

# **UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

**INSTITUTO DE INVESTIGACIONES SOCIALES  
MAESTRÍA EN CIENCIAS SOCIALES CON ORIENTACIÓN  
EN DESARROLLO SUSTENTABLE**



**TESIS DE MAESTRÍA:  
PANORAMA DE LAS RADIOS COMUNITARIAS EN MÉXICO  
UNA ALTERNATIVA DE COMUNICACIÓN**

**PRESENTA:  
LIC. FRANCISCO JAVIER GARZA GARCÍA**

**COMITÉ TUTORAL  
DIRECTORA: DRA. LYLIA PALACIOS HERNÁNDEZ**

**TESIS PARA OBTENER EL GRADO DE MAESTRÍA EN  
CIENCIAS SOCIALES CON ORIENTACIÓN EN  
DESARROLLO SUSTENTABLE**

**DICIEMBRE 2010**

# Índice

<b>Agradecimientos</b> .....	6
<b>Introducción</b> .....	8
<b>Capítulo 1. Planteamiento de la investigación</b> .....	10
1.1 Definición .....	10
1.2 Justificación .....	12
1.3 Delimitación .....	14
1.4 Objetivos .....	15
1.4.1. Objetivos particulares .....	15
1.5. Metodología .....	16
1.6. Hipótesis .....	16
1.7. Sujetos/objetos .....	17
1.8. Marco teórico .....	18
1.9. Definición de términos .....	22
1.9.1. Científicos .....	22
1.9.2. Operacionales .....	23
<b>Capítulo 2. Políticas públicas en materia de radiodifusión en América Latina y México</b> ..	25

2.1. Políticas públicas y leyes vigentes en materia de radiodifusión en América Latina ----	29
2.2. Antecedentes de la normatividad en México -----	39
2.3. Leyes, reglamentos y otras disposiciones vigentes vinculadas a la radiodifusión en México -----	43
2.3.1. Tratados internacionales relativos a la libertad de expresión, información y comunicación firmados y ratificados por México -----	55
2.4. Hacia una Ley de Radio y Televisión integral -----	58

**Capítulo 3. La radio como medio de comunicación de masas y su relación con la  
sustentabilidad social ----- 63**

3.1. Información y comunicación -----	66
3.1.1. Discurso y comunicación de masas -----	69
3.2. La democracia participativa y la sustentabilidad social -----	74
3.2.1. La radio y la sustentabilidad social -----	84
3.3. La radio como medio de comunicación de masas en América Latina y México -----	85
3.3.1. Características de la comunicación radiofónica -----	88
3.3.2. Lenguaje radiofónico -----	90

**Capítulo 4. Historia y tipología de la radio ----- 95**

4.1. La radio en Latinoamérica -----	97
--------------------------------------	----

4.1.1. La radio en México -----	98
4.1.1.1. La radio en Nuevo León -----	101
4.2. Tipología de la radio -----	103
4.2.1. Radios concesionadas -----	106
4.2.1.1. Radio comercial -----	107
4.2.2. Radios permisionadas -----	108
4.2.2.1. Radio pública -----	109
4.2.2.1.1. Radio universitaria -----	110
4.2.2.1.2. Radios estatales -----	111
4.2.2.2. Radios comunitarias -----	113
4.2.2.2.1. Radio popular -----	115
4.2.2.2.2. Radio ciudadana -----	116
4.2.2.2.3. Radio indígena -----	118
4.2.2.2.4. Radio de organizaciones no gubernamentales (ONG) -----	118
4.2.2.2.5. Radio religiosa -----	119
4.2.3. Radios alternativas -----	120
4.2.3.1. Radio por internet -----	122
4.2.4. Radios ilegales -----	123
4.2.3. Radios piratas -----	124

