciales por cuestiones de campaña” (entrevista a Limón, 2008).

Esto se puede entender como un doble menosprecio, ya que en líneas anteriores hemos mencionado que Radio Educación era uno de los pocos medios que les daba espacio e incluso en ocasiones confundía este apoyo con militancia a favor de organizaciones o partidos de izquierda.

La participación solo se reduce a las llamadas, a la retroalimentación del público y a la interlocución de especialistas, pero de acuerdo con Calderón, existe un reconocimiento por parte de los realizadores sobre el hecho que se tiene que ampliar o estructurar más la participación; por ejemplo, los consejos de programación en donde intervengan representantes de la sociedad civil u organizaciones de radioescuchas.

En el periodo estudiado, Radio Educación no consideraba otras formas de participación como los consejos ciudadanos consultivos de programación, los cuales, si bien no eran de obligación jurídica para la emisora, pudieron haber sido muy benéficos para que la estación incluyera voces plurales informadas de la sociedad civil que tuvieran participación en los contenidos y sirvieran como un mecanismo de rendición de cuentas por parte de la estación, es decir, tomar decisiones consensuadas que evitaran que las decisiones recayeran en la discrecionalidad y en los criterios del director en turno.

En Estados Unidos, por ejemplo, existen consejos consultivos conocidos como *board of directors*, los cuales realizan este tipo de tareas y coadyuvan a fortalecer la participación de la sociedad civil en las tareas de programación de las emisoras.

Pero, sobre todo, la participación por parte de la sociedad civil es un concepto que se tiene que aprender a ejercitar, aunque al parecer, le llevará varios años incorporar a Radio Educación.

Como se mencionó en el capítulo II, mediante la participación de la sociedad civil y ciudadana los escuchas pueden lograr reconocimiento y visibilizar a sus sectores sociales, negociar con otros grupos y con el Estado en el espacio público y cuestionar al poder y los códigos sociales. Esta es una manera para hacer valer sus argumentos, defender sus valores sociales y demostrar su poder simbólico. Para la radio pública, la participación es un principio fundamental para contribuir a la ampliación de la discusión en el espacio público y construir audiencia.

LAS PROBLEMÁTICAS COTIDIANAS DE PRODUCCIÓN Y PROGRAMACIÓN

De acuerdo con lo expresado por los realizadores, existen varias *problemáticas* en la producción y la programación en la emisora que limitan la construcción de lo público; estas se asocian con conceptos como el clientelismo, las rutinas de producción, la cobertura universal del servicio y la atención a minorías y mayorías sociales, el diseño de producción y programación y la gestión y su relación con el poder político.

Durante el periodo de Camacho, uno de los problemas que afectó a la emisora fue el *clientelismo* que establecieron los reporteros con sus fuentes. La programación era parcial o sesgada por dicho clientelismo y en ocasiones por la militancia en la izquierda. lo anterior. Para Limón, se debe al problema añejo de no existir control de calidad. Para la directora de producción y planeación, la situación era complicada:

En una ocasión, los de la APO entraron hasta la cabina, pero no podían entrar a la cabina. Un operador tuvo que quitar la señal del aire. En otra ocasión, de la gente de Oaxaca nos llegaron 40 llamadas porque la correspondencia no estaba dando bien las notas...

La programación sí muestra la personalidad del medio, aunque de manera parcial. Porque había abusos, porque hacían alianzas con Casa Neri. No se puede promocionar. Se hacía como centro cultural, pero era particular. Eso es clientelar. Fuera de los clientelares, la programación

era poco equilibrada en términos de abordaje en diversidad de temas y atención al público, por cuestiones de presupuesto y añejo problema laboral, y aunado a los sueldos tan malos, y el hecho de que no hay control de calidad. Entonces el gobierno puede tener un terreno pantanoso (entrevista, 2008).

Ante dicho problema, Limón comentó que “se trató de incentivar a los reporteros, había infiltración de la delegación sindical y los pleitos naturales entre reporteros”. Asimismo, se cambió a los reporteros de sus fuentes de trabajo para no crear clientelismo, aunque poner en marcha esta estrategia no fue fácil, porque no había mucha disposición por parte de los trabajadores del área de noticias. Por tal motivo, primero se trabajó con los reporteros jóvenes, por su capacidad de adaptación.

Sin embargo, esta estrategia no fue suficiente para fortalecer cabalmente la pluralidad en la estación, es decir, un cambio de fuentes necesitaba estar acompañado de un entrenamiento a los periodistas en la fuente, en la ética periodística del reportero o en las políticas de calidad de la estación.

Podemos decir que el clientelismo y el sesgo son problemas que afectan la pluralidad de las emisiones en la radiodifusora, y que estas responden a los cotos de poder que tienen los diferentes productores al no haber nuevas plazas para realizadores, de modo que existan diferentes puntos de vista y una ética profesional sólida de trabajo. Asimismo, hacen falta más coproducciones en la carta programática y, sobre todo, políticas de programación que delinee los criterios de producción y programación que regulen las pautas de presentación por parte de los locutores.

Además de debilitar la ética periodística, el sesgo y el clientelismo también afectan la práctica de la pluralidad de opiniones: los conductores no son muy tolerantes con personas que no son afines a su forma de pensar, se apoyan en causas sociales, pero a veces se cae en el fanatismo: “La tolerancia está a medias porque no se puede hablar a favor de un panista, y los panistas que se intentaban integrar, los llevaban pero los

trataban mal [...] Cruz Mejía apoyaba al PRD. Andrea Fernández también. Sí manejan causas de la sociedad, pero se cae en el fanatismo, en favorecer la figura de López Obrador” (entrevista a Limón, 2008).

Aunado a esto, otros de los problemas que enfrenta la estación cotidianamente son las *rutinas de producción*; ya se ha dicho en líneas anteriores que estas han abonado para conformar la identidad de Radio Educación como emisora con perfil programático de servicio público. Fue una tarea que, de acuerdo con Cortés, la administración de Enrique Atonal apuntaló a comienzos de la década de los setenta; en su administración, los realizadores empezaron a buscar más fuentes informativas, sonidos ambientales y a profesionalizar su trabajo periodístico. Pero en su opinión, ahora estas rutinas de producción se han perdido debido a varios factores (entrevista, 2008):

Para Limón (2008), aunque reconoce que los realizadores tienen principios de trabajo y han establecido sus propias estrategias de programación, estas dependen de los criterios y de la perspectiva de cada productor o programador. Para Calderón, este hecho se debe a la falta de trabajo colegiado, el cual a veces incide en problemas de continuidad en la programación: “Sí hay una conducción por bloque, pero no entre programa y programa. No hay juntas de producción para ver qué temas se van a abordar en tal día. A menos cuando había maratones: de poesía, de libres, etc. Pero ahí la subdirectora de producción se encargaba de programar” (entrevista, 2008).

Esto es un asunto que podría pasarse por alto, pero, como se mencionó en la primera parte de este capítulo, la programación es un discurso articulado que refleja los valores y principios del servicio público; por ello las juntas de producción y programación son importantes para discutir, entre otras cuestiones, cuáles son los valores y principios que se deben llevar a cabo. Cuando estas rutinas funcionan correctamente en una emisora, la programación de estaciones y sistemas de radio pública como, por ejemplo, Public Radio Internacional, Radio Bilingüe y National Public Radio, en Estados Unidos, logran

incidir en la construcción de una audiencia y potencializan la conversación en el espacio público.

Las rutinas de producción también están ligadas a aspectos éticos de los trabajadores. Rodríguez lista algunos de ellos y observa que son aspectos que dañan el desarrollo de la emisora: “Los programadores trabajaban pocas horas a pesar de que su labor requería de un trabajo intelectual importante; algunos reporteros leían incluso las notas de *La Jornada*” (entrevista, 2009).

Aunque Sosa niega el hecho de que los redactores transmitieran notas íntegras de *La Jornada*, también piensa en la desmotivación de su trabajo:

No tendría nada que reclamarle al trabajo ético de los periodistas, pero se ha perdido la entrega al periodismo. Se ve cuando les encargabas algo y no les gustaba. Decían: por qué yo esto, por qué yo el otro. Se notaba en el ánimo de proponer las noticias, no se notaba la pasión, y su desencanto se nota en la voz (entrevista, 2008).

En efecto, la voz y la presentación de los locutores forman parte de un elemento discursivo que indica cómo Radio Educación se comunica con sus audiencias y los esfuerzos que hace para atraer nuevos tipos de escuchas; se trata de aspectos que no necesariamente están relacionados con la capacidad de los realizadores, sino con las condiciones laborales de los demás trabajadores.

Limón (2008) comenta que la falta de motivación en los trabajadores era debido a los bajos salarios. En su opinión, los funcionarios estaban interesados en que los realizadores ganaran mejor y buscaban remuneraciones extras para ellos, como las series especiales; a veces, incluso, los administradores tenían que violar las disposiciones de Hacienda y se ponían fuera de la norma.

La transición de la producción de lo analógico a lo digital también tuvo impactos notorios en la emisora en cuanto a hábitos, formas de tra-

bajo, desarrollo de habilidades, etc. Para Rodríguez, durante la administración la estación se reposicionó, ya que había estado a punto de ser cerrada. La digitalización le dio bases a la emisora para enfrentar algunos de los retos de programación durante este periodo (entrevista, 2009).

Para Calderón, por su parte, en este periodo ocurrió la modernización y consolidación de la emisora. Los productores ya trabajaban en los sistemas de edición no lineal y habían pasado por los procesos de aprender a producir radio de acuerdo con las dinámicas del nuevo siglo; para ello, comenta, se capacitó al personal y se dirigió la producción de diferente forma: “Yo llegué en 2003 y a mí me tocó la cinta de carrete abierto, y eso significa que llegó la computadora, y producir con computadora es una forma de conceptualizar la producción de diferente manera” (entrevista, 2008).

Sin embargo, esta nueva forma de producción no siempre se tradujo en mayor calidad y utilidad de los contenidos, ya que siguió habiendo errores de producción y edición; tampoco se incorporaron nuevos elementos de producción que beneficiaran la narrativa, el estilo y la estructura de los contenidos. Además de las otras rutinas de producción aquí ya discutidas, como el hecho de que las políticas de producción y programación seguían centradas en la directora.

Entre los realizadores había una preocupación acerca de la *cobertura regional* de la estación y la manera en que los contenidos llegaban a los distintos sectores sociales y culturales de la población. De acuerdo con Sosa, en este periodo “Radio Educación cubría todo el centro del país, se transmitía en otras radiodifusoras del país. A veces llegaba a Oaxaca, Veracruz y Puebla, pero era difícil que la señal se escuchara. En la zona metropolitana se escuchaba bien” (entrevista, 2008).

Calderón era de los realizadores que tenía interés en que Radio Educación expandiera su señal y fuera una radiodifusora con perfil nacional en su programación, aunque reconocía, al igual que Limón, la existencia de públicos y temáticas no atendidos, como ecología y adultos mayores. Esto no era solamente cuestión de índole técnica, sino del funciona-

miento de los órganos dentro de la institución. “El comité de evaluación existe, pero los proyectos tienden hacia un lado” (entrevista a Limón, 2008).

Para González, este tipo de problemas llevó a la emisora a generar un modelo que restringía la cobertura a diferentes tipos de público:

Radio Educación ha constituido un modelo de formas que solo entre los especialistas ha sido reconocido con suficiente amplitud. Para núcleos más extensos de la población, el nombre de esta radiodifusora despierta solo interrogantes e incógnitas. Por supuesto, la vocación de la emisora nunca fue conquistar el gusto de todos los radioescuchas, pero resulta lamentable que ese papel histórico sea socavado o incluso ignorado (entrevista, 2008)

Los programas, tanto informativos como educativos y culturales, estaban muy focalizados a la realidad de pequeños grupos sociales de la zona metropolitana de la Ciudad de México. Pero también a que la dinámica de la emisora y su relación con distintos tipos de audiencia cambió vertiginosamente en décadas recientes; asimismo, la zona metropolitana se fue transformado desde los años setenta, lo que motivó a que la emisora se cuestionara a qué otros tipos de audiencia tenía que atender. Para ello, la estación y el comité de evaluación realizaron diferentes estrategias para replantear la programación de modo que pudiera servir a los intereses de un mayor número de grupos sociales.

El problema de la cobertura tiene raíz desde los comienzos de Radio Educación, pues esta fue creada para cubrir solo la zona metropolitana. Con el tiempo, dada su función social y el referente que significaba para algunos sectores de la sociedad, realizó convenios con distintas radios estatales y culturales del país y por ello su señal pudo llegar a 16 estados a través de la frecuencia AM.

A través del Canal 2 del sistema Edusat, cubre todo el territorio nacional, Centroamérica, norte de Sudamérica y el sur de los Estados Unidos; vía

internet difunde su programación a todo el mundo mediante su página web www.radioeducación.edu.mx, las 24 horas del día; en onda corta transmite 12 horas al día en los 6 185 kilohertz de la banda internacional de los 49 metros (Radio Educación, 2008).

Para Rodríguez, el problema de cobertura era desde una perspectiva un tanto diferente, es decir, la programación se cambió durante el periodo de Camacho para llegar a otro tipo de escuchas, sobre todo a los más jóvenes; el problema es que Radio Educación no contaba con banda FM y la calidad de la transmisión era muy baja.²⁸ Ante ello, según la entrevistada, se implementaron estrategias de producción para lograr mayor alcance en otras regiones del país: la firma de convenios con las organizaciones de radios, como la Red de Radios Educativas y Culturales, y la internet como estrategia a través de herramientas como los *podcasts* o hipertextos:

Lulú tenía miedo a las tecnologías, pero después le hicimos entrar en la conciencia que tenía que conocer esta herramienta. Fue un súper éxito, y le permitió conocer otras posibilidades. Así hubo muchas estrategias que intentaban resolver el problema de poca cobertura, a partir de baja audiencia [...] A mí me obligó a pensar en programas simultáneos: cuatro programaciones simultáneas. Imaginar todas las posibilidades que pudieran ir acompañadas de hipertextos. Se presentaron los resultados al SCT. Se hicieron dos pruebas: una para onda corta y otra para AM. Se hizo el proyecto puntualmente. Se aplicó la tecnología, se comprobó que una persona podía programar y transmitir al aire (entrevista, 2009).

Al igual que Rodríguez, Cortés (2008) mencionó otras posibilidades técnicas, por ejemplo, la puesta en marcha de la radio digital como una forma de resolver la cobertura geográfica de la programación.

28 Radio Educación comenzó a transmitir en la banda FM hasta el 11 de noviembre de 2018. Este estudio contempla su análisis hasta la primera década del siglo veintiuno.

En ese periodo había evidencias claras de que la emisora requería de la banda FM para aumentar la calidad y la utilidad social de la transmisión de los contenidos. Aunque las estrategias mencionadas por Rodríguez y Cortés eran loables, no resolvían completamente el problema de la cobertura; principalmente porque, como ya hemos mencionado, no había políticas ni lineamientos que obligaran a todos los productores a crear contenidos de calidad y utilidad social. La falta de estos criterios permitió la existencia de programas que no eran vigentes en el contexto social y cultural del país.

Es un hecho que el problema de la cobertura regional está intrínsecamente ligado a la atención de minorías y mayorías sociales. Los realizadores están interesados en tener en cuenta los diferentes tipos de públicos y tratar, como lo dice Rodríguez (2009), “de romper con los imaginarios preconcebidos por la audiencia”. La entrevistada reconoce que, para que sea diversa y plural, la programación debe ser generalista y creativa, y cercana a la vida cotidiana de los escuchas. Cortés añade al respecto: “No se pueden atender a todos los grupos de la misma manera. Existen espacios como *Del campo y de la ciudad*, en donde sí es conveniente que los campesinos y otros grupos vulnerables sepan que tienen un micrófono y al que pueden acceder” (entrevista, 2008).

Es interesante observar que cuando los realizadores se refieren a programas que deben ser quitados porque suenan “anquilosados” y no son “atractivos” para las nuevas generaciones, a menudo se refieren al programa *Del campo y de la ciudad*. Sin embargo, este es un programa que ha construido una audiencia a través de los años y que, en opinión de la entrevistada, atiende a un sector de la población específico que no tienen voz en otras estaciones o que es muchas veces estereotipado en noticieros o programas de entretenimiento.

Fortalecer la diversidad de los contenidos para minorías ha sido un acierto en la emisora, especialmente al difundir programación infantil y de diversidad sexual. En cuanto a la primera, Limón dice que las producciones para niños son más interactivas y tienen más llamadas que

otros programas; incluso los niños entraban a la cabina al final de las series. En cuanto a los contenidos sobre diversidad sexual, estos han sido, sin duda, una de las mayores contribuciones sociales de la programación de Radio Educación; en específico cuando en el sexenio de Fox era una de las pocas radios estatales que se abría a esta conversación.

No obstante, aún hace falta dar mayor cobertura a algunos grupos minoritarios como los migrantes. Según Sosa (2008), esto sucede porque se trata de cubrir asuntos coyunturales y se desatiende a este tipo de sectores sociales. El noticiario *Pulso de medio día* se transmite desde la emisora pública Radio Bilingüe, en Fresno California, y con mayor razón la emisora debería potencializar conversaciones sobre el tema de la migración. Cabe señalar que, mientras la BBC y Radio Francia Internacional no retoman noticias de Radio Educación, el sistema de radiodifusión pública Radio Bilingüe sí promueve la información producida por Radio Educación.²⁹

En el mismo tenor, para realizadores como Calderón, la oferta de la emisora es rica, pero hay una deficiencia en cuanto a los programas dirigidos para jóvenes, ya que solo hay uno:

La mayor parte de la programación es para adultos, pero no hay una oferta para gente más joven. Falta más atención para ese auditorio. No hay programa sobre arte, cultura y otros programas que vayan dirigidos a gente de entre 15 y 20 años; o bien, segmentos de entre 20 y 30 años que no están cuidados en la radio (entrevista, 2008).

Al igual que los programas para jóvenes, no hay programas dirigidos directamente a escuchas de la tercera edad; según Calderón, algunos programas *como Irradiando...*, sí hablan de este sector, pero no había un programa específico.

29 Radio Bilingüe es una radio con un estilo de producción muy creativo que apela a sectores sociales compuestos por migrantes mexicanos, vietnamitas, entre otros.

Pese a todo, dice Calderón: “Es una audiencia fiel, construida y ha crecido en edad. Gente que escuchó de joven radio y ahora lo sigue. Y es el segmento fuerte ahora, entre 50 y 60. Y ahora se tiene que ganar una audiencia más joven que esa” (entrevista, 2008).

Los realizadores entrevistados coinciden en que la emisora tiene que fortalecer la atención a los grupos sociales citados, y celebran que haya diversidad por haber distintos tipos de programas. Pero esto no es suficiente, ya que se tiene que analizar si los programas son útiles para los grupos sociales a los que van dirigidos y cuáles son los sectores que verdaderamente están siendo atendidos.

Tanto la cobertura regional como la atención a minorías y mayorías sociales son problemas comunes que compartían varias naciones del mundo a principios del siglo XXI, sobre todo aquellas más multiculturales tanto en regiones de Europa central como en Norteamérica y Oceanía. Dada la segmentación de la audiencia, algunos países, como el Reino Unido y Estados Unidos, tuvieron que desarrollar redes que transmitieran local y regionalmente para mejorar su cobertura nacional.

En otras palabras, nos referimos a *universalidad* en el servicio, la cual es fundamental para la existencia de un medio público; es una condición que provee el Estado y con la cual dota a la radio de elementos (técnicos y de producción) para incidir en la conversación del espacio público. La universalidad es una manera mediante la cual la radio puede contribuir a que este espacio sea común entre los escuchas, se visibilice a mayorías y minorías sociales y que la discusión sea abierta para todos.

Buscar grupos más plurales y diversos ha sido una de las luchas constantes de Radio Educación, ya que es un problema que tiene varios matices; incluso engloba cuestiones de producción y programación, como el horario en el que se transmite el programa. Se programa por “error-corrección”, y en ocasiones toma tiempo para que una producción tenga la aceptación del público, como lo fue en su momento el caso del Radioarte:

En un principio a mucha gente no le pareció. Este no le dio fortaleza a la programación. No llegó a las nuevas audiencias. Quizás estaba mal colocado en el horario. La programación se hace por “error-corrección”, como decía Enrique Atonal. Otro ejemplo que explica esto, es el caso del programa *Territorios de Arte Contemporáneo* se puso en internet. Había *links*. Lo pusieron a las 11 de la noche, pero al año siguiente lo pusieron a las 11 de la mañana. Fue una idea de Carmen Limón, y prácticamente fue porque había un déficit en la producción en ese momento. Pero la sorpresa fue que hubo llamadas (entrevista a Cortés, 2008).