**Capítulo 5. Discursos mediáticos y análisis de casos de radios comunitarias en México- 125**

5.1. Discursos de la radio en México: Comercial vs Comunitario -----	126
--	-----

5.1.1. El establecimiento de la agenda -----	132
5.2. Resultados de casos de radios comunitarias en México -----	135
5.2.1. Radio Teocelo (Veracruz) -----	136
5.2.2. Radio Totopo (Oaxaca) -----	142
5.2.3. Radio Erandi (Michoacán) -----	146
5.2.4. La Voladora Radio (Estado de México) -----	148
5.2.5. Radio Tierra y Libertad (Nuevo León) -----	152
5.2.6. SomosUno Radio (Nuevo León) -----	154
5.3. Convergencias entre las radios comunitarias estudiadas -----	157
<b>Capítulo 6. Conclusiones -----</b>	<b>160</b>
6.1. Reconocimiento internacional de los medios comunitarios -----	161
6.2. Ideología y poder -----	161
6.3. Las radios comunitarias y la situación en conflicto en la que se desenvuelven -----	164
6.4. Periodistas comunitarios -----	165
6.5. Resultados de los casos de las radios comunitarias -----	168
6.6. Propuestas en materia de radiodifusión comunitaria -----	169
6.7. La internet como medio de comunicación alternativo -----	170
<b>Bibliografía -----</b>	<b>172</b>

## Agradecimientos

Esta tesis fue realizada con el apoyo de muchas personas desde diversos ámbitos de competencia que me ayudaron, por una parte, a emprender un estudio como el presente con mayor dedicación y disciplina y; por otra, a dilucidar aquellos aspectos en los cuales se requería de análisis y evaluación.

Agradezco en primera instancia a Omar Amaya quien fue el principal promotor de que continuara con mis estudios, de no haber sido él tan insistente, seguramente habría dejado para después la entrada a esta maestría.

Agradezco además a Cuitláhuac Quiroga la compañía, el apoyo, las largas charlas y los debates en torno a las radios comunitarias, la ideología y demás temas tratados que me ayudaron a replantearme y aterrizar ideas.

A mi familia, en particular a mi madre, mi padre y mi hermana, quienes siempre estuvieron pendientes de mi desempeño, dispuestos a brindar toda la ayuda posible y quienes en mis momentos de desesperación me aconsejaron y ayudaron a sacar fuerzas para continuar con la investigación.

Debo agradecer también a mi directora de tesis, la Dra. Lylia Palacios quien se convirtió en una amiga y en alguien indispensable para mejorar mi investigación, pero también en quien encontré a una persona íntegra, dispuesta a escuchar, debatir y principalmente, a tolerar mis múltiples terquedades. Eso no es algo sencillo, lo aseguro. Gracias Lylia.

Por supuesto también debo reconocer el apoyo de CONACyT quien en la última parte de la maestría me otorgó una beca para la conclusión de mis estudios.

Agradezco además a Gloria Mancha, a quien conocí en esta maestría y quien fue cómplice y compañera de batallas en esta odisea académica.

A mis amigos Eugenia Jiménez (alias la Viviana) y Jesús Rodríguez (alias el Viviano) quienes siempre estuvieron dispuestos a apoyarme en cualquier circunstancia, tanto con los asuntos personales como en cuestiones profesionales, logrando, además, hacer más relajada mi labor de investigación.

A Todos los integrantes de Tilde Editores, principalmente a José Pulido y Mateo Flores, con quienes estuve gran parte del tiempo mientras redactaba mi tesis y quienes entre bromas y colaboraciones, ayudaron a mejorar mi escrito.

También a los integrantes de Radio Totopo, Radio Aro, Radio Erandi, La Voladora Radio, Radio Teocelo, Radio Aro, Radio Chontal, la AMARC y demás personas involucradas con las radios comunitarias quienes desinteresadamente me abrieron sus puertas y me concedieron entrevistas para documentar esta investigación.

Por último quiero agradecer a todas las demás personas que de alguna forma me apoyaron y colaboraron conmigo para ver realizado este trabajo. A todos ellos muchas gracias.

# Introducción

La presente investigación se propone hacer un análisis de la situación que viven las radios comunitarias en México, y se defiende la tesis de que surgen a partir de las necesidades propias de las diferentes comunidades, quienes en busca de justicia, se organizan y las utilizan como medio de presión para orientar las políticas públicas de modo que contemplen el bienestar social de la comunidad. Para ello, esta investigación se divide en cinco apartados y un sexto donde se abordan las conclusiones:

El primer capítulo presenta la metodología, mostrando los objetivos, hipótesis y preguntas de investigación correspondientes. Se encuentra además la justificación del tema elegido y la importancia del mismo para una democratización de los medios de comunicación. Del mismo modo, se plantean algunos argumentos teóricos en materia de comunicación, radios comunitarias y sustentabilidad.

En el segundo capítulo se abordan los diferentes pronunciamientos internacionales en torno a la libertad de expresión y de información. Se revisan algunas de las principales leyes en materia de medios de comunicación de países latinoamericanos con el objetivo de corroborar si éstas acatan las disposiciones internacionales sustentadas en las diferentes Declaraciones, Acuerdos y Tratados que los países han firmado. Del mismo modo, se analizan las leyes mexicanas con el objetivo de hacer una comparativa en relación con los países latinoamericanos antes expuestos.

El tercer capítulo trata de los aspectos teóricos de la comunicación, diferenciándola del concepto de información y revisando, entre otros autores, a Antonio Paoli, Stuart Hall, Jurgen



Habermas y John Thompson. Del mismo modo se habla de la radio, sus características, lenguajes y su utilización como medio masivo de comunicación. Además se establecen los vínculos con la sustentabilidad social, por lo que se revisan conceptos planteados por Amartya Sen, Lorenzo Salvador Benitez y Guillermo Foladori.

En el cuarto capítulo se da información histórica en relación con las radios comunitarias. ¿Cuándo surgen?, ¿dónde?, ¿por qué?, entre otras preguntas, serán respondidas en este apartado. Aunado a ello, se presenta una tipología de las radios con la intención de poder identificar cada medio y señalar las características que las determinan. Así, se conocerá más a fondo de las radios comunitarias, populares, religiosas, por internet, entre otras.

En el quinto capítulo se analizan los discursos mediáticos, estableciendo una comparación entre las radios convencionales y las radios comunitarias, haciendo énfasis en cómo dichos discursos establecen agendas informativas con intereses opuestos debido a que los primeros conllevan un sentido mercantil, sujeto a los intereses de los grupos de poder; mientras que los segundos tienen una finalidad social. Otros temas que se revisan en este apartado es lo referente a la cohesión social, fomentada por los propios medios, así como la reafirmación, modificación o construcción de la identidad.

En el sexto capítulo se presentan las conclusiones de la investigación, así como algunas propuestas en materia de radiodifusión con la intención de mostrar algunas posibilidades que han elaborado investigadores en torno a las radios comunitarias en México y, cabe destacar, se presenta de manera breve la iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales que se encuentra actualmente pendiente de discusión en el Congreso.

# 1. Planteamiento de la investigación

## 1.1. Definición del problema de investigación.

El control de los medios de comunicación por parte de las élites económicas y políticas ha permitido que éstos establezcan una agenda informativa basada en intereses de consumo y alejadas de las realidades y necesidades sociales de la población, ante dicho control informativo y la falta de interés genuino de dichos medios para darle un espacio a la ciudadanía, desde hace algunas décadas se han venido gestando nuevos modelos de comunicación, entre ellos, el alternativo, el popular, el educativo, el comunitario y el ciudadano. Si bien no es asunto primordial de esta investigación profundizar acerca de todos los modelos de comunicación antes mencionados, sí habrá que aclarar algunas similitudes y diferencias de los mismos. En este sentido, un medio alternativo, por ejemplo, lo es en relación a los medios convencionales comerciales<sup>1</sup>, aportando quizá, nuevas formas de comunicación, o abordando temas que son poco importantes para los medios tradicionales. Pero ello no implica que un medio alternativo deba tener como objetivo el construir nuevas formas de relaciones sociales, o que persiga incidir en los modelos y sistemas (económicos, políticos y sociales) vigentes. Por otra parte, un medio comunitario, además de ser alternativo, sí busca una forma diferente de construcción social, donde la comunidad misma en la que se encuentra inserto es quien elabora y dirige el medio. Sus objetivos son, en la mayoría de dichos medios, antisistémicos, puesto que rompen con la agenda