El diseño de metodologías de programación es un trabajo complejo para los realizadores, pues refleja la necesidad de buscar otras estrategias de programación, como emprender una campaña de difusión con las audiencias cuando se lanza un nuevo programa o ensayar nuevas formas de narrar historias y de producción. La situación se complica aún más porque la mayor parte de la programación es en vivo y es difícil darle seguimiento. “Los programas son muy diversos”, dice Calderón, “y la dirección no puede fiscalizarla. La mayoría es en vivo, y es difícil controlarla, y hay diversidad de posturas” (entrevista, 2008).

Como parte de las estrategias de programación, los realizadores han aprendido a tener en cuenta la opinión del radioescucha. Sin embargo, debido a que no hay criterios o una visión amplia sobre programación, cuando se planea un programa los productores no suelen atender a algunos grupos sociales en las emisiones.

Ya se ha afirmado anteriormente que la idea de diversidad y pluralidad queda al libre albedrío de los realizadores, quienes han desarrollado estrategias particulares para sus producciones. En muchos casos las propuestas de contenidos están relacionadas con los criterios personales de los realizadores: Calderón comenta: “El problema es en el criterio de la programación. Por ejemplo, hay muchos grupos sociales que tienen necesidad de un proyecto, pero si al productor no se le ocurre, entonces no lo habrá porque no hay un diseño de programación” (entrevista, 2008).

Los realizadores también han tenido que aprender a diseñar sus propias estrategias y han desarrollado formas creativas muy diferentes a las de la radio comercial o sistemas públicos en el mundo como la BBC o la radio pública en Estados Unidos. Al igual que Calderón, Limón dice que algunos productores más experimentados se basan en las necesidades de la audiencia, y con esta información los realizadores deciden el tipo de contenidos a producir:

Se buscaban horarios que fueran sintonizados por adolescentes y adultos. Los estudios de audiencia no sirven, los de Arbitron, Ibope, etc. Y nos guiábamos por las producciones históricas, y luego las coproducciones, y en el *feeling*. Los productores tienen buen *feeling*. Qué te dice que esto puede estar aquí o allá. Pita tenía más idea, porque revisaba INRA y Olga Durón, porque revisaba los medios comerciales, y luego se tenía que negociar con los productores, porque son territorios ganados. Eso representaba una dificultad, y otros productores eran más flexibles. Así se lograba que programas como *Ya nos cayó El Chahuistle* tuvieran muchas llamadas. Mientras no haya una metodología confiable que te diga dónde está el público, no puedes saber. El público es muy clientelar, como *Del campo y de la ciudad*. Afortunadamente en Radio Educación hay un equipo de productores que conoce su trabajo. Coincidimos con la opinión de los productores y los indicadores. No hay metodologías para radios públicas. No hay estudios de consumo. Lidia dijo que por eso no vale la pena pagar dinero (entrevista, 2008).

El diseño de la producción y la programación de contenidos recae en los realizadores. Entre ellos existe una reflexión sobre su rol como pedagogos sociales o agentes del cambio social; por ejemplo, piensan en temas para producir que no se encuentran en otros espacios, y son temas o contenidos que están centrados en dar información objetiva al ciudadano. Como parte de esta reflexión, de acuerdo con Calderón, ellos escuchan al público sobre la información que demanda: “Los productores tienen un ideal de

producción. Son bastante congruentes. Por ejemplo, salió del aire *Sexualidad en tu propia voz*, pero regresó por el reclamo de la gente. Sobre todo, porque no hay oferta para jóvenes” (entrevista, 2008).

No cabe duda de que los realizadores juegan un papel preponderante en la estación sobre las decisiones de producción y programación, aunque sus propuestas no siempre sean escuchadas por la dirección.

Limón (2008) menciona como ventaja el hecho de que haya diversidad de creadores en la estación, aunque los programas se parezcan mucho. Antes se recibían propuestas que eran para el público en general, pero pocos se dedicaban a niños. Aunque quizá no es que haya diversidad de creadores, porque la diversidad de estilos de producción y visión sobre los temas que se abordan es muy similar, como ella misma lo afirma.

Para los realizadores, la administración de Camacho fortaleció el desarrollo de la estación, pero también tuvo matices que formaron parte de este conjunto de problemáticas que limitaron las actividades cotidianas de producción en la XEEP. Al hacer un balance final de la gestión de Camacho, Rodríguez (2009) considera que hubo un desarrollo, debido al buen manejo de los recursos por parte de la directora; se ejerció todo el dinero, cosa inusual en la emisora, y gracias a ello hubo presupuesto para que Radio Educación se internacionalizara.

Cortés (2008) también concuerda en que en la gestión de Camacho se fortalecieron diferentes áreas de producción, que fueron bien recibidas por parte de los productores. De acuerdo con Cortés, Lidia Camacho consiguió varios logros que posibilitaron la “entrada de Radio Educación al siglo XXI”, como reconstruir la fonoteca, apoyar a productores para que obtuvieran becas y reestructurar el área de producción, entre otras cosas. Para la entrevistada, hubo una mayor relación con el Conaculta que en la administración anterior; por eso hubo más apoyo a la emisora en sus actividades de producción:

Lidia Camacho fue muy hábil políticamente. Se supo colocar, porque ya pertenecíamos a Conaculta con Pi Orozco y no había apoyo. Radio Edu-

cación estaba en nada. Lidia conecta bien con Sari Bermúdez. Sari queda bien colocada y los proyectos de Conaculta están tan dispersos que Lidia tuvo la visión de convencer a Sari de que, si ella trabajaba con Radio Educación, se le redimensionaría su trabajo (entrevista, 2008).

Cortés también considera que la gestión de Camacho se caracterizó por fomentar la participación de los productores para abrir nuevos programas, ya que hubo una búsqueda de creatividad para poder transmitir distintas sonoridades. Sin embargo, dice que mientras algunos productores se adaptaban a las nuevas formas de realización, otros no tenían disposición ni ganas de producir contenidos innovadores.

De acuerdo con Rodríguez,

Había muchos productores que no tenían disposición y no tenían la búsqueda. Pero sí tienes una productora, como Lulú [Muggenburg], que se asusta pero te escucha [...] y saca adelante el proyecto, entonces te vas con esta productora porque un productor debe tener una gran capacidad de adaptación de rescatarse y renovarse (entrevista, 2009).

Es interesante darnos cuenta de cómo a veces la dirección puede otorgar las condiciones para promover cambios que fortalezcan la producción, pero en ocasiones son los trabajadores quienes no quieren mejorar; esto limita las actividades de producción de la emisora, lo cual se refleja en los formatos y contenidos.

Hubo otros casos en los cuales la participación de los productores por iniciativa propia contribuyó a fortalecer la gestión de Lidia Camacho; uno de ellos fue la regularización de los salarios directos. De acuerdo con Cortés:

Los productores fueron al Congreso para que una partida que se les daba anualmente pasara a salarios directos. Entonces se regularizó la situación. Este proceso se lo adjudicó Lidia Camacho, pero fue una lucha de

todos [...] Lidia tenía colmillo, pero en realidad Hilda Saray [Gómez] lo concretó como delegada (entrevista, 2008).

Cortés añade que la gestión de Camacho fue aparentemente abierta y se consideraron las ideas de productores y del sindicato, por ejemplo, cuando se renovó la programación. Pero esto al mismo tiempo fue un arma de dos filos porque generaba confrontación entre las perspectivas administrativas de la emisora y los profesionales del equipo de producción. Al final, comenta que, a pesar de las discusiones, quien terminaba tomando las decisiones importantes era la directora:

La discusión se ha hecho agría porque las plazas se han ido llenando con una visión muy laboral. No profesional. El líder sindical pide su presencia en el comité de evaluación, pero su visión es muy laboral. Es decir, hay una democracia ramplona. Los criterios son muy laborales y no desde la perspectiva de producción (entrevista, 2008).

Aparentemente, de acuerdo con los testimonios, durante la gestión de Camacho hubo mecanismos que permitían la participación de los productores, pero en el fondo fue una de tipo autoritaria en donde las decisiones estaban centradas en la directora. Este es otro aspecto que limitaba el desarrollo de una emisora que se autonabraba como una que intentaba asemejarse a un medio de servicio público.

Ante tal circunstancia, tanto el sindicato como el comité técnico de programación fueron dos órganos independientes dentro de la emisora que en ocasiones sirvieron para hacer contrapeso a las decisiones autoritarias de la directora y un instrumento importante de participación de los realizadores: “El trabajo que se hace dentro de él es importante”, dice Cortés, “pero el comité no siempre funciona porque no cumple con el rigor”.³⁰

30 En palabras de Cortés, el comité se creó por los abusos que había cometido la Dirección y la SEP en la década de los ochenta: “La huelga fue en el 87, la de Marcial Alejandro. El pleito fue porque se habían ganado plazas que habíamos ganado cuando Granados

Además, como lo han dicho otros entrevistados, a veces ha servido para que algunos trabajadores mantuvieran sus cotos de poder.

Los productores y funcionarios describen la gestión de Camacho como una que tuvo varios logros; sin embargo, es oportuno recordar que durante su administración no se elaboraron criterios de producción y programación que hubieran permitido robustecer a la estación para las siguientes administraciones. Tampoco se concretaron acciones administrativas que permitieran abrir nuevos puestos para el personal creativo: en la estación aún deben hacer muchos trámites para liberar plazas, lo cual evita que se integren nuevas voces y visiones de jóvenes radioastas,³¹ quienes tienen habilidades académicas y profesionales en medios (en entrenamiento digital y metodologías de investigación, por ejemplo).

Limón (2008) parecía haber encontrado un par de alternativas: *a)* propiciar que hubiera retiros voluntarios, aunque el problema es que los realizadores no se querían jubilar; *b)* otra posibilidad era que los productores experimentados capacitaran a las nuevas generaciones para que crearan sus nuevos estilos y lenguajes para producir radio. Pero esta conversación en este periodo era casi inexistente en los pasillos y en la dirección de la emisora y, por consiguiente, no se vislumbraba ningún cambio en los siguientes años.

Finalmente, cabe precisar dos cosas: *a)* el desarrollo de una estación no solo se debe a una buena gestión, sino también a políticas federales que generen las condiciones para el desempeño adecuado de una institución; y *b)* durante el sexenio de Vicente Fox recordemos que, si bien el presupuesto nunca fue alto para Radio Educación, fue creciendo año con año durante 2001-2006, lo cual le permitió mejorar muchas de sus actividades de producción y programación.³²

Chapa era director, pero nos las quitaron y nos pusieron de confianza, y uno de los logros de esa huelga fue que se creara un comité técnico en donde los productores pudieran tomar decisiones colegiadas". Este episodio ya fue explicado en el capítulo III.

31 Radioastas es un término común utilizado en el mundo hispano para denominar a los profesionales creativos de la radio.

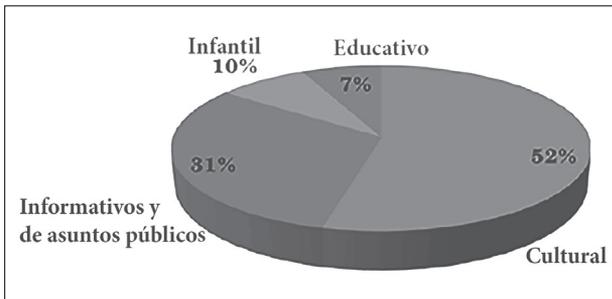
32 Véase el alza en los presupuestos en este sexenio en el capítulo III.

ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN EN RADIO EDUCACIÓN

Al igual que lo expresaron los realizadores, el análisis de la programación refleja que Radio Educación ya no solo se distingue por cumplir una función educativa en su programación como se lo proponía desde su origen, sino una estación con un perfil de programación cultural, informativa y de asuntos públicos.

De la programación, 52% está dedicada a programas culturales, 31% a aquellos informativos y de asuntos públicos, 10% a los infantiles y 7% a los educativos. Por lo tanto, demuestra que ha rebasado su misión como radiodifusora educativa, cuando la “1060 de AM” reabrió sus puertas en 1968.³³

GRÁFICA 1. Distribución estadística de la programación por género.



FUENTE: elaboración propia.

Es un hecho que Radio Educación se ha ido adaptando a algunas de las necesidades sociales del auditorio que, como ya dijimos, buscaba otras opciones de información y entretenimiento mediático; particularmente se observa el fortalecimiento de la programación informativa, cultural y educativa durante el periodo de la gestión 2000-2006. Al respecto,

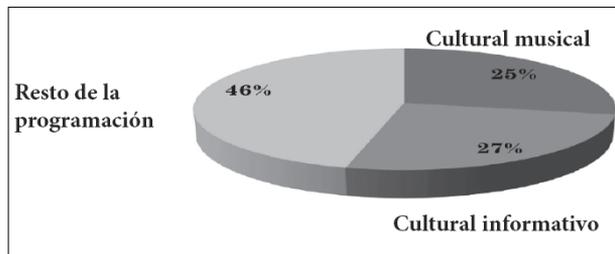
33 Estos datos corresponden a la barra programática del 17 al 23 de octubre de 2005.

Alba, al igual que otros estudiosos de la radio, considera que los cambios se dieron por el trabajo institucional que se edificó desde los orígenes de la emisora y surtieron mayor efecto durante este periodo:

La orientación que la XEEP refleja en los últimos tiempos es más hacia una programación de corte cultural que con fines educativos (es decir, más como espacio para divulgación de la cultura que como medio de apoyo a la educación formal), puede atribuirse a la mayor participación del Conaculta en las tareas de la emisora, con el consecuente cambio en las políticas para la programación (entrevista, 2008).

Los programas culturales son los que conforman más de la mitad de la programación con 52%, dentro de este porcentaje distinguimos dos tipos de programación, los musicales, con 25%, y los informativos, con 27%. También contribuyen a narrar los acontecimientos actuales de la vida cultural del país, sobre todo en lo que se refiere a las bellas artes y al patrimonio cultural de la humanidad; asimismo, sirven como refuerzo para los contenidos escolares y los valores cívicos. Programas como *Pueblo de patinetas*, *Raíz Grabada*, *Vida al aire*, *Alas y raíces* y *De puntitas* son ejemplo de ello.³⁴

GRÁFICA 2. Programación cultural.



FUENTE: elaboración propia.

34 En la primera parte de este capítulo se puede encontrar la lista de los programas analizados.

Dentro de los programas musicales se escucha una gran variedad de música (expresiones de la cultura popular, contemporánea y alta cultura), desde sones, hasta jazz. Particularmente, lo que distingue a esta parte de la barra programática es la contextualización que se elabora alrededor de la música. Por ejemplo, se explica su historia, se producen perfiles sobre cantantes e incluso hay invitados a los programas que hablan sobre su obra.

Los programas musicales tienden a mostrar una diversidad de distintos géneros mediante la contextualización del origen histórico de la melodía o canción, en particular la intencionalidad política; con ello los locutores dotan al escucha, de manera lúdica, de información que muestra diferentes visiones del mundo que a la larga coadyuvan al desarrollo de la pluralidad cultural y política.

En la barra analizada, el programa *Voces*, producido por Radio Netherland, de los Países Bajos, ejemplifica el punto anterior. Se trata de música árabe en Venezuela. En el guion se explica la historia de la música y se discute, de forma entretenida, su relación con la cultura venezolana. Otros más, como *Raíz grabada*, que trata sobre el son, aborda el tema de manera muy especializada, incluso en su edición cuenta con un invitado que traduce la complejidad de este género.

Llama la atención que algunos de los programas registran más de 500 ediciones para octubre de 2005 y los productores conocen muy bien el ángulo de los contenidos; *Datos para una historia aún no escrita* y *Ya nos cayó El Chahuistle* son muestra de ello.

En general, en las producciones musicales, al contextualizar sobre el origen de la música, se invita a la reflexión y se ofrece información en relación con la música escuchada. Siempre se nota un ángulo crítico, son cuidadas en su producción y muestran el patrimonio cultural de diversas partes del mundo. Programas como *Todo se escucha en silencio*, *El trovo y la versada*, *Posibilidades sonora* y *Sonidos de la huasteca* son una muestra de producciones que tienen específicamente dichas características.

La programación cultural, sobre todo la musical, es la más diversa en la emisora; conforma 28% de la barra. Muestra una riqueza que se adentra en las expresiones ideológicas y en las perspectivas de pensamiento más profundas del país, de América Latina y de diferentes regiones del mundo (18 programas están dirigidos a estos temas), como aquella escuchada en la producción *El arte de escuchar*, o en la dedicada a la vida de *Miles Davis*. La variedad de géneros musicales conlleva a la diversidad de contenidos, porque la explicación que hacen los presentadores articula las diferentes perspectivas culturales que giran alrededor de la música. En el corpus analizado hay al menos nueve tipos de géneros musicales y están bien proporcionados a lo largo de la barra programática –desde música folclórica mexicana y latinoamericana, española, jazz, blues, entre otras.³⁵

El Radioarte o arte sonoro –como también es conocido– forma parte de la programación musical. Hemos dicho que este género fue impulsado por Camacho. Su presencia es apenas visible en la programación, pero su calidad merece reconocimiento. Por ejemplo, en el programa *El arte de escuchar el radioarte*, el cual es un paisaje sonoro de Finlandia, se sugiere una historia a través de la música para recrear imágenes sonoras muy vivas de aquel país.

La introducción de este género ha sido un ejemplo de cómo nuevos formatos experimentales, cuyo lenguaje es complejo, pueden enriquecer la programación, porque también traen nuevos contenidos de forma muy creativa y sugerente, dotados de un guion bien estructurado y escrito. Algunos observadores de la radio han sostenido que México se caracteriza porque en años recientes se han multiplicado los formatos, pero no los contenidos (Winocur, 2002); mas la introducción de Radioarte matiza dicho precepto. Al desarrollo de este género híbrido, le antecede un largo trabajo que inició con la administración de Camacho.

35 Véase la tabla de clasificación por temas en el apartado metodológico.

La difusión de la cultura de las llamadas bellas artes tiene la mayor presencia en la barra de la emisora, después de los programas musicales: producciones sobre poesía, arte, literatura, lengua, cine; asimismo, se cubren dos festivales: el Cervantino (*Cervantino al aire*), y el de Morelia (*Gente de cine*).

Dentro de este tipo de programación se dedica espacio a programas de la vida cotidiana, como la comida. Aunque no se tienen datos de audiencia para 2005, de acuerdo con los realizadores, los programas han construido un público, sobre todo porque se han transmitido durante varios años al aire; en muchos casos, han estado los mismos productores a cargo, quienes han creado un estilo de producción.

En los programas dedicados a las bellas artes y a la difusión del patrimonio de la cultura, algunos productores tienden a mostrar una gama de temas que enriquecen la información de los escuchas sobre personas y acontecimientos que suceden en México y en el mundo. Además, estos hacen un esfuerzo por visibilizar a creadores que no siempre tienen cabida en otros medios de comunicación, sino a aquellos que contribuyen, con su talento, a sus localidades y regiones de origen. Tal es el caso de los programas *Todo se escucha en el silencio*, *Sonidos de la huasteca*, *Posibilidades sonoras* y *Fonemas y dilemas*, por citar algunos ejemplos. En este último, por ejemplo, a partir de una palabra, explican diversas cosas y lo relacionan con la cocina. Además, la conducción y la voz del presentador contribuyen a que los contenidos sean claros y amenos.

Sin embargo, este no es el caso de todos los programas analizados, porque la mayoría de este rubro tiene una manera muy formal de presentar los temas. Si a esto le sumamos que los contenidos son muy especializados, los programas pueden limitar el espectro de audiencia.

Tanto en los programas culturales-musicales como en los culturales-informativos encontramos programas *lúdicos* y *festivos* que, de manera amena e inteligente, motivan a querer aprender sobre temas de la sociedad y la cultura. En otros, por ejemplo, en los programas de corte musical, se explica sobre la manifestación cultural del jazz en Nueva Orleans; sobre

la influencia de los jugadores y trovadores en la música venezolana, así como su influencia árabe. En *Raíz grabada* no solo se escuchan sonos huastecos, sino que un especialista explica y contextualiza cada una de las piezas. Asimismo, se relata la vida de personajes mexicanos, como el poeta Efraín Huerta o la bailarina Lourdes Luna, lo cual es una invitación para acercarse a la poesía, además porque son de los pocos espacios en México en donde se puede conocer de la vida de estos creadores.

Es interesante subrayar que Radio Educación ha desarrollado en México un estilo lúdico de hacer radio; es una forma de producción diferente a la de la radio comercial y otras estaciones de gobierno. Aunque existe un exceso de formalismo y rigidez en algunos conductores y el nivel de la festividad no es igual en todos los espacios, en otros de los programas –como “Sexprovoz” o *Alas y Raíces...*– las narrativas dotan de información al escucha con conversaciones bien argumentadas y elementos de producción mediante un tono pausado que puede ser agradable para los escuchas.

Además, cabe destacar que la emisora es una de las radios estatales en México que más programas produce hasta la fecha. Como se analizó en el capítulo anterior, desde su apertura, cada año fue produciendo más contenidos, aproximadamente 96% de sus programas.

Mediante los programas que siguen un formato cultural-informativo (27%), el escucha tiene acceso a diferentes formas de pensamiento. Los perfiles radiofónicos producidos en los programas *Vida al aire*, *En el fondo somos así*, *Mi otro yo*, por citar algunos casos, son muestra de ello.³⁶

Resulta interesante que se le dedique casi 10% de la programación total a la producción de perfiles, los cuales son producciones de alta calidad. Radio Educación es de las pocas estaciones en el país y en Amé-

36 Perfil radiofónico es un género informativo que consiste en la entrevista de un personaje. Muchas veces la conversación con el invitado puede ser mediante preguntas y respuestas; o bien, se puede escuchar solamente la voz del entrevistado y, en ocasiones, una contextualización hecha por el periodista alrededor de la voz del entrevistado.

rica Latina que ha desarrollado este género. Realizadores como Guadalupe Cortés, entre otros, lo han hecho evolucionar al buscar mejores formas narrativas mediante el sonido y las nuevas tecnologías para contar las historias. Muchas veces se trata de personajes que hacen una gran contribución a las artes y la cultura de México o el mundo, pero que no son visibilizados por otros medios de comunicación.

Dentro de los perfiles, hay dos que llaman la atención: *Vida al aire*, que retrata la vida de una bailarina, y el segundo, *En el fondo somos así*, es una entrevista con un documentalista. Ambos personajes ejemplifican la producción de dos creadores, quienes comparten su trabajo y la manera en que formaron su patrimonio profesional. Cada personaje tiene un adentro inusual, lo cual le da un valor noticioso al programa. Las técnicas para explicar sus vidas utilizan el formato de la entrevista. En el primero, *Vida al aire*, la bailarina cuenta su vida en primera persona, mientras que, en el segundo, las preguntas del presentador guían una conversación articulada en donde es notoria la especialidad del presentador en el tema. Ambas historias evidencian cómo su trabajo forma parte de la vida cultural del país y se convierten en una ventana para que los escuchas conozcan más sobre su patrimonio cultural.

Es un hecho que los espacios culturales-informativos (27%) se han convertido en una de las mayores fortalezas de la barra de Radio Educación. Programas como *Aquí estamos* y *Al rojo vivo* reflejan un largo trayecto trazado por productores desde los orígenes de la emisora, el cual ha seguido su camino a pesar del cambio de las administraciones y, en algunos casos, de su estrecha visión.

Entre los programas destacan los dedicados a las culturas indígenas, los cuales ofrecen una perspectiva histórica a los contenidos; en ellos se utilizan recursos de producción para explicar y reconstruir con imágenes sonoras y narrativas, como el programa *Al rojo vivo*, en formato de reportaje, sobre los sacrificios de los mexicas. Es un espacio crítico en el que participan especialistas, quienes ofrecen diferentes puntos de vista que evitan sesgar la información; además, la musicaliza-

ción y la narración permiten entender, de manera amena, el porqué del rito. Asimismo, se motiva al escucha a entender las formas de vida que existían en el pasado y a no juzgar prácticas culturales que pueden parecer muy ajenas a las actuales.

Hasta 2006, la XEEP era una de las pocas emisoras en el país que tenía programas culturales-informativos dedicados a los indígenas (3%), y hacían un gran esfuerzo por representar sus mundos con seriedad sin crear estereotipos y con el fin de ampliar el entendimiento de sus culturas.

Otra de las aportaciones de la emisora se encuentra en 3% de la programación que corresponde a los noticieros culturales (de media hora); se trata de dos informativos sobre la agenda cultural en el país. Aunque podrían parecer poco para una radio que se perfila como cultural, la producción *Su casa y otros viajes* es probablemente el noticiero de la radio estatal y cultural que dedica más tiempo a estos temas.

La dramatización es uno de los formatos más viejos en la historia de la radio en México, y Radio Educación lo sigue utilizando para realizar series sobre personajes históricos o adaptaciones de novelas. La radiodifusora, desde hace varias décadas, ha creado una escuela en este rubro, en donde han participado voces como las de Ignacio López Tarso. Por ejemplo, la serie *Así asesinaron a Trotsky* es una dramatización que narra la vida del personaje y en la que, de forma amena y lúdica, se pueden aprender algunos pasajes de la biografía de León Trotsky.³⁷ Es importante señalar que mientras en otras radiodifusoras, comerciales o no, este género ya casi no se escucha, Radio Educación lo sigue programando. Además de que el formato enriquece la programación cultural, no solo por su nivel de producción, sino porque un contenido biográfico como este contribuye a fortalecer el bagaje histórico de los radioescuchas y puede ser un apoyo incluso para contenidos escolares.

37 *Así asesinaron a Trotsky* fue una retransmisión, pues la producción original es de Radio UNAM; el productor fue Emiliano López Rascón.

La XEEP cuenta con productores que llevan trabajando desde sus inicios; ellos han sido un pilar importante para darle continuidad a los proyectos y construir la identidad programática de la emisora. Productores como Guadalupe Cortés se han ido especializando en diferentes saberes como la literatura, o Cruz Mejía en música popular.

La programación cultural se ha dedicado a difundir la cultura de México y del mundo, especialmente las bellas artes. Pero aún faltaría entender otras manifestaciones de la cultura en su más amplio concepto a través de producciones que atraigan a una audiencia más diversa –radioescuchas adolescentes y de la tercera edad– interesada en una multiplicidad de temas: videojuegos, sexualidad, tecnología, entre otros, temas tratados desde una perspectiva crítica y, como lo menciona Néstor García Canclini, “tomando distancia de los condicionamientos comerciales” (García, 2008).

Hemos dicho que en 2005 no se contaba con estudios de audiencia, lo que dificultaba en gran medida conocer las necesidades culturales de los escuchas. Por otra parte, el tratamiento de algunos temas era complejo y muchas veces era difícil entenderlos con facilidad; además, la producción de los programas no mantenía la misma calidad en las producciones, demeritando la programación cultural.

Como lo expresaron los realizadores, mientras que los programas informativos se fortalecieron en la administración de 2000-2006, los noticiarios se quedaron estancados y sin propuestas reales que los impulsaran a ofrecer una información más profunda, plural y crítica –una información que, aparte de contribuir a formar opiniones en los escuchas y hacerlos reflexionar sobre diversos asuntos sociales, pudiera ampliar la discusión de la vida pública.

A pesar de ello, de acuerdo con el tema estudiado, los tres noticiarios de información general son uno de los pilares de la barra programática; hacen un gran esfuerzo, con muy limitados recursos de producción para ordenar la agenda informativa del país y del mundo. Junto con *Avance informativo*, los cuatro noticiarios conforman casi 6% de la pro-

gramación, lo cual es un tiempo reducido para ofrecer a los escuchas un panorama informativo y de opinión con especialistas. *Pulso* es el noticiario producido en casa y tiene cinco emisiones: *Pulso de la mañana*, *Pulso de la tarde*, *Pulso de la noche*, *Avance informativo*, *Pulso sabatino* y *Pulso dominical*. Como ya se mencionó, el equipo de producción cuenta con siete reporteros de tiempo completo, mismos que no son suficientes para cubrir la alta demanda de eventos que hay en el país.

Al igual que la mayoría de los formatos, los noticiarios también se caracterizan porque a las voces les falta expresividad. Pero si comparamos a los conductores de los noticiarios comerciales con los de Radio Educación, estos diferencian porque no “gritan”, y en sus entrevistas son más respetuosos con los interlocutores; tampoco llegan a actuar como policías o evangelistas de la verdad, o a enjuiciar a políticos de medio rango. Asimismo, hay un mejor cuidado en la redacción de los guiones en comparación con otros espacios radiofónicos.

Pulso es de los noticiarios con mayor ángulo crítico en el cuadrante, aunque ya se mencionó que a veces alguna noticia podría favorecer a los partidos de izquierda, sobre todo en coyunturas políticas determinadas; de hecho, en nuestro estudio hubo varias menciones para el PRD. Asimismo, el noticiario es de los mejores escritos en el cuadrante, sobre todo las emisiones de fin de semana, porque goza de reporteros con experiencia en el trabajo de sus fuentes y redactores con una larga trayectoria en la escritura de noticias, como es el caso de Tomás Domínguez.

Por medio de programas como *Pulso*, Radio Educación se ha convertido en un referente informativo y de orientación pública sobre el acontecer internacional. Mediante estas realizaciones se escucha una perspectiva internacional diferente a la que se difunde en los medios de comunicación del país; esto es importante, sobre todo cuando en esta época México se encontraba relativamente aislado de lo que acontecía en el mundo y las secciones de los noticiarios y páginas internacionales de la prensa eran muy escuetas.

Los programas internacionales de Frida Modac, de la BBC y de Radio Francesa Internacional, funcionaban como una ventana para que los ciudadanos ampliaran sus criterios sobre lo que sucede en otras partes del mundo –hecho que es trascendental para un país que aspira al desarrollo económico en un contexto global.

Estos espacios informativos, aunque son producciones europeas, buscan tener una perspectiva latinoamericana e intentan mantener criterios de imparcialidad, precisión, transparencia e independencia editorial. Los reporteros son latinoamericanos y altamente capacitados, y la redacción trata de hacerse lo más cuidadosa posible. En sus reportes se dan, al menos, dos puntos de vista de los hechos y evitan dar opiniones, a menos que haya comentaristas o que se trate de una injusticia social catastrófica. La producción de los noticiarios podría limitarse a un estilo periodístico que se desarrolló durante la posguerra, pero los esfuerzos en el manejo de voz y el tratamiento de la información le dan dinamismo a las emisiones.

Probablemente esta es otra de las razones por las cuales los informativos de Radio Educación son un referente importante para los ciudadanos, aun a pesar de sus limitaciones: rigidez en el formato; horarios acotados de transmisión; la necesidad de incorporar más elementos de producción, como resúmenes y cápsulas informativas, la ausencia de lineamientos de producción y las limitaciones para realizar un periodismo de investigación.

Por otra parte, como ya se ha mencionado, los contenidos informativos y de asuntos públicos se fueron fortaleciendo dentro de la programación durante el sexenio estudiado, en parte porque había una necesidad de renovar programas que habían seguido con la inercia de la estación; de esta lógica se generaron nuevos programas con este corte, como *Punto de encuentro* (entrevista a Rodríguez, 2009).

El fortalecimiento de los programas informativos puede tener varias razones, pero hay una en especial, la económica. Los tabuladores para un programa informativo son mayores que para uno educativo, ante lo

cual, en opinión de Calderón, “ya se está viendo un criterio donde se valoran más los programas informativos” (entrevista, 2008).

De acuerdo con los tabuladores proporcionados por Radio Educación, las coproducciones para programas educativos se pagan menos que las de otro género; por ejemplo, por 60 minutos un productor gana en una coproducción educativa 1 060 pesos, mientras que en una coproducción externa se pagan 1 188, y una con organismos internacionales el salario es de 1 487.³⁸ Esto también puede explicar por qué 31% de la barra programática es de programas informativos y 7%, de educativos.

Como ya lo hemos analizado, en este periodo Radio Educación incrementó el número de programas sobre asuntos públicos, con orientación política y social; de hecho, 10% de la barra programática estaba dedicado a este tipo de temáticas. Destacaban cuestiones dirigidas a problemas contemporáneos, desde la relación de los medios de comunicación con la sociedad, hasta los que discutían sobre la discriminación o la tolerancia. Algunos contenidos se adentraban a fenómenos sociales de forma interesante que no muy fácilmente se abordaban en los medios de comunicación o en otros espacios de la vida pública; temas como las drogas, el fenómeno de la Mara Salvatrucha en El Salvador o de sexualidad para adolescentes, eran ejemplo de ello.

Radio Educación ha logrado construir en los primeros años del siglo XXI una sección programática de contenidos que debaten temas contemporáneos desde una perspectiva informativa y crítica. Al respecto, se puede ilustrar el caso del programa *El fin justifica a los medios*, el cual se ha convertido en un punto de referencia para ciudadanos y profesionales interesados en la relación de los medios con la sociedad. Hasta esta fecha, el programa lleva más de 15 años en el cuadrante y la producción consiste en difundir información general, entrevistas con especialistas, entre otras secciones; cabe señalar que en el cuadrante mexicano es de los pocos programas en su tipo.

38 Información proporcionada por el Departamento de Recursos Humanos de la emisora.

Sin embargo, existen otras voces que necesitan ser más escuchadas en la barra programática: inmigrantes, ancianos, personas discapacitadas, prostitutas, mujeres solteras, enfermos mentales, enfermos que abusan de sustancias tóxicas, como el alcohol o drogas duras, grupos LGBTTTIQ,³⁹ negros, judíos, por citar algunos ejemplos. Son sectores étnicos y políticos que residen en México y que no tienen mayor representación en la barra. Pero resta un grupo más, el de los adolescentes, que es atendido solo en el programa *Sexualidad en tu propia voz*. Sin embargo, dadas las necesidades sociales del país y por conformar un número importante de la población, merecerían tener una mayor atención.

Observamos que uno de los valores más importantes abordados en los contenidos es el de la tolerancia, lo que refleja cómo los productores han ido incorporando las nuevas narrativas sociales en sus programas; 11% de los programas del *corpus* trata este tema. *Iguales pero diferentes* es una producción cuyo objetivo es hablar de la discriminación y la tolerancia. La producción ha beneficiado el punto de vista crítico en que son abordados los contenidos: la información es clara, precisa y entretenida, e invita a la reflexión sobre esos temas, los cuales no son discutidos en la radio y en los medios de comunicación en general desde la misma perspectiva crítica como este programa lo hace.

Es un programa coproducido con la Conapred (Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación) que permite mantener la calidad en la producción al otorgar recursos financieros que aprueban retribuir económicamente a los realizadores. En este sentido, observamos que, en particular, el tratamiento de la información y de la calidad de la producción en las coproducciones están muy cuidados; esto tiene que ver porque existe un trabajo interinstitucional entre una organización –Conapred– y la emisora, que pretende difundir su misión, objetivo y contenidos, además de que hay mayores recursos para las coproduccio-

39 LGBTTTIQ significa lesbiana, gay, bisexual, transexual, transgénero, travesti, intersexual, Queer.

nes y esto también es un incentivo para que se le ponga más exigencia a la producción. Esto es cierto cuando la mayor parte de los realizadores (guionistas, investigadores, musicalizadores, coordinadores de información, asistentes de producción, algunas voces) de Radio Educación trabajan por honorarios; al menos, para Calderón esto es claro: “Hacer una coproducción es una de las únicas posibilidades mediante las cuales te puedes hacer llegar de recursos propios; cada programa de estos se paga alrededor de 700 pesos por concepto de producción o coordinación; todo depende de la duración y tipo de programa” (entrevista, 2008).

Existe otro tipo de colaboración interinstitucional, como en el caso de *Hispanorama*, producido por la Radio Exterior de España. La producción consiste en un programa informativo que trata diferentes temas sociales. La edición analizada debate sobre la clonación y logra, en 30 minutos, con un guion bien escrito y narrado, profundizar en el tema y dar diferentes puntos de vista acerca del fenómeno.

El perfil ideológico de los realizadores se ve reflejado en el análisis de programación; específicamente en los espacios sobre política, que ocupan 6% de la barra semanal. Se trata de programas con charlas amenas en donde se invita a especialistas. Algunos tienen formato de entrevista, como *Política en plural* o *Punto de encuentro*. En este, cuatro analistas políticos (Ricardo Rocha, Javier Solórzano, Virgilio Caballero y Miguel Ángel Granados Chapa) analizan asuntos políticos relevantes durante la semana.

Los programas de índole política han jugado un papel muy importante en la barra de Radio Educación porque contribuyen a orientar al escucha de una forma clara y sencilla sobre la vida política del país. Asimismo, se alejan de los vicios de la mayoría de los programas de corte político que se inclinan más por hacer propaganda a cierto candidato o funcionario público, es decir, polemizar un tema mediante la confrontación directa de los políticos y en donde el conductor del programa funciona como réferi y no como el moderador de una discusión, y en donde

no se logra establecer un debate sino únicamente una mayor lucha por el *rating*.⁴⁰

En México existían fuertes problemas de salud en ese tiempo, como sobrepeso y diabetes, los cuales afectaban a gran parte de la población; sin embargo, estos temas parecían ser ignorados por la mayoría de los medios de comunicación (tanto estatales como comerciales) o eran tratados con superficialidad. En Radio Educación, por el contrario, se discutían como asuntos de salud pública, estaban presentes en tres programas y conformaban 4% del total de la programación. Dos de las producciones incluso estaban coproducidas con el IMSS. Aunque los formatos eran sencillos, los programas ofrecían información valiosa que orientaba sobre la salud pública.

Similar situación se percibía con los asuntos de género. Hasta 2005 los programas de género de la barra programática eran dedicados a las mujeres y representaban 3%. *Irradiando; mujeres interactivas* y *Visor Femenino* abordaban diversos problemas a los que se enfrentaban diversos tipos de mujeres. El primero era una coproducción con la ONG Sipam-Salud Integral para la Mujer y orientaba a las mujeres en materia de salud pública. Los temas se abordaban de forma seria y ofrecían información útil para sectores muy específicos de la población.

Los programas informativos y los asuntos públicos cubren un gran espectro de temas sociales y políticos sobre México y el mundo, algunos de los cuales son poco analizados en los medios de comunicación en México y de manera crítica; mucha de esta información contribuye a que el ciudadano pueda formarse opiniones sobre diversos aspectos de la vida social.

40 Aunque no es parte de nuestro *corpus*, los programas políticos de Radio Educación fueron clave durante el proceso electoral de 2006 para elegir al candidato presidencial. Ante una invasión de información editorializada y sesgada, este tipo de contenidos ofreció un punto de vista crítico al proceso y ayudaron en gran medida a orientar al ciudadano y contextualizar la información producida en los medios y en las campañas electorales.

Dado que un gran número de programas ha estado al aire por mucho tiempo, se han convertido en referente informativo para los escuchas por distintas razones: se discuten los temas desde una perspectiva diferente a como lo hacen la mayoría de los medios de comunicación; las llamadas telefónicas, correos electrónicos e incluso son recurrentes las visitas a la estación por parte de los escuchas; en el contenido de la mayoría de los programas se puede apreciar que invitan a la reflexión y promueven el cuestionamiento de los ciudadanos.

Aquí se observan diversos temas sociales como educación (7%), salud (6%), programas sobre género (3%) e incluso los especializados en temáticas específicas como en *El fin justifica a los medios*; estos temas son tratados bajo narrativas que incluyen a diversos sectores de la población. Además, en prácticamente todos los programas de asuntos públicos hay especialistas que ofrecen visiones acuciosas sobre el tema de la discusión.

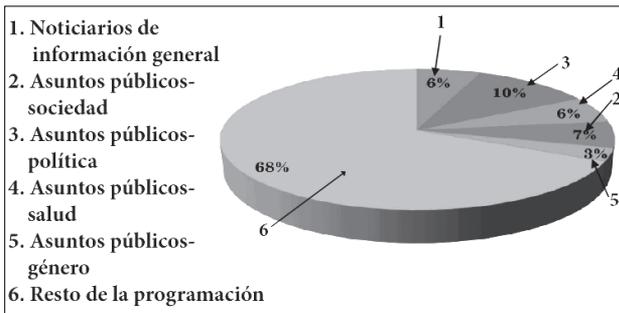
Se observa, al igual que lo manifestaron los realizadores entrevistados, que los programas de orientación social están alineados a una ideología de izquierda, incluso a veces militante. Por ejemplo, de los cinco programas destinados a temas sobre política electoral, en cuatro de ellos se hace referencia a los principales partidos políticos; sin embargo, el discurso tiende a favorecer a la llamada izquierda.

El problema de esta tendencia es que la dirección no tiene un criterio que determine la representación o referencia equitativa de grupos sociales en los contenidos, lo cual puede contribuir, como afirma Winocur, a “reproducir los estereotipos acerca de ‘lo que piensa la mayoría’, ‘lo que es de interés común’, y además acerca de cómo, cuándo y dónde decirlo” (2002: 115). Por ello, los grupos sociales tienen que aprender a negociar con la emisora y a comunicar sus necesidades, de otro modo “corren el riesgo de quedar excluidos del discurso por vía de la omisión, de la censura o por su condición de minoría” (2002: 115).

En cuanto a los programas de asuntos públicos orientados a temáticas políticas, estos varían de acuerdo con las características del productor,

quien dirige el programa. Por ejemplo, en *Del campo y de la ciudad* es menos la pluralidad porque las descalificaciones a partidos políticos o a actores políticos de derecha es recurrente; tampoco se escuchan voces que contrasten la visión política del presentador. Sin embargo, esto no sucede en programas como *Punto de encuentro*, donde los cuatro presentadores manifiestan ideas más alineadas a la izquierda, pero lo realizan con argumentaciones que respaldan el contenido de su discurso.

GRÁFICA 3. Distribución estadística de la programación y de asuntos políticos.



FUENTE: elaboración propia.