---

<sup>1</sup> A partir de aquí se hará referencia a los medios de comunicación masivos indistintamente como medio de comunicación convencionales, tradicionales o comerciales.

que los medios tradicionales abordan, así como con los modelos predominantes de consumo, socialización, entre otros. Para López Vigil (2005), una radio comunitaria lo es:

Cuando..., promueve la participación de los ciudadanos y defiende sus intereses, cuando responde a los gustos de la mayoría, y hace del buen humor y la esperanza su primera propuesta; cuando informa verazmente; cuando ayuda a resolver los mil y un problemas de la vida cotidiana; cuando en sus programas se debaten todas las ideas y se respetan todas las opiniones; cuando se estimula la diversidad cultural y no la homogeneización mercantil; cuando la mujer protagoniza la comunicación y no es una simple voz decorativa o un reclamo publicitario; cuando no se tolera ninguna dictadura, ni siquiera la musical impuesta por las disqueras; cuando la palabra de todos vuela sin discriminaciones ni censuras.

Las radios comunitarias también suponen otros aspectos a tomar en cuenta, como la de aquel que ejerce como periodista dentro de dichos medios. En México, así como en otros países, tanto los periodistas con un discurso crítico dentro de los medios convencionales, como los periodistas de las radios comunitarias, se encuentran en situación de conflicto no nada más por la presión política, económica y editorial, sino también, en el caso de los periodistas comunitarios, por no ser reconocidos como tales por el Estado, y por proponer un discurso contrahegemónico que critica, la mayoría de las veces, aspectos del sistema económico capitalista vigente, lo que afecta al Estado mismo y a los diversos grupos de poder que son quienes controlan la información. Esto repercute abiertamente en la libertad de expresión y, en ocasiones, pone en riesgo a los periodistas. A este respecto, Aleida Calleja (2008: 165-166), de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) comenta que:

Los informes de las organizaciones (de derechos humanos) muestran cómo cada año el número de periodistas asesinados fue ascendiendo: en el periodo 2004-2006 se registraron 20 homicidios, y tan sólo 10 de estos ocurrieron en el 2006. Los asesinatos y desapariciones de periodistas en el sexenio de Vicente Fox, convirtieron a México en uno de los países más peligrosos del mundo para el ejercicio periodístico ubicándose tan solo detrás de Irak. Cabe mencionar que en el último año del sexenio, en un solo mes se registraron varias agresiones contra emisoras comunitarias: La Voladora Radio en el Estado de México con amenazas de muerte, Radio Calenda en Oaxaca con intento de homicidio, abuso de autoridad y golpes, y Radio Nnandia en Oaxaca con un cierre violento de las transmisiones, sin que los autores de dichas agresiones hasta el momento hayan sido detenidos y sancionados.

A pesar de ello, y ante la necesidad imperante de proponer alternativas de comunicación, siguen surgiendo y consolidándose radios comunitarias que intentan hacer uso de la libertad de expresión que tanto la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, como los diversos Tratados Internacionales firmados por México, proponen como de acceso libre a la ciudadanía. No obstante, en México, las radios comunitarias no existen dentro de la legislación, por lo que se encuentran en un estado de vulnerabilidad que les implica principalmente grandes dificultades financieras y de reconocimiento oficial.