Nota: Los informativos de Radio Educación son tres: *Pulso*, de Radio Educación, *BBC Enlace* y *Servicio noticioso de Radio Francia Internacional*. Para este análisis no se consideró el noticiero *Hoy en el 1060*, por ser un informativo que difunde la programación del día de la emisora. Tampoco *La Hora Nacional*, porque no es producción de Radio Educación y solo se transmite por obligación, como parte de los tiempos oficiales del Estado.

En este caso no podríamos hablar de pluralidad política en Radio Educación, pero, como mencionamos anteriormente, durante el sexenio de Fox la mayoría de la información que se transmitía en el cuadrante favorecía a partidos de derecha y a la llamada “propaganda” oficial. La emisora, con esta tendencia, privilegiaba otro tipo de perspectivas políticas y culturales que no eran escuchadas en otras emisoras metropolitanas.

Esto nos conduce a cuestionamientos sobre otras formas de entender la pluralidad periodística en la radiodifusión en México, la cual necesitaría estudiarse prácticamente en un futuro.

Asimismo, aunque la emisora se asumía, desde la opinión de los realizadores, como una que favorecía la pluralidad política y cultural, en las actividades cotidianas la programación estaba supeditada a la decisión personal de los productores que orientaban el rumbo de su programa. Recordemos también que, de acuerdo con el testimonio de los mismos trabajadores, la dirección en este periodo no tuvo la voluntad de apoyar con recursos la producción de noticieros o de investigación en los que se escuchara una mayor pluralidad de voces.

Como ya se ha analizado, el perfil educativo de la emisora se ha constreñido a solo unos espacios. Según los realizadores, esto se debe a que la educación ya no solo es entendida como “apoyo a los contenidos escolares”, sino como parte de un sistema cultural más amplio. Del material analizado, 7% de la programación está dedicado a programas educativos; es un porcentaje muy bajo de acuerdo con la misión inicial de la XEEP de ser una radio educativa. Sin embargo, se trata de 7% nutrido de programas que ofrecen información trascendental sobre el sector educativo, fomentan la cultura de la educación e invitan a la reflexión. Esto es fundamental para ayudar a que los estudiantes mejoren su rendimiento escolar.

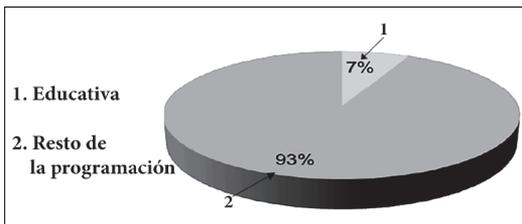
La mayor parte de los programas son coproducidos, ya sea con algunos de los departamentos de la SEP o con otra institución, lo cual, como mencionamos anteriormente, contribuye a que el Estado promueva la educación en la radio estatal. Uno de los mejores programas de toda la barra es *La hora del conecte*. Es una realización con mucha creatividad y con una producción muy bien cuidada. En él se adaptaron cuentos del escritor Eusebio Ruvalcaba. *Notisep* es otro programa coproducido con la SEP; es un informativo que explica cómo funcionan las diversas instituciones del sistema educativo. No tiene muchos elementos de producción, pero la información que vierte es muy valiosa y cumple con orientar a los escuchas sobre distintas actividades del ámbito educativo.

De acuerdo con Calderón, ha habido vastas experiencias que incitan a que la emisora revalore los programas educativos:

Ha habido intentos de radiocursos, como *Al Rescate de Euridice* (producido entre 2004 y 2005); es una idea de Ricardo Fuentes. La respuesta del público fue muy especial porque se hizo el radioescucha parte del programa. Rompía con el hecho de ser solo los emisores. Existe el caso de Juan Medellín, un radioescucha de la tercera edad, quien se animó a alfabetizarse digitalmente por este programa. *Al rescate de Euridice* no dejó de ser educativo; creo que superó su objetivo porque fue educativo en otros ámbitos, no solo la música sino en el empleo de los nuevos recursos tecnológicos. Pero el proyecto se quedó ahí, y fue una lástima, porque su misión iba más allá de lo educativo. El curso era sobre la historia de la música. De hecho, falta un departamento para diseñar radiocursos. Como el caso de Radio ECA, en las Islas Canarias, la cual ha alfabetizado a ciudadanos por mucho tiempo. Por lo mismo, la vocación educativa de Radio Educación se tiene que recuperar (entrevista, 2008).

Los programas educativos de Radio Educación son fundamentales en una frecuencia (AM) donde apenas se escuchan producciones de este tipo; estos espacios también muestran que la radiodifusora puede fortalecer más esta función, de forma más continua y con realizaciones más creativas que apoyen el rendimiento escolar.

GRÁFICA 4. Distribución estadística de la programación educativa.



FUENTE: elaboración propia.

Algunos programas tienen recursos técnicos, como su edición en *pro-tools* o *audition*. Otros, como *Punto de encuentro*, cuentan solo con el recurso de la voz de los presentadores, pero el contenido, la articulación y la pasión en su discurso conforman un debate muy lúdico sobre temas políticos y sociales difíciles de aterrizar.

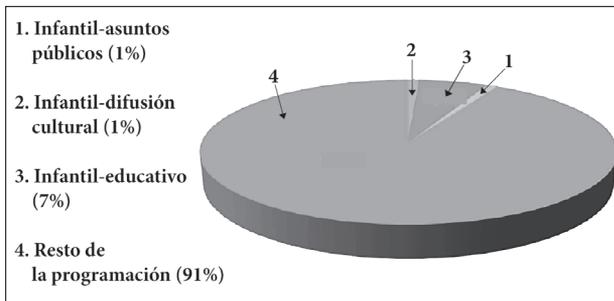
A pesar de que solo 10% se dedica a la programación infantil, se percibe que existe un compromiso con este sector de la sociedad, pues es de las contadas estaciones del país que abordan programas para niños y con temáticas que inculcan valores sociales como justicia, tolerancia, libertad de expresión, responsabilidad e igualdad; en otros programas los invitan a imaginar y a reflexionar sobre diversos temas de la sociedad. La mayoría de los seis programas infantiles de que consta la barra programática tiene muy buen nivel de producción, incluso algunos de ellos son conducidos por niños, tarea difícil para un equipo de producción. Tal es el caso de *Alas y raíces...* o *Cuéntanoslo todo*. En el primero, dos niños conducen el programa y entrevistan a otros más. En el segundo, los escuchas mandan relatos cortos y se leen en cabina.

No hay una barra infantil como tal; los programas se escuchan dispersamente a lo largo de la barra programática. Sin embargo, llama la atención que, debido a los contenidos y a los tratamientos del tema, pueden estar dirigidos para otro tipo de público. *Alas y raíces...* es quizá uno de las mejores producciones de Radio Educación. Los dos niños presentadores se desenvuelven con confianza ante el micrófono y pueden realizar entrevistas articuladas con otros invitados al estudio; es el caso de la edición 23, llevada a cabo con niños de la calle. Otras realizaciones más, como *De puntitas* (retransmisión) y *Cuéntanoslo todo*, están dedicadas a la difusión de la cultura y al desarrollo de la creatividad e imaginación en los niños. En la edición analizada del primer programa, se narran cuentos mayas; en la segunda, los niños envían sus propios relatos, los cuales son leídos al aire. Las historias son interesantes, aunque la narración hecha por el conductor podría llevarse a cabo de mejor manera. Finalmente, se puede escuchar un programa educativo, *Circo*,

maroma y libros, en donde relatan cuentos de libros editados por el Conaculta. Es una coproducción con la Dirección de Publicaciones del Conaculta que, además de fortalecer los contenidos educativos, motiva a la iniciación de la lectura de los niños y la cual ha permanecido por mucho tiempo en la barra de la XEEP.

Hay programas infantiles informativos, y de difusión de la cultura y de educación con contenidos que contribuyen a construir ciudadanía desde temprana edad al fomentar valores cívicos y sociales, como la tolerancia y el derecho público a la información con temas lúdicos y entretenidos.

GRÁFICA 5. Distribución estadística de la programación infantil.



FUENTE: elaboración propia.

Es interesante observar que en los programas infantiles se amplía el espectro en torno a la pluralidad cultural; por ejemplo, en el programa *Alas y Raíces...*, se invita a dos niños “de la calle” para que cuenten su historia. En la edición analizada, la cual también es conducida por dos niños, los niños de la calle narran su propia vida sin que otra persona la interprete; en *Cuéntanoslo todo* ocurre una situación similar.

Voz en off... Colaboración que nos manda Ximena Hernández... que vive en Acatlipa, Morelos... Ximena tiene diez años y una letra clarísima.

Leo su texto: “Recuerdo que un domingo fui con mi papá al Zócalo. El ayuntamiento de la localidad había organizado un evento infantil. Se iba a organizar una rifa de balones. A cada niño se le entregó un boleto con su número cuando concluyó la función, que por cierto la había organizado el grupo teatral de la familia de mi amiga. Eran balones de fútbol, basquetbol y volibol. Nosotros estábamos cerca del equipo de sonido. Entonces un señor poco robusto se ocupó de llevar a cabo el sorteo. Yo ponía *changuitos* para que me pudiera ganar un balón. Finalmente escuché el número que tenía escrito mi boleto. Ahora tengo un balón de volibol en mi recámara”.

Es un hecho que la emisora busca articular valores cívicos y sociales – como justicia, democracia e igualdad– a lo largo de la programación; sin embargo, a nivel de producción existen huecos entre algunos de los segmentos, los cuales se han tratado de cubrir mediante bloques de música estratégicamente programados. La XEEP cuenta con ocho programadores musicales, quienes han desarrollado por muchos años una dinámica de trabajo independiente del director en turno. Por iniciativa propia, han logrado hilar la programación mediante “un discurso musical” contextualizado por los presentadores de la estación, quienes están al aire en bloques de programación. La emisora es probablemente la única en la frecuencia AM que tiene locutor en cabina las 24 horas, de modo que hacen un esfuerzo por tejer los vacíos programáticos de acuerdo con lo que esté ocurriendo en la agenda pública, fechas onomásticas o coyunturas.

Por ejemplo, comenta Calderón:

Cuando las relaciones entre México y Cuba estuvieron en crisis, debido a la difusión nacional en los medios de una llamada entre los exprimeros mandatarios, Fidel Castro y Vicente Fox, durante todo el día se escuchó en la emisora todo tipo de música cubana, con el fin de emitir el mensaje

de que los lazos culturales entre las dos naciones eran más fuertes que las políticas (entrevista, 2008).

Estos momentos de la programación siempre tienen una temática con la que logran contar una historia, misma que es contextualizada por el presentador.

La barra programática se organiza semanalmente. Hay programas que parecerían ser bloques de asuntos públicos; por ejemplo, los lunes se transita del programa *Salud K cuenta* al de *Adicciones: un viaje por el mundo de las drogas*. Pero hay otros casos en donde primero se programa un contenido noticioso, luego otro de difusión cultural y se termina con alguno de asuntos públicos. Si bien los tres programas son dirigidos a adultos, los cambios de género pueden ser bruscos. En otra instancia, los miércoles a las 10 de la noche se programa *Cuéntanoslo todo*, un contenido infantil en el que niños envían sus relatos y se leen al aire. Además de ser un cambio brusco, porque se encuentra entre los programas *Punto de encuentro* (político) y *El arte de escuchar el radioarte* (cultura), está puesto en un horario que no es para el público meta.

Como explicamos en el capítulo anterior, la permanencia de la programación en la barra es fundamental, porque una programación que aspira a ser de servicio público debe promover el fortalecimiento de la cultura y, para lograrlo, necesita que las expresiones o significados culturales sean compartidos durante un tiempo prolongado en el sistema social. Un programa que dure un tiempo considerable en el aire puede lograr construir audiencias y tener efectos sustanciales en los ciudadanos, lo que podría coadyuvar a mejorar su bienestar social.

El *corpus* analizado es producto de diversos cambios en la programación realizados con anterioridad, por lo que existe una mezcla de producciones antiguas y nuevas.⁴¹ Algunas llevan un gran número de ediciones, por ejemplo, *No hagan ruido, música*, *Datos para una historia aún no*

41 De los programas, 22% fueron creados en 2003.

escrita o *Gente de cine*. Otros más, como *Tiritas de poesía*, *Vida al aire* o *Al rojo vivo*, aunque son nuevas producciones con contenidos nuevos, de algún modo rejuvenecen la programación y la forma de contar historias.

Uno de los programas con mayor arraigo en la estación era *Sexualidad en tu propia voz*; se había transmitido por casi una década y realizaba controles remotos en diferentes planteles de secundaria de la zona metropolitana y trataba sobre diversos temas de sexualidad.⁴² El programa era bien recibido por la audiencia, sobre todo por el sector de adolescentes a los que se dirigía la producción. Había seriedad y especialización a la hora de conducir los temas, algunos de estos difíciles de discutir por ser tabú en diferentes grupos sociales del país. Era uno de los programas con mayor audiencia e índices de participación en la emisora. Sin embargo, en diciembre de 2006 la producción fue retirada del aire sin previo aviso a los productores y sin mayor explicación; este hecho a floraba la verticalidad en las decisiones del director que afectaba la estabilidad de la programación de la emisora.⁴³

Gran parte de los programas de Radio Educación son en vivo, lo que permite que los escuchas puedan participar mediante llamadas o correos electrónicos; se trata de público que ha sintonizado la frecuencia 1060 AM desde hace años. Algunos de los productores les llaman “público clientelar” cuando se trata de programas añejos como *Ya nos cayó El Chahuistle*, en el cual incluso ciertos ciudadanos llaman recurrentemente para externar sus opiniones.

Asimismo, *Del campo y de la ciudad* contaba con una audiencia muy participativa, aunque hay que señalar que, de acuerdo con los realizadores, era un espacio que había obtenido un “público clientelar” en el que interactuaban organizaciones políticas de izquierda, que simpá-

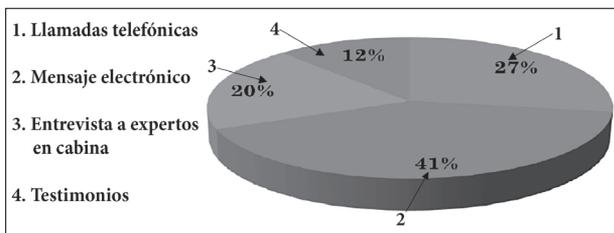
42 A partir de 2007 se dejaron de hacer controles remotos. Ahora los estudiantes van a la emisora.

43 *Sexualidad en tu propia voz* regresó a la barra en mayo de 2007, al inicio de la gestión de la directora Virginia Bello. Véase las notas periodísticas “Cancelan transmisiones en vivo a *Sexualidad en tu propia voz*”, en www.notiese.org, y “Vuelve al aire *Sexualidad en tu propia voz*”, en *La Jornada*. Consultados el 15 de octubre de 2008.

tizaban con el programa. Esto, en opinión de los realizadores, afectaba la pluralidad e independencia editorial de la producción al no existir diversidad de voces; asimismo, estas organizaciones utilizaban esta producción como vía para difundir su propaganda política.

En ocasiones, la participación sube de tono cuando se toca un tema controversial o cuando la conversación entre los comunicadores e invitados es candente, plural y con argumentaciones que sostienen las opiniones que se vierten. Tal es el caso de *Punto de encuentro*, en donde la discusión entre los periodistas se delibera con pasión motivando las llamadas del público.

GRÁFICA 6. Distribución estadística de la participación.



FUENTE: elaboración propia.

Winocur ha estudiado el tema de la participación ciudadana en la radio con profundidad; sobre este punto, explica que “en la lógica mediática, la participación es particularmente importante no tanto por la cantidad de llamadas recibidas, sino porque estas se instituyen en el argumento fundamental acerca del ciudadano en el discurso del programa” (2002: 114).

Los mecanismos que se emplean para fomentar la participación de los escuchas y representantes de la sociedad civil (políticos, funcionarios, artistas, académicos, etc.) son varios, como se muestra en la gráfica anterior.

Resulta interesante que la participación vía mensajes electrónicos sea la forma más común de participación, lo cual da indicios de la seg-

mentación social de escuchas que sintonizan la emisora en un país donde el acceso a internet en 2005 no superaba 20% (Alva, 2006). Los datos indican que se trata de un sector de la población con mayor escolaridad que la media nacional. También se observa que otras formas de participación no son muy recurrentes, como pasar las opiniones de los escuchas al aire, cuando esta es una forma de hacer al ciudadano protagonista y de darle mayor poder y visibilidad.

Más allá del formato o del género, en los programas se observa más participación e intensidad en las opiniones cuando el ciudadano tiene la capacidad de negociar con otros sectores de la sociedad; se difunden contenidos donde se incluyen a sectores que no tienen voz con facilidad en otras arenas públicas; se les da el micrófono para opinar; se les ofrece información útil para sus vidas cotidianas; el contenido del discurso transporta al escucha, mediante la creación de imágenes, al lugar de los hechos o por medio de controles remotos; el presentador media la conversación entre especialistas y el público.

Winocur explica que la negociación:

Representa importantes posibilidades para la ampliación de la esfera pública. Los canales que ofrece la radio [...] tienen un efecto democratizador independientemente de si las demandas se solucionan o no, de la intencionalidad de los actores o de los filtros que sufren en el proceso de salir al aire. En primer lugar, permiten ampliar el espectro de los temas que se debaten, en segundo término, hacen posible el reconocimiento de las necesidades de *otros* y, por último, validan socialmente la experiencia de individuos y grupos que normalmente no son tomados en cuenta o los discriminan en sus ámbitos de pertenencia más próximos (2002: 115).

Sexualidad en tu propia voz, o “Sexprovov” –como le llaman los radioescuchas–, es un ejemplo de este proceso participativo. Los conductores dirigen el programa en forma amena, incluso se atreven a bromear de manera respetuosa con alusiones retóricas a la sexualidad. El resultado

es el aprendizaje sobre el tema y el fortalecimiento del derecho a la comunicación. “Sexprovoz” es uno de los programas que recibe mayor número de llamadas de la emisora y, específicamente, durante una hora, el escucha es protagonista de la historia y los adolescentes adquieren visibilidad en la vida pública.

Winocur ha encontrado una explicación similar en su investigación sobre la participación en el cuadrante de la zona metropolitana; ella dice que la radio es un “espacio de transacción de intereses lo que básicamente se negocia no son las condiciones de participación sino las cuotas de *visibilidad*” (2002: 115).

En este estudio pudimos identificar que los contenidos apelan a valores sociales, como respeto, tolerancia, igualdad, solidaridad, fraternidad, honestidad, disciplina, educación y responsabilidad. La libertad de expresión (como valor) se encuentra referida directa o indirectamente en la totalidad de los programas. De la programación, 3% está dedicado a contenidos que tienen que ver estrictamente con la tolerancia.

Las producciones *Iguales pero diferentes* (coproducido con el Consejo Nacional para Prevenir la Discriminación) y *Alas y raíces: la voz de los niños de México*, están dirigidos a estos temas y son programas con contenido muy informativo y útil. Asimismo, hay un programa orientado a la cultura de paz, el cual lleva por título *Construyamos la paz*. El programa es infantil y tiene como objetivo contribuir a generar valores en torno a la paz desde temprana edad.

La presencia de los valores sociales y cívicos fortalecen la noción de lo público en la programación y de acuerdo con tres razones fundamentales:

- a) Uno de los objetivos de los contenidos orientados al servicio público es difundir valores que contribuyen a ampliar el sentido de ciudadanía e identidad en la vida pública.
- b) Los valores son enriquecidos por los marcos de referencia de los escuchas, y es en esta relación donde surge el proceso de comuni-

cación; para generar dicho proceso, los valores son pieza fundamental al crear códigos compartidos.

- c) En la conversación del espacio público, donde convergen una multiplicidad de grupos sociales, es difícil compartir los mismos significados, por ello los valores sociales y cívicos son necesarios para vigorizar la comunicación.

CONCLUSIONES

EN LAS CIENCIAS SOCIALES, por lo general se estudian fragmentos de la realidad que no siempre se pueden extrapolar a una realidad más amplia; este fenómeno sucede sobre todo en un país como México, donde la sociedad y la cultura tienen características sociohistóricas muy particulares y son complejas de explicar. Además, porque no cuenta con suficientes estudios empíricos.

Asimismo, dadas las transformaciones políticas y sociales de un espacio público dominado por los medios de comunicación, la idea de *servicio público* de radio, como objeto de estudio, se convierte en un tema donde se relacionan distintos actores sociales en la radio: discursos, procesos históricos, entre otros. Para aproximarse a dicha problemática se necesita del conocimiento de distintas disciplinas que aborden el estudio de la sociedad y la cultura.

En esta ocasión hemos elegido un caso que se desarrolla en el centro político y administrativo del país, uno que es muy distinto entre sí y muy diferente a las demás regiones, y en una nación que vive constantes cambios políticos, sociales y culturales. Investigar el caso de la radio estatal en México y su relación con el servicio público ha sido un reto; en este pudimos retratar una parte de la realidad en un momento histórico crucial para México. Este estudio tiene varias aristas que permiten ser analizadas por separado y que nos pueden arrojar diferentes conclusiones.

La que consideramos para este trabajo fue aquella que nos permitió manifestar en un primer momento cómo se construye, histórica y políticamente, el concepto de servicio público en Radio Educación, lo que nos permitió analizar los principales ejes normativos y constitutivos de la emisora. Luego, analizamos la programación y un conjunto de perspectivas de los realizadores en relación con las funciones sociales

de la emisora asociadas con el servicio público. Estos elementos teórico-metodológicos de estudio se engloban en la perspectiva de los estudios de comunicación y cultura. Darle este enfoque que nos permitió explicar cómo se consideraba en el imaginario social de los realizadores la noción de servicio público al no existir una política de Estado que la definiera.

Bajo esta perspectiva, y como resultado de nuestro análisis:

- Se analizó la discusión actual sobre el papel de los medios de comunicación en el espacio público. En ella se explicó cómo la industria audiovisual privada, tanto en México como en distintas partes del mundo, ha expandido su poder e impuesto la visión de las elites políticas y económicas en el espacio público, y cómo los medios públicos han sido segregados de este espacio. Asimismo, se estudió el rol del Estado en la organización del espacio público, y la participación de la ciudadanía y la sociedad civil en el mismo.
- Se reconoció el debate académico acerca del servicio público de radio en México y en diferentes partes del mundo.
- Se describieron y clasificaron sus rasgos principales y se elaboró un modelo conceptual sobre el concepto de servicio público.
- Se realizó un esquema histórico respecto de la relación entre la radio estatal en México, el Estado y la sociedad; particularmente centrado en Radio Educación.
- Se diseñó una metodología con técnicas descriptivas y cualitativas para conocer la construcción del imaginario social de los realizadores en torno a Radio Educación y el servicio público, además de analizar la programación de Radio Educación durante el sexenio del presidente Vicente Fox.

Pudimos evidenciar que Radio Educación ha trazado un desarrollo distinto en comparación con la mayoría de las radios estatales en el país; principalmente porque tuvo una relación de mayor autonomía con el

gobierno que las otras emisoras. Es una radiodifusora que nació en medio de una coyuntura política caracterizada por un Estado que controlaba la información; como respuesta, su apertura atrajo a realizadores jóvenes –simpatizantes del movimiento estudiantil del 68– con un compromiso intelectual y emocional y con muchos deseos de cambiar esquemas sociales. Los primeros directores apoyaron sus ideas y las encauzaron, y eso fue fundamental para cimentarla a niveles institucional y de producción, dándole un perfil educativo y cultural a la emisora. El mismo contexto social facilitó la construcción de la audiencia, porque un sector de la sociedad, aunque reducido, buscaba otro tipo de información y de entretenimiento a finales de la década de los sesenta.

Estos hechos encaminaron a la edificación de una radio educativa y cultural orientada a programar contenidos cercanos al perfil de servicio público, aun cuando los apoyos de algunos directivos y del gobierno en turno no fueran favorables para la emisora; en dicho proceso, el trabajo interno de algunos productores siguió siendo clave para que la XEEP continuara una trayectoria en esa dirección.

A falta de un marco legislativo que definiera el servicio público constitucionalmente, hasta el periodo estudiado, la buena relación de algunos directivos con funcionarios de la SEP (particularmente con Conaculta), y el hecho de que Radio Educación se encontraba en la Ciudad de México, fueron aspectos claves para lograr ciertos avances en materia normativa.

Las anteriores circunstancias le permitieron ejercer un papel en la vida pública de la zona metropolitana y del país. Asimismo, hubo otras razones significativas relacionadas con la participación social para que Radio Educación fortaleciera su desarrollo: *a)* En la Ciudad de México estableció lazos con ciertos sectores de la sociedad más interesados en contenidos culturales, educativos y de asuntos públicos y más politizados, esto permitió que más radioescuchas se identificaran con los contenidos ofertados por la emisora. Esta interrelación con la audiencia también tuvo que ver con la diversidad de la población, la complejidad de la

dinámica social y el mayor acceso a la educación y cultura que existe en la Ciudad de México. *b)* Los debates, intensificados en torno a la relación Estado-medios-sociedad a principio de este siglo e impulsados por algunos grupos de la sociedad organizada y otros actores políticos, se llevaron a cabo en el área metropolitana. Esto facilitó que Radio Educación se sumara a esta conversación nacional, específicamente en la discusión sobre la necesidad de que el Estado creara acuerdos que otorgaran las condiciones jurídicas, tecnológicas y de autonomía política y económica a los medios estatales, para fortalecerse institucionalmente y mejorar sus actividades de programación.

La participación activa y crítica de los trabajadores de Radio Educación, especialmente la de los realizadores, fue fundamental para fortalecer las actividades de programación y administración. Algunos tuvieron un papel esencial en dicho debate nacional, pero, sobre todo, contribuyeron –desde sus actividades cotidianas y perspectivas– a la elaboración de un concepto de servicio público.

De acuerdo con los realizadores, la construcción del concepto era crucial para saber cuáles eran los elementos que Radio Educación iba abonando en su quehacer cotidiano y lograr ser un medio de servicio público, por lo que consideraron las siguientes características:

1. En primer lugar, la emisora se diferenciaba con la oferta programática y con los contenidos ofrecidos por los medios comerciales, pues su programación estaba orientada a privilegiar el interés público y la utilidad social. Con ello se convertía en una de las radiodifusoras estatales del país más interesadas y motivadas en ofertar una programación que se acercaba a los principios del servicio público.

2. La estación no basaba su éxito en medidas de *rating*, sino en el servicio y la orientación que pudieran proveer a sus audiencias a través de los programas.

3. Consideraban que Radio Educación no podía estancarse respecto al desarrollo tecnológico; en específico, la emisora se abrió durante este

periodo a los procesos digitales en la producción. Reconocían, además, que la XEEP se tenía que ir renovando e innovando constantemente en esta área en los años siguientes, para fortalecer sus actividades y, por lo tanto, era imperante realizar transmisiones por la banda FM. También estaban convencidos de que la innovación se encontraba en el ámbito administrativo regulatorio, en las políticas de programación y en tener mejores vínculos con las audiencias, entre otras cuestiones.

4. La institucionalidad de la emisora era una parte fundamental de la noción de servicio público. Al no contar con una ley constitucional que lo definiera, consideraban que existía un tipo de institucionalidad diferente a la de los países europeos o de Norteamérica. Ellos hicieron una interpretación propia que relacionaba este concepto con el carácter administrativo estatal de la estación, expresado en acuerdos administrativos.

5. Asociaban al servicio público con la construcción histórica de un discurso propio dentro de la emisora reflejado en la programación. Enrique Atonal, y luego Miguel Granados Chapa, jugaron un papel muy importante para conformar un discurso de la emisora en sus actividades cotidianas. Atonal sentó las bases de la programación (principios y valores) y formó una generación de productores jóvenes. Ambos directores dirigieron la construcción de un discurso creativo y contestatario que se reflejó en la música, el arte y la sociedad. Los realizadores fueron muy sensibles a los contextos nacionales y mundiales, especialmente en América Latina. Desde entonces hubo un esfuerzo constante por traducir los ideales del servicio público en la programación. Sin embargo, los realizadores consideraban que este se tenía que renovar en los años siguientes, tanto en la producción como en el plano ideológico, para que siguiera incidiendo en los escuchas.

6. Los contenidos fueron cumpliendo funciones sociales propias de servicio público porque existía diversidad y pluralidad cultural en la programación, sobre todo en el terreno de la difusión de la cultura musical. A través de la barra programática, la emisora atendía a mayorías y mino-

rías sociales olvidadas por otras frecuencias del cuadrante metropolitano y nacional. No obstante, estaba poco equilibrada en temas informativos y de asuntos públicos, y necesitaba llegar a un mayor número de grupos sociales.

7. La emisora logró una función informativa y era un pilar importante en la conformación de las funciones sociales del servicio público. La información producida en la emisora era diferente a la de los medios comerciales y oficiales: sus noticiarios eran críticos y tenían una visión más amplia de la realidad latinoamericana.

Sin embargo, generalmente la información tenía un planteamiento ideológico que muchas veces simpatizaba con las ideologías de izquierda, el cual se había gestado desde el inicio de las transmisiones. Esto en ocasiones limitaba dicha función, ya que, al confundirse con la militancia de izquierda, se restringía la pluralidad de perspectivas ante la falta de argumentación de los comunicadores, de más puntos de vista públicos o contenidos que incluyeran a diferentes grupos sociales. No bastaba con que solo el experto hiciera referencia del sector social, sino que un mismo representante del grupo tuviera participación en las narrativas.

8. Pese a lo anterior, su idea de contribuir a la pluralidad en la información era a través de dar voz a las posiciones críticas muchas veces ignoradas o estereotipadas en otros medios de comunicación, como a los partidos de oposición o ideologías de izquierda.

Su ideal de pluralidad también se relacionaba con el hecho de que hubiera diferentes líneas editoriales, pero como ya se mencionó, preponderaban aquellas que favorecían a la izquierda. Esto sucedía por la afiliación ideológica de los realizadores y porque dichas líneas no estaban subordinadas a criterios institucionales que orientaran el tratamiento de los contenidos.

Cabe resaltar que la pluralidad se conceptualizaba de esta manera en un contexto en el que el sistema político mexicano poco había cambiado durante 70 años, y la izquierda, que había sido oposición durante este periodo histórico, había gozado de cobertura mediática limitada y ses-

gada por los grandes medios privados (como la cobertura al proceso de desafuero a Andrés Manuel López Obrador). La llegada del PAN a la presidencia de la república no cambió mucho el panorama en relación con los medios, y sus posturas en torno a los temas de sociedad y cultura eran conservadoras. Además, los mismos escuchas exigían, a través de sus llamadas o cartas, que la estación cambiara, porque les disgustaban las posturas oficialistas y de derecha.

9. Las diferentes posturas dentro de la emisora no impidieron establecer una agenda informativa contemporánea que, para los realizadores, ayudaba a realizar las funciones sociales. Los equipos de producción habían sido capaces de añadir a la discusión temas tales como: diversidad y equidad de género, protección al medio ambiente, derechos de la niñez, y otros problemas globales emergentes en este siglo.

Para los realizadores, la vigencia de la programación también se reflejaba en la manera de abordar las noticias y en el interés de los reporteros para cubrir temas educativos, de justicia social, de sindicatos y organizaciones sociales, situación del campo, atención a grupos minoritarios y vulnerables, entre otros.

10. En ocasiones, el método de abordar noticias tenía algunas limitantes: la información era abstracta o tenía demasiados datos; se requería “humanizar” las historias, darles voz a los escuchas a través de llamadas o entrevistas; también necesitaba menor rigidez en la conducción, mayor aparición de comentaristas, extensión de los horarios para los noticiarios, investigación periodística, y la existencia de un código de ética que diera una directriz más precisa al tratamiento de las noticias. Los conductores y locutores en ocasiones emitían su opinión cuando solo tenían que dar información, articular la estructura narrativa e introducir la opinión de expertos.

11. La información en la emisora era independiente respecto del gobierno y del poder político y económico; para los realizadores, esto era uno de sus mayores atributos y que le daba sentido a lo público. Esto le permitió constituirse como una escuela radiofónica reconocida nacio-

nal e internacionalmente y en una institución de la cultura más que en una radio estatal.

No obstante, había presiones de algunas instancias gubernamentales federales durante el sexenio de Fox; incluso la entrevista de la directora al vocero de la presidencia, lo que fue muy criticado por los trabajadores de Radio Educación. Por otra parte, la misma dirección respetó algunos programas con editorialización de los contenidos.

También consideraban que la autocensura podía atentar contra la independencia editorial, pero esta era difícil de erradicar en un país con un sistema político y social autoritario. La autocensura, en ese tiempo, se daba tanto en los medios informativos en México y en sistemas políticos más democráticos como en Estados Unidos y España.

Sin embargo, para los trabajadores, la independencia editorial en este periodo podía haber sido fortalecida con políticas o criterios de programación precisas en la emisora; ellos observaban que las decisiones de programación estaban centradas en los productores, y las más importantes en la directora. Se trataba de decisiones que afectaban la producción de los contenidos al no poder responder completamente a los intereses de las audiencias, y con ello se limitaba la práctica del servicio público en las actividades cotidianas de programación.

12. Más allá de la ausencia de políticas de programación, existían concepciones diferentes entre ellos sobre el *ser* de la emisora y su *deber ser*, incluso en cómo debía hacerse producción para una radio estatal. También defendían sus cotos de poder, específicamente los productores con muchos años trabajando en la emisora, quienes habían desarrollado un estilo propio de producción que apelaba a los intereses, gustos y estilos de producción hacía más de 20 años. No estaban dispuestos a intentar nuevas formas de realizarla y cualquier crítica a su trabajo la consideraban un agravio a sus derechos laborales.

Una forma de fortalecer la programación, según los realizadores, fue la producción diversa de contenidos, los viejos y los nuevos. Aunque eso no significaba que hubiera diversidad de programación, pues muchos

de los contenidos nuevos eran producidos por los mismos realizadores y había mesas redondas y entrevistas tanto en unas como en otras. Esto significaba un reto para los realizadores y funcionarios de la emisora, ya que tenían que entender que los programas tenían un ciclo de vida y había que terminarlos.

Sin embargo, respecto de lo anterior podemos decir que la diversidad de la programación se explica bajo dimensiones más amplias relacionadas con la pluralidad cultural y política y tiene que ver con la descentralización de estas expresiones, la creación de nuevos formatos y contenidos que incluyan grupos minoritarios y mayoritarios, así como con contenidos de políticas nacionales sobre diversidad, entre otros aspectos.

13. Los temas tratados en las noticias sobre asuntos públicos eran un referente importante para las minorías al ofrecer información relevante, con un punto de vista crítico y una narrativa distinta a la que se difundía en otros espacios, sobre todo privados. Esto es cierto en lo que se refiere a asuntos acerca de sindicatos, educación, organizaciones no lucrativas, eventos culturales, etc. De esta forma la emisora contribuía a discutir grandes temas de la vida pública nacional e internacional (justicia social, desigualdad, desempleo, tolerancia, rendimiento escolar, valores cívicos y sociales etc.) y a promover la identidad nacional.

No obstante los logros de la función informativa en Radio Educación, de acuerdo con el análisis de los testimonios y de la programación, los noticiarios no fueron prioridad durante el mandato de Lidia Camacho y no respondieron al diseño de estrategias institucionales que pudieron haber fortalecido estos contenidos en los siguientes sexenios.

A pesar de que hubo propuestas por parte de algunos realizadores para fortalecer las actividades de investigación en los noticiarios, los informativos solo fueron prioridad en momentos coyunturales como las elecciones, y se vieron beneficiados al fortalecerse la programación cultural con la firma de convenios internacionales con los que se produjo información para la difusión de la cultura de las bellas artes.

14. La participación de las audiencias contribuía al desarrollo de la emisora, que pudo construir una audiencia participativa (sobre todo en temas sociales), crítica, cautiva y leal a pocos años de que comenzara sus transmisiones; esto coadyuvó a lograr su identidad como medio estatal que pretendía ser público. Dicha participación se fue fortaleciendo en décadas recientes, especialmente de intelectuales y activistas sociales. Pero esta audiencia no se fue renovando y en el periodo del presidente Fox oscilaba arriba de los 35 años.

Respecto de los mecanismos de participación, había tres retos principales:

1. Con la actualización de las plataformas tecnológicas se esperaba cambiar la forma de comunicarse con los escuchas y atraer a otros.
2. Tener en cabinas a más miembros de la sociedad civil –como partidos políticos– y funcionarios de gobierno, ya que se consideraba que había un menosprecio de estos hacia la emisora, pues varios actores políticos buscaban medios de comunicación con mayor penetración en la audiencia. Cabe mencionar que muchos de ellos pertenecían a la llamada izquierda.
3. La creación de un consejo consultivo de programación donde participaran miembros de la sociedad civil y sirviera como una forma de rendición de cuentas, para evitar que las decisiones se centraran solamente en la dirección.

Los realizadores también reconocieron *otros problemas* que limitaban el desarrollo de Radio Educación, algunos directamente relacionados con la programación.

El clientelismo que establecían los reporteros con sus fuentes y su público, lo que provocaba que la programación fuera parcial o sesgada. Este problema era ocasionado por los cotos de poder establecidos por los productores con más tiempo en la emisora y que se acrecentaban al no haber nuevas plazas para productores, guionistas, reporteros, etc.;

también era resultado de la falta de coproducciones y de políticas de producción y programación que regularan su actividad. Esto afectaba la pluralidad de opiniones, ya que los conductores no eran muy tolerantes con las personas que pensaban de manera distinta.

Las rutinas de producción, generadas en los primeros años de la XEEP y caracterizadas por una fuerte ética de trabajo, investigación y colaboración dentro y fuera de la estación, fueron cambiando por causa de diversos factores: las estrategias de programación dependían de los criterios de cada productor o programador, la baja productividad de algunos trabajadores debido a los bajos salarios, pocas plazas laborales, la falta de vocación y compromiso con la institución, entre otros.

La cobertura local y regional era una de las mayores preocupaciones de los realizadores de la emisora para poder atender a un mayor número de grupos sociales. La programación se escuchaba nítidamente en toda la región de la zona metropolitana y en otros estados de la república, además se transmitía vía internet, por lo que los habitantes de estas regiones tenían acceso abierto a las transmisiones mediante la banda AM. Sin embargo, durante el sexenio del presidente Vicente Fox ya existían las condiciones técnicas para poder transmitir por frecuencia modulada (FM), lo cual podía ampliar la frecuencia con mejor calidad para beneficiar a más ciudadanos. No obstante, fue notorio la estrecha visión del Estado y la gran presión de los radiodifusores comerciales para que el Estado pudiera proveer la transición de señal. Ante esto, en la administración de Camacho se llevó a cabo la firma de convenios con organizaciones de radios, como la Red de Radios Educativas y Culturales, y se usaron herramientas como los *podcasts* o hipertextos para que su programación alcanzara otras audiencias dentro y fuera del país.

Analizamos ya cómo el alcance de la programación no solo tenía que ver con la cobertura regional o nacional, sino con la atención a minorías y mayorías sociales. La programación de Radio Educación estaba muy focalizada en los intereses de sectores sociales reducidos de la zona metropolitana de la Ciudad de México; incluso en la misma

capital de país, las dinámicas y necesidades de la población fueron cambiando en la transición del siglo y eso generó cuestionamientos hacia dentro de la emisora sobre los nuevos tipos de audiencias que debían atender y la manera en cómo comunicarse con ellos. Esta problemática también motivó la discusión entre los realizadores sobre cuáles programas tenían que ser retirados del aire.

También se fortalecieron contenidos en la programación infantil y en la de diversidad sexual. En especial durante este sexenio, Radio Educación fue una de las pocas emisoras que atendía a estas minorías. Aun así, no contaba con más contenidos para otros grupos minoritarios y vulnerables: jóvenes, migrantes, adultos mayores, entre otros.

Una problemática más a la que cotidianamente se enfrentaban los realizadores era el diseño de metodologías de programación; por ejemplo, emprender campañas de difusión cuando se iniciaba la producción de un nuevo espacio; crear formas de producción, etc. El diseño de producción y programación estaba a cargo de los productores, y en dicho ejercicio la opinión del radioescucha era muy importante.

El problema radicaba en que los estilos y la visión de producción de los creadores era muy similar. La gestión de Camacho se caracterizó por estar abierta a las opiniones e ideas de productores y del sindicato, en especial en momentos en los que se renovó la programación; pero esto también generaba confrontación entre ambos, lo que ocasionaba que la directora tomara las decisiones más trascendentales. Tanto el sindicato como el Comité Interno de Evaluación fueron las instancias que hacían contrapeso a las decisiones de la directora; además servían como mecanismos de participación para los realizadores. En particular, en la historia de Radio Educación, el sindicato había jugado un papel importante para defender los derechos e intereses de los trabajadores, pero en ocasiones también contribuyó a burocratizar las actividades programáticas de la emisora.

A pesar de los logros de esta administración, no se implementaron estrategias que pudieran fortalecer las actividades de programación de

la emisora: no se elaboraron criterios de producción y programación que ayudaran a fortalecer la estación en las siguientes administraciones; tampoco se crearon nuevas plazas para contratar a otros realizadores que pudieran tener nuevas ideas de producción, habilidades en tecnología y otras maneras de entender el lenguaje de la radio pública. Esto al no haber políticas federales que generaran condiciones para potencializar el desarrollo de la estación.