## **1.2. Justificación del problema de investigación.**

Las radios comunitarias tienen el propósito, como su nombre lo indica, de servir a la comunidad (Aleida Calleja y Beatriz Solis; 2005: 24-25); ayudan a construir y difundir realidades; ayudan a

los diversos grupos sociales y; crean un espacio en donde la sociedad puede tener voz, algo que difícilmente sucede en los medios de comunicación convencionales. Dichas radios son formas de organización social cuyo objetivo, por tanto, no es lucrar; no obstante, la situación de las radios comunitarias en México es sumamente compleja. La postura contrahegémica que comparten la mayoría de las mismas ha significado el cierre de muchas de ellas por parte del Estado por afectar diversos intereses en lo político, al mostrar un discurso crítico; lo social, al proponer otras dinámicas sociales diferentes a las propuestas por el capitalismo y el neoliberalismo; y lo económico, al hacer una crítica y fomentar modos de consumo alternativos a los vigentes. De modo que, de 2006 a la fecha, y de acuerdo con Aleida Calleja, poco más de 100 radios comunitarias han sido cerradas en México, en los estados de Michoacán, México, Sonora, Oaxaca, Puebla, Chiapas, Coahuila, Hidalgo, Jalisco, Sinaloa, Zacatecas, Campeche, Guanajuato, Yucatán, Baja California Norte, Baja California Sur, Chihuahua, Distrito Federal, Guerrero, San Luis Potosí, Tabasco y Nuevo León. Cabe mencionar que si bien dichas radios operaban sin permiso, también debe destacarse que ello se debe principalmente a la negativa del gobierno mexicano a otorgarlos. Bajo el lema de «la democratización de la palabra», es como muchas de las radios comunitarias comienzan a operar. Si bien las radios comunitarias, desde su origen en México, se han visto desprovistas de un marco regulatorio que les ayude a subsistir y a protegerse de los grupos de poder, éstas han logrado salir adelante con el apoyo mismo de la comunidad, ya que es la misma gente a quienes sirve, la que se encarga de sufragar todos los gastos que implica tener un medio de comunicación, y la que se encarga de construir los contenidos de la programación así como de hacer todas las labores propias del quehacer radiofónico. Así, las radios comunitarias representan un aporte importante para la transformación

de las dinámicas sociales en las comunidades donde se encuentran insertas, no nada más por la colaboración de la comunidad en el quehacer radiofónico, sino porque además aportan a la sustentabilidad social al ofrecer información, formación, capacitación, y apoyo en diversos ámbitos a la sociedad. Por tanto, sería necesario saber, ¿cuáles son las diferencias entre las radios comunitarias y las radios convencionales?, ¿cuáles son los factores sociales y de grupo por los que se constituye una radio comunitaria?, ¿cómo funcionan al interior, en su gestión y dinámicas entre sus integrantes?, ¿qué tipo de radios comunitarias existen?, ¿cómo contribuyen las radios comunitarias a la construcción de sustentabilidad social?, ¿cuál es la percepción de la comunidad de las radios comunitarias?, ¿cuáles son los obstáculos a los que se enfrentan las radios comunitarias?, ¿cuál es el tratamiento que les dan otros países a las radios comunitarias?. Estas son algunas de las preguntas que habrán de responderse en la presente investigación.

### **1.3. Delimitación del problema de investigación**

La investigación plantea una descripción tipológica de las radios comunitarias en México en busca de los aportes de dichos medios a la sustentabilidad social. Además, no pretende ser exhaustiva en su propuesta de presentar una panorámica de las radios comunitarias en México, por lo que, para el trabajo de campo, se escogió una muestra de seis casos, de cinco estados del país, para su análisis. Los estudios de caso son: Radio Teocelo (Veracruz); La Voladora Radio (Estado de México); Radio Erandi (Michoacán); Radio Totopo (Oaxaca); Radio Tierra y Libertad y SomosUno Radio (Nuevo León).

## **1.4. Objetivo general**

La presente investigación realizará una revisión de las características del espectro radiofónico para enfocarse principalmente en las radios comunitarias, de modo que, mediante una descripción tipológica, se pueda clarificar el funcionamiento de las mismas, con el propósito de argumentar por qué éstos medios aportan a la sustentabilidad social y cuáles son las principales dificultades a las que se enfrentan.