Por otra parte, y de acuerdo con el análisis de programación, el servicio público se construía cotidianamente desde esta y con la interpretación de los realizadores; finalmente, ellos eran quienes diariamente producían la programación desde los inicios de la emisora. De tal manera, la programación contribuía a la construcción del servicio público de la forma siguiente:

- a) De 1968, hasta el periodo estudiado, en Radio Educación se vivieron periodos históricos donde los contenidos se fueron fortaleciendo; en ellos procuró atender a minorías y mayorías, y ofrecer información política, educativa y cultural con un perfil más crítico y diferente a la de la agenda informativa de los otros medios estatales.
- b) Al igual que lo expresado por los realizadores, nuestra investigación evidencia que Radio Educación no solo se distinguía por cumplir una función educativa en su programación, como se lo proponía desde su origen, sino que se había convertido en una estación con un perfil de programación cultural, informativa y de asuntos públicos.
- c) Las evidencias indican que los programas culturales contribuían a dar significado a las manifestaciones culturales de diferentes partes del país, en específico a las bellas artes; también reforzaban los contenidos escolares y los valores cívicos.
- d) La producción musical era muy diversa, había diferentes géneros musicales de México y del mundo. Parte de la riqueza musical se

- podía conocer a través de la emisora; los escuchas podían aprender de la poesía de cantantes y autores como José Elorza o Marcial Alejandro. La música invitaba a la reflexión y en los espacios se explicaba sobre el origen y la importancia de los ritmos que se tocaban.
- e) Durante la administración de Camacho se impulsaron géneros artísticos como Radioarte, los cuales contribuyeron a fortalecer la diversidad de la programación.
- f) Difundir las bellas artes fue fundamental en la barra programática; también la cobertura de festivales artísticos y cinematográficos. Estos programas enriquecían la información de los escuchas sobre el patrimonio cultural de México y el mundo.
- g) La mayoría de los programas eran lúdicos y festivos, y de manera amena e inteligente motivaban a la audiencia a conocer más sobre la vida cultural y social del país y del mundo. Además, había un esfuerzo por dar una visión histórica de los hechos, como en aquellos programas sobre indígenas.
- h) Géneros como semblanza o perfiles, aunque ocupaban poco porcentaje en la producción, ejemplificaban el trabajo de artistas y profesionales en México.
- i) Los noticiarios culturales fueron pieza fundamental de la programación; por ejemplo, *Su casa y otros viajes* era quizá el único noticiario en el cuadrante que promovía las actividades culturales de la ciudad; esto ayudaría a atraer diferentes tipos de audiencia como niños y adolescentes.
- j) La dramatización seguía siendo un formato utilizado para entretener y enseñar a través de las radionovelas la historia de personajes históricos de México.
- k) La mayoría de los productores había trabajado desde los orígenes de la estación y se habían especializado en diferentes temas como literatura, música popular, entre otros.
- l) Los programas informativos se fortalecieron durante la presidencia de Vicente Fox, pero, para los realizadores, los noticiarios no

ofrecieron nueva información periodística o una cobertura de corresponsales nacionales e internacionales.

A pesar de que la mayoría de los presentadores de noticias carecían de expresividad, se caracterizaban por dar las noticias con precisión en los datos, transparencia, independencia editorial, buena dicción y uso del español. Aunque las fuentes de información tenían que ser más diversas, y a veces los conductores emitían opiniones cuando no les correspondía o asumían posturas hacia las causas de izquierda, en general se evidenció que en las tres ediciones diarias del informativo *Pulso* había un esfuerzo por ofrecer un ángulo diferente de los demás noticiarios del cuadrante. Esto era cierto también respecto de las noticias internacionales, especialmente aquellas sobre América Latina, de las cuales poco se escuchaba en otros espacios de la radio mexicana.

Se pudo apreciar que los noticiarios eran rígidos en su formato: eran pocos los horarios dedicados a las noticias, se tenía que agregar elementos más variados de producción y había limitaciones en cuanto a los lineamientos y normas de cobertura periodística, así como en las oportunidades para realizar periodismo de investigación.

Durante la renovación de la barra programática hubo contenidos informativos, por ejemplo, *Punto de encuentro*, el cual contribuyó a fortalecer la pluralidad de opiniones en la estación.

También se incrementó el número de programas sobre temas políticos y sociales, donde se incluían nuevas conversaciones contemporáneas: migración, tecnología, salud, equidad de género, etc.; estos contenidos intentaban ser informativos y críticos.

No obstante, había otros grupos que aún no eran incluidos en los programas informativos: inmigrantes, ancianos, personas discapacitadas, prostitutas, grupos LGTBTTIQ, entre otros ya mencionados.

La transmisión de programas informativos y de asuntos públicos, por tener bastante tiempo al aire y ser referentes de información crítica y plural, contribuyeron a formar audiencias.

Por ejemplo, *El fin justifica a los medios*, al aire por más de 15 años, ofrecía la opinión de especialistas sobre la relación medios-sociedad, un tema emergente y crucial para entender el desarrollo democrático y cultural del país.

Radio Educación promovía la función educativa a través de programas coproducidos por instituciones educativas. La presencia de estos contenidos en la banda AM fueron cruciales al no haber muchos programas que cumplieran esta función, en particular los que apoyaban el rendimiento escolar.

Había programas en los que se escuchaban mejores recursos de producción y que habían sido beneficiados con la naciente tecnología digital; sin embargo, otros, como el mismo programa *Punto de encuentro*, a pesar que solo contaban con el recurso de la voz de los participantes, podían generar conversaciones muy bien argumentadas y explicar temas complejos mediante una narrativa sencilla.

En la emisora no existía una barra infantil; se escuchaban solo espacios en distintos horarios que conformaban 10% de la programación; sin embargo, se trataba de producciones creativas, lúdicas, festivas, estéticas e informativas que enriquecían la programación. *Alas y raíces...* era un ejemplo de ello. Otros programas infantiles se dedicaban a la cultura y a la educación y contribuían a construir ciudadanía y a fomentar valores cívicos y sociales desde la niñez. Importante de destacar es el respeto con el que se trataba a los niños.

En conclusión, no obstante que en el periodo de Camacho se renovó la carta programática, un gran número de programas permanecieron, lo que ayudó a fortalecer la relación con las audiencias, aunque en ocasiones, con en el caso del programa *Del campo y de la ciudad* también generaba clientelismo.

La nueva programación fortaleció sus contenidos, desde la conversación, al abordar conceptos como respeto, tolerancia, igualdad, fraternidad, honestidad, disciplina, educación, responsabilidad. Así, la emisora ampliaba el sentido de ciudadanía e identidad nacional; había además

un esfuerzo para celebrar en cada programa la libertad de expresión como un valor.

Radio Educación también contribuyó a ampliar el debate en el espacio público al intentar orientar sus contenidos a lo que es común, visible y abierto en la sociedad y, de este modo, dio a los ciudadanos la oportunidad de negociar con el Estado asuntos de la vida pública.

En conclusión, hasta 2006, Radio Educación era una emisora estatal que no era reconocida jurídicamente como un medio público, porque en México no había un marco legislativo que lo definiera como tal; tampoco gozaba de condiciones que le garantizaran una autonomía política real que, entre otras cuestiones, la respaldaran para diseñar políticas institucionales que le permitieran potencializar el desarrollo del servicio público y la inclusión de la sociedad civil en su gestión. Sin embargo, ante tal ausencia legal y política, muchos de los realizadores, desde su quehacer cotidiano y su insistencia por incidir en el desarrollo de los medios públicos en el país, fueron elaborando en su imaginario social una noción de servicio público, cuyos principios se reflejaban en las actividades de programación de la emisora.

Así es como Radio Educación construía, desde lo cotidiano, una noción de lo que podría ser un medio público en México y era una referencia para otros medios estatales y culturales del país.

REFLEXIÓN FINAL

El sistema político mexicano, encabezado por el priísmo, tuvo una relación autoritaria y vertical con la radiodifusión estatal y dictó lo que a su parecer debía ser el interés público. El Estado mexicano soslayó su obligación de crear un sistema de radiodifusión pública y aprovechó a los medios estatales como canales de propaganda política y gubernamental. Tampoco se responsabilizó en regularlos ni sentó las bases jurídicas y políticas para que las radiodifusoras estatales se legitimaran como instituciones de servicio público.

Radio Educación fue la excepción por ser un canal de comunicación donde el gobierno en turno podía aceptar la crítica y la disidencia, pues se trataba de un medio por el cual el gobierno “justificaba” el pluralismo político y la libertad de expresión.

En este siglo XXI, la alternancia en el poder federal prometió la transición de los medios estatales en unos de servicio público. Estas promesas no se cumplieron e intensificaron el debate sobre la situación jurídica y política entre algunos sectores de la sociedad. Para el gobierno federal esto significó una justificación de su discurso.

En el sexenio del presidente Vicente Fox solo pudimos encontrar excepciones en el sistema de radiodifusión estatal con aspiraciones de convertirse en medios públicos, y nos encontramos con Radio Educación. Comparado con otros países del mundo, México entró rezagado a este siglo XXI para poder lograrlo.

La construcción de servicio público en Radio Educación era diferente a la manera en que se edificó y evolucionaba en otras partes del mundo. En primer lugar, porque las radios públicas de Europa central, Oceanía y Norteamérica nacieron con un mandato jurídico o ley, y la relación de autonomía respecto al Estado y a la sociedad fue distinta desde un principio. Además, las condiciones sociopolíticas de los países en esas regiones –mayor democracia, participación social y derecho a la libertad de expresión– potencializaron aún más el desarrollo de sus radios.

En aquellos sistemas políticos, los Estados-nación entendieron al servicio público de radiodifusión como una obligación respecto al interés general y al ejercicio del poder. Aunque también era cierto que algunos de esos países tuvieron que trazar un largo camino antes de lograrlo. En Estados Unidos los sistemas de radio comunitaria y educativa tardaron más de 20 años para poder ser reconocidos como medios públicos, y la radio pública se institucionalizó hasta principios de la década de los setenta.

Nuestro estudio sobre este periodo histórico deja claro que, para mejorar la radio estatal, se requieren cambios estructurales de fondo en

el país; particularmente un cambio integral del sistema comunicativo en México, que esté vinculado a un proyecto de nación. Había una infraestructura importante de medios de radiodifusión no comercial en México; si contamos los servicios de radiodifusión estatal y cultural, eran el medio centenar –un número suficiente para poder realizar una mejor función social–. Pero también era importante que los ciudadanos se acercaran a ellos y participaran en su programación para tratar con el Estado asuntos de la vida pública.

El debate en México sobre la construcción del servicio público de radiodifusión era preponderante para comunicar el interés público y fomentar la pluralidad de perspectivas en el espacio público. Más aún ante la situación de crisis sociopolítica mundial que se avecinaba en ese tiempo, dado que los Estados tenían que redefinir su relación entre mercado y sociedad para establecer nuevos vínculos con los bienes públicos en general.

La mayoría de los ciudadanos había obviado su papel en la vida pública; no demandaron el cuidado de los bienes públicos y tenían que aprender que la radio era un bien público que les pertenecía como mexicanos y era para su propio beneficio. Habían menospreciado este servicio y dejado esa responsabilidad a los gobiernos en turno –una decisión de la cual también los ciudadanos eran corresponsables.

En particular, en el sexenio del presidente Fox, periodo neoliberal en México, los medios estatales tenían que haber sido utilizados para ayudar a entender la complejidad de los verdaderos problemas nacionales. De haberse fortalecido, los medios públicos podrían haber servido para que los años siguientes los ciudadanos pudieran ampliar sus libertades públicas.

De acuerdo con Miguel Ángel Granados Chapa (2008), estas “impiden retrocesos dañinos para la convivencia nacional”,¹ y una de las más

1 Véase el discurso pronunciado por Miguel Ángel Granados Chapa (2008).

preciadas libertades públicas en las sociedades contemporáneas es la de la información.

En efecto, durante ese periodo la radio estatal en México tenía muchas aristas que hacían muy complejo su estudio, por lo que este recorrido nos ha permitido un conocimiento muy puntual para poder entender la relación de la radiodifusión estatal con el servicio público hoy día.

En particular, en fechas recientes este tema ha adquirido nuevas dimensiones de estudio ya que, en 2014, el Estado mexicano reconoció jurídicamente –con la promulgación de la Ley Telecomunicaciones y Radiodifusión– que en el país había medios públicos y definió la noción de servicio público:

1. Es importante evaluar cada una de las radiodifusoras estatales del país para conocer cómo están restableciendo su relación con el Estado y la sociedad a partir de ser consideradas legalmente como medios de uso público. En este esfuerzo es trascendental continuar estudiando la construcción de la noción de servicio público desde el punto de vista de la programación y del imaginario social de los realizadores, ya que consideramos que en México una ley tampoco garantiza un cambio en automático.
2. Asimismo, sería trascendental explicar cómo estos medios están generando nuevas audiencias y a qué problemáticas se enfrentan.
3. Un similar acercamiento de investigación experimentado en este trabajo podría ser aplicado en otros sistemas de radio de servicio público en el mundo. Así podríamos saber con mayor exactitud cómo se experimenta la transformación del servicio público hoy día y cómo los medios públicos en ciertos países están impactando en ampliar la discusión del espacio público.
4. La calidad en el servicio público es un tema necesario de ser abordado; la mayoría de los investigadores hablan de calidad, pero no definen el concepto. Probablemente, como lo mencionamos, tiene

que ver con la subjetividad de la definición, por eso es necesario realizar estudios de caso y acercarse más a la visión de los realizadores de la radio y no solo basarse en lo que algunos teóricos afirman.

5. Hace falta estudiar cómo las rutinas periodísticas y de producción impactan en el desarrollo del servicio público de las emisoras estatales; es una línea de investigación que en México está prácticamente desierta.
6. También sería importante evaluar la transformación del lenguaje radiofónico en medios públicos a partir del desarrollo de los multimedia.

Sin embargo, también encontramos otras problemáticas respecto al tema:

1. En esta investigación nos ha quedado claro que, para poder seguir estudiando a la radio y los medios públicos en general, es necesario reconceptualizar las nociones de *Estado* y *espacio público* desde otras ópticas teóricas como el interculturalismo.
2. Tenemos que revisar cómo estamos planteando nuestra investigación: qué preguntas nos estamos haciendo en torno a la transformación de los medios y cómo las estamos abordando; qué cuestiones estamos asumiendo por hechas; cómo estamos haciendo visible nuestra investigación en los salones de clases y con otras instituciones sociales.

En este sentido, coincidimos con Antonio Pasquali en que,

... en lo sucesivo, el investigador en comunicaciones que quiera trabajar para el desarrollo regional, nacional y comunitario, y ver resultados tangibles, deberá no solo destilar principios, sino a renglón seguido convertirlos en diseños políticos, en planes, en programas y proyectos, trabajar

personalmente en la formación de matrices de opinión favorables, y por si fuera poco, salir a la calle en misión especial a buscar aliados en gremios, sindicatos, partidos políticos, organismos gubernamentales y no gubernamentales y asociaciones de usuarios” (2007: 22).

3. Por último, es un hecho que las investigaciones se tienen que realizar a través de redes nacionales e internacionales de investigadores. Ya no es posible trabajar en forma aislada; de otra manera los estudios serían largos y costosos, y difícilmente tendrían un fuerte impacto en la elaboración de políticas públicas.

Finalmente, en las sociedades contemporáneas hacer uso cabal de la radio significa ejercer el derecho a la libertad de expresión a través de la cual la sociedad puede practicar la democracia y dar un paso necesario para promover acciones políticas que resguarden los derechos civiles de los ciudadanos, y que conforman también al Estado, y es cómo los ciudadanos pueden participar en la vida pública. Asimismo, aprender a argumentar y debatir sus puntos de vista sobre la vida social para revigorar el ámbito político; cada uno de los actores sociales involucrados (Estado, sociedad civil, ciudadanos, etc.) juega un papel determinante. Por ello, los ciudadanos se tienen que cuestionar si en realidad quieren mejorar su calidad de vida y de qué forma quieren ser parte de la modernidad. Las radios de servicio público pueden coadyuvar a emprender esta tarea con la sociedad, escenario natural para que los ciudadanos formen esa capacidad discursiva. Además, la radio pública, sobre todo cuando potencializa la conversación en la vida pública, puede llegar a ser un medio de organización social.

En las sociedades cosmopolitas existen evidencias suficientes para argumentar que es casi imposible que la sociedad en general logre consensos, porque sus actores no comparten todos los valores sociales y sus mundos de vida son muy distintos. Quizá solo se pueden compartir los valores universales como la libertad de expresión y la justicia social.

El filósofo Kwame Anthony Appiah (2007) propone el ejercicio de la conversación. Conversar es una alternativa, porque empodera simbólicamente a los ciudadanos, y porque al menos con la conversación se puede generar el entendimiento ante los demás; también sirve para conocer cómo se está organizando la sociedad para erigir un nuevo orden mundial.

En este contexto, el servicio público de radiodifusión se convierte en uno de los múltiples canales de la comunicación pública que provee el Estado, es decir, la conversación para muchos ciudadanos en sociedades cosmopolitas puede ser posible a través de este. “El consenso no tiene que dirigirse al consenso [...] es suficiente con que ayude a la gente a que se acostumbre a los demás” (Appiah, 2007: 85).

Particularmente en México, cada día es más difícil alcanzar consensos y, a falta de estos, la radio estatal puede ser un canal genuino para proporcionar información y expresiones culturales (como la música), que pueden facilitar el entendimiento del *otro* y de los distintos mundos de vida; además, se puede incluir a grupos sociales diversos, especialmente los vulnerables y las minorías.

Atraer la pluralidad de pensamientos en la programación es una forma valiosa de ejercitar la conversación nacional; sobre todo porque la radio puede ser un vehículo para contribuir a cicatrizar las fracturas sociales multiplicadas en las últimas décadas.

James Lull afirma que

... la comunicación no es ni será nunca un proceso completamente democrático. La democracia pura, en cualquiera de sus expresiones no existe. Pero podemos reconocer y usar el potencial democratizador que tienen los sistemas de comunicación para mejorar las circunstancias mientras aumentan el efecto de las tendencias democráticas [...] El poder simbólico nunca reemplazará al poder duro, como el poder militar, pero cada vez está más al alcance de personas como nosotros y es muy poderoso (2010: 21-22).

La radio pública cuenta con estas capacidades simbólicas para ayudar a crear y ampliar movimientos contra-hegemónicos en espacio público, especialmente en el contexto neoliberal; por ello nuestra labor como ciudadanos es hacer uso de su poder social y cultural.

El historiador Howard Zinn (1994: 208) solía decir que “no tenemos que comprometernos en grandes acciones heroicas para participar en el proceso del cambio. Acciones pequeñas, multiplicadas por millones de personas, pueden transformar el mundo”. En cierto sentido, eso es lo que hace Radio Educación diariamente en sus transmisiones.

EPÍLOGO

DURANTE TODA ESTA INVESTIGACIÓN explicamos cómo la XEEP, de Radio Educación, anhelaba tener una señal FM con el fin de actualizar sus actividades de programación y ampliar su participación en el espacio público.

En 2016, el IFT publicó nuevas condiciones para que estaciones de radio pudieran operar en esta banda y, a finales de agosto de 2017, autorizó la señal a la Secretaría de Cultura en el 96.5 de la FM. Radio Educación, ya como parte de esta dependencia, operaría en dicha señal. La decisión del IFT fue parte del paquete de “41 frecuencias de FM a diversas estaciones de radio en AM; 33 frecuencias bajo asignación directa y ocho mediante sorteo entre los concesionarios solicitantes que se encuentran en igualdad de condiciones de acuerdo con los criterios respectivos”.¹

Expondremos brevemente lo que aconteció en años posteriores.

El domingo 11 de noviembre de 2018, en punto de las 12:00 horas, Radio Educación empezó a transmitir en el 96.5 de la banda FM –justo a 50 años del inicio de sus emisiones–. Ese día se marcó el comienzo de una nueva etapa. Pero también significó un momento crucial para reflexionar sobre el rumbo futuro de la radiodifusora, sobre todo respecto a su programación.

Fue un acontecimiento histórico para los empleados, algunos de ellos con más de 35 años de antigüedad, y para algunos sectores de la sociedad –específicamente para aquellos que conformaban la audiencia de la emisora.

Como ya se mencionó, antes de esta fecha Radio Educación solo transmitía en AM, en el 1060, lo que impedía escuchar la programación

1 Para más información, revisar: <https://www.eleconomista.com.mx/empresas/Radio-Educacion-tendra-senal-de-radio-en-FM-20170823-0106.html>.

con un mejor sonido y penetrar a una mayor audiencia, particularmente la más joven. Ello limitaba el impacto de la emisora en la conversación pública y restringía las posibilidades de libertad de expresión para los ciudadanos.

La banda FM significó el logro de una larga batalla emprendida por empleados, funcionarios de la emisora y algunos sectores de la sociedad civil, la que se intensificó en marzo de 2016, cuando el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) otorgó las condiciones para que estaciones de radio obtuvieran la señal de Frecuencia Modulada (FM).

De acuerdo con el mandato del IFT, a las radiodifusoras de uso público se les otorgaría la banda FM por asignación directa, siempre y cuando participaran en un programa anual difundido por el mismo instituto. Esto beneficiaría a dos estaciones en el Valle de México para migrar de la banda AM a la FM. Anterior a esta fecha, Radio Educación había manifestado su interés en cuatro ocasiones para operar mediante una señal de FM (una en 2009, dos en 2012 y otra en 2014).

Pero, ¿por qué Radio Educación tardó tanto tiempo en obtener esta frecuencia, cuando hubo otras emisoras que lo hicieron desde el principio de sus transmisiones?

El periodista Mejía Barquera (2017b) expone dos razones:

La primera, que el otorgamiento de autorizaciones para operar radiodifusoras dejó de ser atribución del gobierno federal, concretamente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, y pasó a un órgano autónomo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones (Ifetel) [...] La segunda, que por fin la autoridad en materia de radiodifusión aceptó la evidencia de que una estación puede operar con 400 KHz (.400 MHz) de separación con respecto a las emisoras contiguas sin causarles interferencia. Durante muchos años, tanto la autoridad como los radiodifusores comerciales consideraron que ese planteamiento era una locura y se opusieron a que se aplicara en México.

Esta hipótesis es pertinente porque ya se habían hecho excepciones para otorgar señales a otras instituciones públicas y privadas de reciente creación, como Ibero Radio (90.9 FM), UAM Radio (94.1 FM), Radio IPN (95.7) y Horizonte del Imer (107.9). Esto evidencia una vez más que el Estado mexicano, durante sus gobiernos priistas y panistas, no tuvo nunca el interés ni la perspectiva para fortalecer los medios estatales.

Fuera de la creación de algunas radios como UAM Radio, en el gobierno de Felipe Calderón la radio estatal entró en un *impase*. En el sexenio de Enrique Peña Nieto, tras la reforma a la Ley de Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en 2014, que por primera vez definía jurídicamente la noción de servicio público, hubo esperanzas entre ciertos sectores de la sociedad y trabajadores de la emisora de que las radios estatales se fortalecerían. Con ello se abrió una puerta para pensar en que Radio Educación podría obtener la señal de FM y mejorar sus condiciones administrativas y jurídicas.

Para los trabajadores, el inicio de su solicitud fue sinuoso y poco claro. No obstante, continuaron demandando la necesidad de transmitir en la banda FM. la estación por fin comenzó a vislumbrar un mejor futuro. En 2017, con la autorización de la señal y con María Cristina García Cepeda como titular de la Secretaría de Cultura, la radiodifusora tomó un respiro.

La obtención de la FM se dio casi a la par de la autorización para operar las señales Kukulcán, en Mérida; Cultura Sonora, en Hermosillo, y Cultura Michoacán, en Morelia. Además de brindar otros servicios como una aplicación gratuita para descarga desde celulares, tres emisoras de tiempo real (96.5 FM, 1060 AM; Cultura México Señal Internacional), dos canales de música, el sello discográfico Nimbee, Portal e-radio para descarga de contenidos y Vox Libris para descarga gratuita de audiolibros de Radio Educación.

Hoy en día, estas nuevas modalidades de la emisora son parte del esfuerzo de la gestión a cargo de Antonio Tenorio para transitar hacia un servicio nacional de comunicación cultural, el cual tiene como obje-

tivo ampliar el impacto de Radio Educación en la conversación pública nacional y, por consiguiente, convertirla en un medio de radiodifusión vigente.

Sin embargo, para lograrlo, Radio Educación actualmente enfrenta varios retos, entre ellos: mejorar el presupuesto de 85 millones de pesos aproximadamente (2018), poco más de 76 millones (2019), y casi 81 millones (2020) para cubrir las nuevas necesidades planteadas y modernizarse tecnológicamente.

Asimismo, los trabajadores y sus audiencias deberán de seguir luchando por mantener la independencia editorial respecto del gobierno, como lo han hecho hasta ahora, y exigir mejores condiciones laborales, es decir, para robustecer al medio se necesitan salarios decorosos y nuevas plazas para dar cabida a las ideas de jóvenes, quienes tendrán que continuar construyendo un nuevo lenguaje radiofónico.

Con la FM se abrió la posibilidad para que los contenidos, como los noticiarios sean escuchados por una audiencia más amplia y diversa, sobre todo por sus ángulos críticos. Asimismo, la riqueza musical de la emisora ha contribuido a perfilar la programación cultural; aunque es cierto que cada vez hay más opiniones diversas –y a veces contrastantes– de los radioescuchas sobre la curaduría musical. Para unos ya no es vigente a pesar de su diversidad. En este sentido, los dos nuevos canales de música se han convertido en una alternativa para fortalecer este tipo de programación.

Recientemente, se han producido programas muy novedosos en cuanto a formato y contenido, como la serie documental *Los senderos del 68* o las coproducciones de radionovelas *Doña Justa y Justina*, entre otras. Estas producciones son ejemplo de los rumbos que podría seguir la 96.5 FM, porque los temas abordados se muestran con pertinencia social y gran calidad.

Además, Radio Educación cuenta hoy con un nuevo consejo ciudadano y una defensoría de las audiencias, organismos internos que, al irse consolidando como mecanismos de participación ciudadana,

podrán contribuir a fortalecer las actividades de programación de la señal FM.

La institución ha tenido que enfrentarse a nuevos retos y problemáticas desde el comienzo de esta etapa, pero lo cierto es que la FM ha significado un gran avance para que Radio Educación coadyuve a ampliar la conversación en la vida pública y continúe su camino hacia la construcción de un medio de servicio público en las próximas décadas.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS, ARTÍCULOS ACADÉMICOS

- ABERCROMBIE, Nicholas *et al.* (2006). *Dictionary of Sociology*. Londres: Penguin Books.
- ALBERT, Pierre y Andre-Jean Tudesq (1982). *Historia de la radio y la televisión*. México: FCE.
- ALFONZO, Alejandro (2000). *La formulación, planificación y desarrollo de una radiodifusión para Venezuela*, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la Reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa (1982). *Radio e ideología*. México: El Caballito.
- (1988). Radio: punta de lanza del consorcio, en Raúl Trejo (coord.), *Las redes de Televisa*. México: *Claves Latinoamericanas*, pp. 127-137.
- (2000a). Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la Ciudad de México, en María Antonieta Rebeil y Alma Rosa Alva de la Selva (coords.), *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México: Trillas, pp. 35-43.
- (2000b). Perspectivas de los medios públicos en la sociedad globalizada, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- (2002). Perspectivas de los medios públicos en la sociedad globalizada, *Sociedad y medios electrónicos en México. Propuestas sociales*, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. México: Fundación Konrad Adenauer A.C., pp. 127-135.
- (2006). Políticas de telecomunicaciones y sociedad de la información en México. Tesis de doctorado. México: UNAM.
- APPIAH, Anthony (2007). *Cosmopolitanism*. Nueva York: Norton.

- BECERRA, Martín y Guillermo Mastrini (2007). *La concentración mediática argentina: de eso no se habla*, Centro de Estudios Legales y Sociales, Derechos humanos en la Argentina, Informe 2007. Buenos Aires: Siglo XXI, pp. 459-464.
- BLUMLER, Jay *et al.* (1991). *Broadcasting Finance in Transition, A comparative Handbook*. Nueva York: Oxford University Press.
- BUENAVENTURA, Juan (1990). La programación radial: palimpsesto y mapa de la cultura urbana contemporánea, *Diálogos*. Núm. 26, marzo, Lima: Felafacs, pp. 24-28.
- BUSTAMANTE, Enrique (1999). *La televisión económica*. Madrid: Gedisa.
- (2001) Nuevas fronteras del servicio público y su función en el espacio público mundial, en José Vidal (comp.), *La ventana global*. Madrid: Taurus, pp. 181-193.
- (2008). El servicio público ante la era digital, en Isabel Fernández y Miquel de Moragas (coords.), *Comunicación y políticas culturales en Europa*. Generalitat de Catalunya: Lexikon, pp. 185-215.
- CALVA, José (1999). *El modelo neoliberal mexicano*. México: Juan Pablos.
- CALVENTO, Mariana (2006). Fundamentos teóricos del neoliberalismo: su vinculación con las temáticas sociales y sus efectos en América Latina, *Revista Convergencia*. Núm. 41, mayo-agosto, 2006, pp. 41-59.
- CANADIAN BROADCASTING CORPORATION (CBC) (1986). *Funding the CBC (submission to the Task Force, November 1985), Report of the Task Force*. Canadá: CBC.
- CASTELLS, Manuel (2005). La era de la información, Economía, sociedad y cultura, *La sociedad en red*. Vol. 1. México: Siglo XXI.
- CISNEROS, José (2001). Comunicación y democracia: la participación actual y potencial de las organizaciones civiles en las radiodifusoras del municipio de Puebla. Tesis doctoral. Tenerife: Universidad de la Laguna.
- (2003). La privatización del espacio público. Análisis conceptual, en Patricia Maldonado (comp.), *México en los albores del siglo XXI, Investigación de la comunicación*. México: AMIC, pp. 83-106.

- CISNEROS, José (2007). La privatización del espacio público. Análisis conceptual, *Razón y palabra*. Núm. 55, México: ITESM, <http://www.razonypalabra.org.mx/antecedentes/n55/jcisneros.html>.
- COMAROFF, John (2010). Notes on Anthropological Method, Universidad de Chicago, Disponible en: <https://stosowana.files.wordpress.com/2010/11/comaroff-paper1.pdf> [14 de marzo de 2010].
- CORCHADO, Alfredo (2013). *Midnight in Mexico*. Nueva York: Penguin Press.
- CORNEJO, Inés (2007). *El lugar de los encuentros. Comunicación y cultura en un centro comercial*. México: Universidad Iberoamericana.
- CORTÉS, Guadalupe *et al.* (2000). A quién le importa la radio cultural, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados, pp. 441-446.
- CORTÉS, Guadalupe y Alicia Iburgüengoitia (2009). La radio en México (1990-2008), Tesis. México: UNAM.
- CREMOUX, Raúl (1989). *La Legislación Mexicana en radio y televisión*. México: UAM-Xochimilco.
- DEFLEUR, Melvin (1989). *Theories of Mass Communication*. Nueva York: Longman.
- ESTEINOU, Javier (2001). La democratización de los medios de comunicación en México, en José Cerdán y Francisco Aceves (eds.), *Anuario de investigación de la comunicación*. Nuevo León: Coneicc, pp. 235-255.
- (2005). Hacia un nuevo modelo de comunicación de servicio público en México, *Ámbitos*. Núm. 13-14, Sevilla: Universidad de Sevilla, pp. 265-286.
- (2006a). Espacio público, medios de información y transición presidencial en el 2006, *Razón y palabra*. Núm. 55, México: ITESM, https://www.researchgate.net/publication/28171531._Espacio_publico_medios_de_informacion_y_transicion_presidencial_en_el_2006.
- (2007). Pérdidas y ganancias de la sociedad mexicana con la Ley Televisa [manuscrito]. México.
- (2019). *La crisis del milagro mexicano y la necesidad del cambio nacional*. Col. Cuadernos del Gato Encerrado, 45° Aniversario de la UAM, Direc-

- ción de Extensión Universitaria, Rectoría General, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, Ciudad de México, noviembre de 2019, 65 p.
- ESTEINOU, Javier y Alma Rosa Alva (2009). *La "ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México: Fundación Friedrich Ebert y otras.
- (2011). *Los medios electrónicos de difusión y la sociedad de la información*. México: SRE.
- FERNÁNDEZ, Fátima (1982). *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos.
- (2000). Impacto de la concentración de los medios, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados, pp. 119-126.
- (2002). *La responsabilidad de los medios de comunicación*. México: Paidós.
- (2003). *La radio mexicana: centro y regiones*. México: Juan Pablos.
- FISKE, John (1990). *Introduction to Communication Studies*. Nueva York: Routledge.
- FUENZALIDA, Valerio (2000). *La televisión pública en América Latina, Reforma y privatización*. Santiago de Chile: FCE, pp. 127-135.
- (2002). *Medios públicos*, en Solís Beatriz (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. México: Fundación Konrad Adenauer, A. C.
- GARZA, Enrique de la (1988). *Ascenso y crisis del Estado social autoritario. Estado y acumulación del capital en México (1940-1976)*. México: El Colegio de México.
- GIMÉNEZ, Gilberto (2004). *La concepción simbólica de la cultura*. México: Mimeo.
- GÓMEZ, Rodrigo y Enrique Sánchez (2009). La economía política de la comunicación y la cultura. Un abordaje indispensable para el estudio de las industrias y las políticas culturales y de comunicación, en Aimé Vega (coord.), *La comunicación en México. Una agenda de investigación*. México: UNAM, pp. 53-68.

- GONZÁLEZ, Carlos (2010). El ethos del conductor del noticiario televisivo. Una comparación entre Francia y México, *Convergencia*. Año 17, núm. 54, sep-dic, México: UAEM, pp. 111-134.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel (1980). *Examen de la comunicación en México*. México: El Caballito.
- GUSTAFSSON, Karl-Erik (1980). The Press Subsidies in Sweden: A Decade of Experiment, en A. Smith (ed), *Newspapers and Democracy. International Essays on a Changing Medium*. Cambridge: MIT Press, pp. 104-126.
- GUTIÉRREZ, Roberto (2005). *Información y democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México*. México: UAM-Azcapotzalco.
- HABERMAS, Jürgen (1996). *Historia y crítica de la opinión pública*. México: G. Gili, S.A de C.V.
- (1987). *Teoría de la acción comunicativa*. Madrid: Taurus.
- HALLIN, Daniel y Paolo Mancini (2004). *Comparing Media Systems. Three Models of Media and Politics (Communication, Society and Politics)*, Cambridge: Cambridge University Press.
- HANADA, Tatsuro (2001). Una aproximación conceptual a la esfera pública, en José Vidal (dir.), *La ventana global*. Madrid: Taurus.
- HARAWAY, Donna (1998). Situated Knowledges: The Science Question in Feminism and the Privilege of Partial Perspective, *Revista Feminist Studies*. Núm. 14: 3.
- HAYE, Ricardo (2003). *Otro siglo de radio; noticias de un medio cautivante*. Buenos Aires: La Crujía.
- HENDY, David (2000). *Radio in the Global Age*, Polity Press. Estados Unidos: Cambridge.
- HERMAN, Edward y Noam Chomsky (1992). *Manufacturing Consent. The Political Economy of Mass Media*. Nueva York, Pantheon Books.
- HESMONDHALGH, David (2008). *The cultural industries*. Reino Unido: Sage.
- HIRSCH, Paul (1980). *Occupational, Organizational and Institutional Models in Mass Media Research. Toward and Integrated Framework*, *Mass Communication Review Yearbook*. Los Ángeles: Sage.

- IZURIETA, Clara (2000). La BBC como servicio público, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados, pp. pp. 233-242.
- KEANE, John (1997). Transformaciones estructurales de la esfera pública, *Revista Estudios Sociológicos*. Ene-abr.
- KLEINSTEUBER, Hans (2007). Habermas and the Public Sphere: From a German to a European Perspective, *Razón y palabra*. Núm. 55.
- LARA, Carlos (2000). El Instituto Mexicano de la Radio, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- LEWIS, Jeff (2008). *Cultural Studies*. Londres: Sage.
- LEWIS, Peter (1993). *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. México: Paidós.
- LOOKER, Thomas (1995). *The sound and the story: NPR and the art of radio*. Boston: Houghton Mifflin Company.
- LULL, James (1980). The Social Uses of Television, *Human Communication Research*. Vol. 6, marzo, pp. 197-209.
- (2007). *Culture-On-Demand. Communication in a Crisis World*. Oxford: Blackwell Publishing.
- (2010). La evolución de una comunicación abierta para un mundo en crisis, en Lenin Martell y Jannet Valero (coords.), *Agenda académica para una comunicación abierta*. México: Porrúa.
- MARTELL, Lenin (1997). Un viaje por el cuadrante público norteamericano. Tesis de licenciatura, México: UNAM-Acatlán.
- (2006). Movimientos sociales en América Latina y medios de comunicación ante la encrucijada del neoliberalismo, *Revista Razón y palabra*. Jun-jul, México: ITESM.
- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001a). La deconstrucción de la crítica: nuevos itinerarios de la investigación, en Immacolata Vasallo y Raúl Fuentes (coords.), *Comunicación, campo y objeto de estudio. Perspectivas reflexivas latinoamericanas*. Guadalajara: ITESO, pp. 15-42.

- MARTÍN-BARBERO, Jesús (2001b). Televisión pública, televisión cultural: entre la renovación y la invención, *Claves del debate*. Guadalajara: ITESO.
- MCQUAIL, Denis (1998). *La acción de los medios; los medios de comunicación y el interés público*. Buenos Aires: Amorrortu editores.
- MARTÍNEZ, Graciela (2007). La radio pública, más allá de una radio de gobierno, Planteamiento de un modelo de radio de servicio público mexicano. Tesis de maestría, México: UNAM.
- MEJÍA, Fernando (1989). *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*. México: Fundación Manuel Buendía.
- MEYER, Lorenzo (2006). De la estabilidad al cambio, *Historia General de México*. México: El Colegio de México, pp. 841-944.
- MORENO, Judith (1987). *La radio en Tijuana*. México: Coneicc-Programa Cultural de las Fronteras.
- MORLEY, David (1986). *Family Television: Cultural Power and Domestic Leisure*. Londres: Routledge.
- NAVARRO, Fidela y Ernesto Villanueva (2008). *Medios de servicio público y transparencia: análisis y medición de su desempeño*. México: UNAM-Instituto de Investigaciones Jurídicas.
- NPR (2010). "This is NPR", *The First Forty Years*. San Francisco: Chronicle Books.
- ORTEGA, Félix (2003). Una simbiosis compleja: políticos y periodistas, *Telos*. Núm. 54, 71-83 pp.
- (2004). *Espacio público y legitimidad política, Reflexiones sociológicas*. Madrid: CIS, pp. 833-860.
- ORTEGA, Patricia (2002). Medios públicos y tiempos de estado, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. México: Fundación Konrad Adenauer A.C., pp. 115-122.
- (2005). Medios de estado, una transición incompleta, en Beatriz Solís (coord.), *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*. México: Fundación Konrad Adenauer, A.C, pp. 93-114.
- (2006). *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública* [mimeo], México: UAM-Xochimilco.

- ORTEGA, Patricia (2007). Muchos canales no es sinónimo de pluralidad. Dos empresas una voz, *Anuario de investigación 2006*. México: UAM-Xochimilco, pp. 96-111.
- (2009). Los olvidados. 'La ley Televisa' y medios públicos, en Javier Esteinou y Alma Rosa Alva (coords.), *La "ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México: Fundación Friedrich Ebert y otras.
- (2010). Comunicación y calidad. Una relación mediada por el mercado, en Mauricio Gamboa, Elsie Mc Phail y Patricia Ortega (coords.), *Comunicación y educación. Enfoques desde la alternatividad*. México: Porrúa-UAM-Xochimilco, pp. 73-90.
- PAPACHARISSI, Zizi (2002). The Virtual Sphere. The Internet as a Public Sphere, *New Media and Society*. Vol. 4(1), marzo, pp. 9-27, California: Sage.
- PASQUALI, Antonio (2007). ¿Podemos mejorar la investigación en comunicaciones orientada a la acción?, en Adriana Peimbert y Rodrigo Gómez (coords.), *Comunicación para el desarrollo en México*. México: AMIC.
- PEACOCK, Alan (1986). *Committee on Financing the BBC, Informe, Cmnd 9824*. Londres: HMSO.
- PI OROZCO, Luis (2001). *Dimensiones de la radio pública en México*. México: Fundación Manuel Buendía.
- PRAILL, Alex (1993). *Los medios de comunicación en el Reino Unido*. Londres: Foreign and Commonwealth Office Londres.
- PRESTON, Julia y Samuel Dillon (2004). *El despertar de México. Episodios de una búsqueda de la democracia*. México: Océano.
- PRIETO, Daniel (1980). *Diseño y comunicación*. México: UAM-Xochimilco.
- QUIROZ, Sergio (2000). La Comisión Nacional de Televisión de Colombia, en Beatriz Solís, *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- RABOTNIKOF, Nora (1995). El espacio público: variaciones en torno a un concepto, en Nora Rabotnikof (comp.), *La tenacidad de la política*. México: UNAM, pp. 49-67.
- (1997). *El espacio público y la democracia moderna*. México: Instituto Federal Electoral.

- RABOY, Marc (1996). Public Broadcasting for the 21st Century, *Academia Research Monograph*. Núm. 17, Luton: Luton Press-John Libbey.
- RADIO EDUCACIÓN (2004). *La innovación en el cuadrante*. México: Radio Educación.
- (2008). *La historia reciente: testimonios y remembranzas*. México: Conaculta.
- RANIERI, Steve (2000). El acceso público a los medios, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado de México*. México: Cámara de Diputados, pp. 435-439.
- REBEIL, María Antonieta y Alma Rosa Alva (2000). *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México: Trillas.
- RED DE RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS EDUCATIVAS Y CULTURALES DE MÉXICO, A. C. (2004). *Principios de radiodifusión de servicio público*. México.
- REITH, John (1924). *Broadcast Over Britain*. Londres: Hodder and Stoughton Ltd.
- ROMO, Cristina (1990). *La otra radio. Voces débiles, voces de la esperanza*. México: Fundación Manuel Buendía-Imer.
- (2000). Educación y medios públicos, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- SAFAR, Elizabeth (2000). Participación social y radiotelevisión pública en Venezuela: Nuestra última pelea y el próximo combate, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados, pp. 247-465.
- SALYER, Stephen (1993). Monopoly to market place-competition comes to public radio, en *Radio The Forgotten Medium, The Freedom Forum Media Center* (comp.). Nueva York, Columbia University.
- SÁNCHEZ RUIZ, Enrique (2005). Los medios de comunicación masiva en México, 1968-2000, en Ilán Bizberg y Lorenzo Meyer (coord.), *Una historia contemporánea de México: actores*. México: Océano, pp. 403-552.
- SCHILLER, Dan (2007). *How to think about information*. Urbana and Chicago: University of Illinois Press.

- SERRANO, Alejandro (2006). *Marcos constitucionales y el servicio público de radiotelevisión en América Latina. Un tema relevante para la UNESCO*. Costa Rica: UNESCO.
- SOLÍS, Beatriz (coord.) (2000). *Los medios públicos de comunicación en el marco de la reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- (coord.) (2002). *Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México*. México: Fundación Konrad Adenauer A. C.
- (coord.) (2005). *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la Reforma del Estado*. México: Fundación Konrad Adenauer, A. C.
- (2009). De cómo llegamos hasta aquí... Los antecedentes de la 'ley Televisa', en Javier Esteinou y Alma Rosa Alva (coords.), *La "ley Televisa" y la lucha por el poder en México*. México: Fundación Friedrich Ebert y otras.
- SOSA, Gabriel (2011). Grupos radiofónicos y concentración, en Jorge Bravo *et al.* (coords.), *Panorama de la comunicación en México 2011*. México: AMEDI.
- SUÁREZ, Luis (2000). Medios públicos para toda la sociedad, en Beatriz Solís (coord.), *Los medios públicos de comunicación en el Marco de la Reforma del Estado en México*. México: Cámara de Diputados.
- TERRIBAS, Mónica (2002). *El discurso de los ejecutivos sobre calidad en el sector público y privado*, Cuadernos del CAC. Núm. 13, may-ago, pp. 13-26.
- THOMPSON, John (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: Universidad Metropolitana.
- TOCQUEVILLE, Alexis de (1984), *DEMOCRACY IN AMERICA*, NUEVA YORK: PENGUIN.
- TOUSSAINT, Florence (coord.) (1985), "Televisa: una semana de programación. *Mente sana cuerpo sano*", en Raúl Trejo (coord.), *Televisa el quinto poder*. México: Claves Latinoamericanas, pp. 40-61.
- TREJO DELARBRE, Raúl (1992). *La sociedad ausente: comunicación, democracia y modernidad*. México: Cal y Arena.
- (2009). Internet como expresión y extensión del espacio público, *Revista MATRIZES*. Vol. 2, núm. 2, pp. 1-16.

- TREMBLAY, Gaëtan (1988). La noción de servicio público, *Telos*. Núm. 14, junio-ago. Madrid, pp. 57-63.
- WHITHERSPOON, John, Roselle Kovitz (1989). *The history of public broadcasting*. Washington DC: Current.
- WILLIAMS, Kevin (2005). *European Media Studies*. Londres: Hodder Arnold.
- WINOCUR, Rosalía (2002). *Ciudadanos mediáticos, la construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.
- (2007), “La participación en la radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público”, *Revista Razón y palabra*. Núm. 55, México: ITESM.
- ZINN, Howard (1994). *You Can't Be Neutral on a Moving Train. A Personal History of our Times*. Boston: Beacon Press.

PERIÓDICOS, REVISTAS Y DOCUMENTOS

- ALVA, Alma Rosa (1997). Cerrazón injustificada de programas infantiles, *El Financiero*. Sección Cultural, 6 de febrero, p. 44.
- (2003). Quince años de televisión en México. De la expansión a la cúpula del poder, *Revista Mexicana de Comunicación*. Núm. 83, año 16, sep-oct, pp. 23-24.
- (2010). De logros y desafíos, *Zócalo*. Núm. 119, pp. 33-34.
- BÉISTEGUI, Dolores (2004). Vacíos, *Etcétera*. Núm. 49, noviembre, p. 34.
- BERMEJO, Carmen (1996). Las radios culturales en la marginación, *El Financiero*. Sección Cultural, 1 de agosto, p. 54.
- BUSTAMANTE, Enrique (2005). Radiotelevisión Española y su reforma, *Etcétera*, mayo.
- CABALLERO PEDRAZA, Virgilio (2015) Sin razón, medios públicos que no contribuyen a fortalecer la democracia, *Zócalo*. XIV (179), p. 68.
- COMAS, José (2005), Financiación del 100% mediante un canon, *El País*. Sección Sociedad, 22 de febrero, p. 36.
- FERNÁNDEZ, Fátima *et al.* (1996). La posibilidad de la radio pública en México, *Nexos*. Núm. 222, junio de 1996.

- GARCÍA, Carmen (1996). Las radios culturales en la marginación, *El Financiero*. Sección Cultural, 1 de agosto, p. 54.
- GARCÍA, Carmen (1997). El Estado mexicano no tiene interés en las radios universitarias, *El Financiero*. Sección Cultural, 17 de junio, p. 54.
- (2004). En peligro el patrimonio de las emisoras. El Imer no puede ser un botín de frecuencias subastables, *El Financiero*. Sección Cultural, 13 de junio.
- GÓMEZ, Rosario (2005). El comité de sabios pide que el Estado asuma los 7 mil 500 millones de deuda de la RTVE, *El País*. Sección Sociedad, Madrid, 22 de febrero.
- GONZÁLEZ, Enric (2005). RAI, en capilla de la privatización, *El País*. Sección Sociedad, 22 de febrero, p. 36.
- MARTELL, Lenin (2010). Radio pública estadounidense, *Zócalo*. Núm. 130, diciembre, pp. 62-64.
- MEJÍA BARQUERA, Fernando (2005). Historia mínima de la radio mexicana, en Foro mexicano de historia de los medios, Fundación Manuel Buendía, 29 de julio.
- NORANDI, Mariana (2002). Requiere autonomía la radio pública en América Latina, 13 de junio. *La Jornada*.
- OLMOS, Alejandro (1995). El cuadrante radial en el 94, *Revista mexicana de la comunicación*. Año VII, núm. 39, feb-abr, pp. 41-44.
- OPPENHEIMER, Walter (2005). La BBC se enfrenta a un recorte, *El País*. Sección Sociedad, 22 de febrero, p. 36.
- RADIO EDUCACIÓN (2001). Comité Técnico de Evaluación, revisión 2001, foliados 089, 090 y 102. México: Radio Educación.
- (2006). La nueva cara de Radio Educación, 2001-2006 (folleto elaborado por la emisora). México: Conaculta-SEP.
- RAMÍREZ, Agustín (2014). Consejo ciudadano de SPR, una incógnita, *Zócalo*. XIV (177).
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (Segob) (2013). Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6°, 7°, 27°, 28°, 73°, 78° 94° y 105° de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos,

- en materia de telecomunicaciones, *Diario Oficial de la Federación* (DOF) (8). México: Gobierno de México.
- SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN (Segob) (2014). Decreto por el que se expide la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión y la Ley del Sistema Público de Radiodifusión en México y se reforman, adicionan y derogan diversas disposiciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión, *Diario Oficial de la Federación* (DOF), 14 de julio de 2014 (13), p. 99.
- (2003). *Diario Oficial de la Federación*. 14 de marzo, p. 3.
- SOSA, Gabriel (1996). Focos de emergencia para la radio mexicana, *Revista Mexicana de Comunicación*. Año 8, núm. 43, feb-abr, pp. 11-14.
- (2003). Radio: apertura política, mismos oligopolios. Crisol de expresiones, *Revista Mexicana de Comunicación*. Año 16, núm. 83, sep-oct, pp. 23-24.
- TREJO, Raúl (2010). Ley española: TV pública, sin comerciales, *Zócalo*. Núm. 120, febrero, pp. 6-39.

INTERNET

- ARISTEGUI NOTICIAS (2019). Ya no más una televisión para la clase media, jodida: Jenaro Villamil, nuevo director de medios del Estado. México <https://aristeguinoticias.com/2301/mexico/ya-no-mas-una-television-para-la-clase-media-jodida-jenaro-villamil-nuevo-director-de-medios-del-estado/>, consultada el 25 de enero de 2019.
- AROCHE, Ernesto, Nayeli Roldan, Manu Ureste, Miriam Castillo (2018). La Sedatu repite esquema de La Estafa Maestra y desvía más de 1 700 millones de pesos solo en 2016, *Animal Político*, <https://www.animalpolitico.com/2018/02/sedatu-desvio-auditoriae-estafa-maestra/>, consultada el 10 de enero de 2019.
- BBC Mundo. www.bbcmundo.com [30 de enero del 2004].
- CÁMARA DE DIPUTADOS, H. CONGRESO DE LA UNIÓN (2015). Constitución Política Mexicana (Reformada), *Diario Oficial de la Federación* (LVII Legisla-

- tura), <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/htm/1.htm>, consultada el 29 de mayo de 2015.
- CHÁVEZ, Víctor (2018). Medios sin censura en gobierno de AMLO, asegura Jesús Ramírez, *El Financiero*, <http://www.elfinanciero.com.mx/nacional/no-habra-censura-en-medios-en-gobierno-de-amlo-asegura-jesus-ramirez>, consultada el 15 de noviembre de 2018.
- CONGRESO DE LA UNIÓN (2018). Foro: Hacia una agenda legislativa en materia de comunicación social, Partido Morena, Cámara de Diputados, (Mesa núm. 2), 24 de septiembre de 2018, México, https://www.canaldelcongreso.gob.mx/vod/reproducir/0_5zmlyde0/Foro%3A_Hacia_una_agenda_legislativa_en_materia_de_cmunicacion_publica._Parte_II, consultada el 28 de octubre de 2018.
- EL UNIVERSAL (2015). Me canso ganso, la frase viral del presidente López Obrador, 12 de diciembre, <https://www.eluniversal.com.mx/nacion/me-canso-ganso-la-frase-viral-del-presidente-lopez-obrador>, consultada el 30 de diciembre de 2018.
- LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN (1960). [http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision\(1960\).pdf](http://www.palermo.edu/cele/pdf/Regulaciones/MexicoLeyFederaldeRadioyTelevision(1960).pdf), consultada el 16 de febrero de 2014.
- LÓPEZ OBRADOR, Andrés Manuel (2018). Programa del Movimiento Regeneración Nacional. ¿Por qué luchamos?, AMLO, Proyecto 2018, México, p. 4, <https://lopezobrador.org.mx/programa-del-movimiento-regenarcion-nacional/>, consultada el 7 de julio de 2018.
- (2019a). Conferencia matutina de prensa para anunciar la coordinación de medios, Palacio Nacional, Presidencia de la República, Ciudad de México, México, versión estenográfica, <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/conferencia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-16-de-enero-de-2019>, consultada el 17 de enero de 2019.
- (2019b). Conferencia de prensa matutina para informar sobre las características del programa de comunicación social del gobierno de la República, Comunicación Social, Presidencia de la República, México, versión estenográfica, <https://www.gob.mx/presidencia/prensa/conferen->

- cia-de-prensa-del-presidente-andres-manuel-lopez-obrador-23-de-enero-de-2019, consultada el 24 de enero de 2019.
- LUKOR (portal de noticias) (2011). Huelga en la radiotelevisión pública francesa en protesta por el fin de la publicidad en el sector. www.lukor.com/notpor/0802/13090411.htm, consultada el 2 de octubre de 2011.
- MEJÍA BARQUERA, Fernando (2017a). AMLO 2018-2024: medios y telecomunicaciones, *Milenio*, <http://www.milenio.com/opinion/fernando-mejia-barquera/cambio-de-frecuencia/amlo-2018-2024-medios-y-telecomunicaciones>, consultada el 12 de junio de 2018.
- (2017b). Radio Educación, por fin en FM, www.milenio.com/opinion/fernando-mejia-barquera/cambio-de-frecuencia/radio-educacion-por-fin-en-fm, consultada el 19 de noviembre de 2018.
- NATIONAL PUBLIC RADIO (NPR) (2007). www.npr.org, 22 de junio.
- PUBLIC RADIO INTERNATIONAL (PRI) (2007). www.pri.org, 1 de junio.
- RADIO EDUCACIÓN (2002). Resumen de actividades de Radio Educación durante el periodo enero-diciembre de 2002, www.radioeducacion.edu.mx, consultada el 1 de octubre de 2010.
- RAMÍREZ CUEVAS, Jesús (2018). ¿Cómo será el trato del próximo gobierno con los medios de comunicación?, Comité de Transición, México, <https://www.youtube.com/watch?v=41xwDmbDYX4>, consultada el 28 de octubre de 2018.
- RED DE RADIODIFUSORAS Y TELEVISORAS EDUCATIVAS Y CULTURALES DE MÉXICO, A. C. (2004). Asociados de la Red, www.lared.org.mx, consultada el 30 de marzo de 2008.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA (1994). Acuerdo 203, www.sep.gob.mx/wb/sep/acuerdo_203, consultada el 5 de marzo de 2011.
- TREJO DELARBRE, Raúl (2014). Las nuevas reglas de Telecom (Primera parte), *Letras Libres*, pp. 2-3, <http://www.letraslibres.com/blogs/polifonia/las-nuevas-reglas-de-telecom?page=full>, consultada el 9 de julio de 2014.
- URDIALES, Carlos (2018). La comunicación social de AMLO, *La Razón*, <https://www.razon.com.mx/columnas/la-comunicacion-social-de-amlo/>, consultada el 31 de enero de 2018.

Villamil, Jenaro (2018). Hacia una agenda legislativa en materia de comunicación social Partido Morena, Cámara de Diputados (Mesa núm. 2), México, https://www.canaldelcongreso.gob.mx/vod/reproducir/0_5zmlyde0/Foro%3A_Hacia_una_agenda_legislativa_en_materia_de_cmunicacion_publica._Parte_II, consultada el 28 de octubre de 2018.

ENTREVISTAS REALIZADAS POR EL AUTOR

- ALVA, Alma Rosa, 1996, 16 de mayo; 24 de septiembre de 2008. México.
- CALDERÓN, Antonio, 2008, 12 de septiembre; 27 de enero de 2009; 17 de febrero de 2011; 15 de noviembre de 2016. Monterrey, NL.
- CORTÉS, Guadalupe, 2008, 29 de octubre. México.
- DE LEÓN VÁZQUEZ, Salvador, 2014, 25 de julio. México.
- ESTEINOU MADRID, Javier, 28 de abril. México.
- GONZÁLEZ, Daniel, 2008, 2 de octubre. Ciudad de México.
- GUNSON, Phil, 1996, 23 de septiembre. Ciudad de México.
- LIMÓN, Carmen, 2008, 13 de octubre. Ciudad de México.
- RODRÍGUEZ, Perla Olivia, 2009, 3 de marzo. Ciudad de México.
- SALYER, Stephen, 1995, 22 de noviembre. Minneapolis.
- SOSA, Gabriel, 2008, 3 de octubre de 2008. Ciudad de México.
- VÁZQUEZ GUERRERO, Marina, 2014, 28 de julio. Ciudad de México.
- VÍVORI, Claudio, 2004. 20 de mayo. Ciudad de México.
- ZAVALA, Jacqueline, 2004, 7 de mayo. Ciudad de México.

SEMINARIOS, CONGRESOS Y PONENCIAS

- ABERG, Carin (2005). Perspectivas de la radio en el norte de Europa, ponencia presentada en el V Congreso de radios y televisiones locales, públicas y alternativas. Febrero. Sevilla.
- BUSTAMANTE, Enrique (2000). Cultura, comunicación y educación: La vigencia del servicio público en la 'sociedad de la información', ponencia presen-

- tada en el marco del Congreso Textos de las Jornadas sobre Televisión. Universidad Complutense de Madrid, diciembre.
- EVERS, Huub (2009). Intercultural Competences for Journalists and Broadcasters, ponencia en el marco de la International Association for Mass Communication Research (IAMCR), México, 25 de julio.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2008). Cinco dudas sobre la televisión cultural, discurso deliberado en la conferencia inaugural en el marco del Encuentro Internacional de Cultura y Medios, por el XV Aniversario de Canal 22, junio, Ciudad de México.
- GIMÉNEZ, G. (2006). Apuntes de clase, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, México, UNAM.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Ángel (2008). Discurso pronunciado al recibir la Medalla Belisario Domínguez, conferida por el Senado de la República, 7 de octubre.
- GUTIÉRREZ, Roberto (2006). Presentación pública, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 11 de octubre, México.
- HALPERN, Cheryl F. (2008). Tendencias de la programación radiofónica ante el cambio tecnológico, ponencia en la VII Bienal Internacional de Radio, 11 de septiembre. México.
- MEYER, Lorenzo (2008). XEEP Radio Educación: 40 años de radio educativa y cultural, ponencia en la VII Bienal Internacional de Radio, 10 de septiembre, México.
- SALAZAR, Luis (2005). Todos contra el Estado. Texto inédito leído en la presentación del libro de Roberto Gutiérrez: Información y Democracia. Los medios de comunicación social y su influencia sobre la política. El caso de México, 7 de junio, México.

ÍNDICE

Presentación 11

Patricia Ortega Ramírez

Prólogo 15

Javier Esteinou Madrid

Los medios de comunicación públicos en la Cuarta Transformación
de México 15

Construcción del nuevo proyecto de nación 15

Los medios públicos y la edificación de “otro futuro” 16

Situación actual de los medios públicos en México 17

Los medios de Estado dentro de la reforma constitucional
de las Telecomunicaciones y la Radiodifusión 19

Los medios públicos en las leyes secundarias
de la Reforma Constitucional 21

Consecuencias de la marginación del modelo
de difusión de servicio público 27

Necesidad de contar con medios de comunicación de Estado
de servicio público 31

Los medios públicos en la construcción del nuevo proyecto
de nación en México 35

Introducción 41

I. La transformación del espacio público

en el neoliberalismo 65

El Espacio público en el neoliberalismo 65

Los actores del espacio público: Estado, medios y sociedad civil 90

II. La noción de servicio público de radio en el neoliberalismo	103
El debate internacional sobre el servicio público de la radio	103
El concepto de servicio público de radio	166
III. Políticas neoliberales y la radio estatal en México	185
Antecedentes	185
La radio estatal en México en tiempos del neoliberalismo	204
IV. La construcción de la noción de servicio público en Radio Educación	299
Fundamentos teórico-metodológicos para el estudio empírico de la programación	299
Elaboración del <i>corpus</i> de estudio	308
Principios y funciones sociales del servicio público en Radio Educación	335
Análisis de la programación en Radio Educación	385
Conclusiones	413
Reflexión final	429
Epílogo	437
Bibliografía	443

Siendo rector de la Universidad Veracruzana
el doctor Martín Gerardo Aguilar Sánchez
EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO, de Lenin Martell Gámez,
se terminó de imprimir en diciembre de 2021 en Lectorum, S. A. de C. V.,
Belisario Domínguez núm. 17, loc. B, col. Villa Coyoacán, CP 04000,
Ciudad de México, tel. 5555813202.

La edición fue impresa en papel book cream de 60 g.
En su composición se usaron tipos Minion Pro y Myriad Pro.
Cuidado de edición y maquetación: Víctor Hugo Ocaña Hernández.

El servicio público de radiodifusión es un deber del Estado en naciones democráticas desde el siglo xx. Sin embargo, hasta la primera década del siglo xxi, México no se había preocupado por desarrollar la radiodifusión como un servicio público y para el público. Había creado emisoras estatales y culturales, pero con la ausencia de una política de Estado hacia la radiodifusión. Específicamente en el marco neoliberal, el sistema político mexicano tuvo una relación autoritaria y vertical con la radiodifusión estatal y dictó lo que, a su parecer, tenía que entenderse como “interés público”.

En este contexto, Lenin Martell Gámez examina algunas emisoras estatales y culturales que fueron desarrollando, por interés propio en sus actividades cotidianas, el concepto de lo que en realidad es la vocación de servicio público. Una de ellas fue Radio Educación, la cual fue construyendo, desde sus actividades de programación, lo que debería ser un medio público en México. *EL IMAGINARIO DE LO PÚBLICO EN LA RADIO* profundiza en el concepto y analiza el papel de la radio pública en el espacio público. Esta obra es, por sí misma, una propuesta novedosa para estudiar los medios públicos de México.