### **1.4.1. Objetivos Particulares.**

- 1) Describir la política pública respecto a la radio y en particular a las radios comunitarias en México y América Latina en términos de la legislación.
- 2) Elaborar una tipología de la radio con el fin de identificar las características y diferencias de los diversos modelos que existen en el espectro radiofónico.
- 3) Analizar los contenidos de las radios comunitarias, principalmente en contraposición de las radios comerciales en el entendido de su función social, su contribución cultural y la construcción de ciudadanía.
- 4) Describir los contextos en que actúan cada una de las radios investigadas empíricamente.
- 5) Presentar argumentos de los aportes de las radios comunitarias a la sustentabilidad social.

## **1.5. Metodología**

La presente investigación es de tipo descriptiva-cualitativa que se elaboró a partir de un estudio de casos múltiples aplicando una entrevista semiestructurada. Así, la investigación se llevó a cabo en tres etapas; la primera, donde se realizó una extensa búsqueda de material bibliográfico que permitió fundamentar teóricamente la problemática de la tesis; la segunda parte, en la que se seleccionaron seis radios comunitarias, de cinco estados del país, para los análisis de casos. Una vez hecho esto, se acudió a las radios seleccionadas y mediante la observación directa, se pudo constatar la situación real en la que se desenvuelven dichas radios comunitarias, la forma de gestión de las mismas, los vínculos que establecen con la comunidad, entre otras cosas. Se realizaron entrevistas semiestructuradas, que fueron grabadas, con la intención de comprender las causas y condiciones en las que surgió cada radio, así como para revisar los discursos que manejan cada una de ellas, además, se realizaron monitoreos para evaluar los contenidos en relación con la función social de cada medio comunitario; la tercera etapa, consistió en el ordenamiento y análisis de los datos recolectados y su vinculación con el material teórico existente.

## **1.6. Hipótesis.**

Las hipótesis nacen a partir de la observación directa y de experiencias anteriores con radios comunitarias, por lo que se plantean una general y dos secundarias:



- 1) Las radios comunitarias son resultado de la organización de diversos tipos de comunidad (colonos, estudiantes, trabajadores, ciudadanos, indígenas), que encuentran en ese medio una herramienta social para enfrentar problemáticas específicas, así como para desarrollar y fortalecer sus vínculos mediante el uso distinto de la información y el entretenimiento respecto de los medios de comunicación convencionales, contribuyendo de esta manera a la construcción de sustentabilidad social desde abajo.
- 2) El discurso de la radio comunitaria es contrahegemónico y una de sus principales reivindicaciones es el derecho a la información, lo que le ha llevado a vivir en una situación de conflicto tanto con el Estado como con los grupos de poder.
- 3) Las radios comunitarias requieren de una organización plena para su funcionamiento, por lo que es un instrumento de comunicación que utilizan diversos grupos que permiten aportar diversos elementos que coadyuvan a la sustentabilidad social de las comunidades.

### **1.7. Sujetos/ objetos.**

Los sujetos de estudio son algunos de los individuos agrupados en torno a proyectos de medios radiales de comunicación que fueron seleccionados como muestra, es decir, integrantes de Radio Teocelo (Veracruz); La Voladora Radio (Estado de México); Radio Erandi (Michoacán); Radio Totopo (Oaxaca); Radio Tierra y Libertad y SomosUno Radio (Nuevo León)

El objeto de estudio son las radios comunitarias mencionadas anteriormente reflejadas en sus instalaciones, avíos, instrumentos de operación, etc.

## 1.8. Marco Teórico

La fundamentación teórica parte de cuatro grandes áreas temáticas: la legislación de la libertad de expresión y acceso a los medios de comunicación (leyes en países latinoamericanos, leyes mexicanas, Tratados, Acuerdos y Declaraciones Internacionales); el fenómeno de la comunicación; la presencia de la ideología; y la sustentabilidad social. En este sentido se da a continuación una breve explicación de dicha fundamentación:

Habermas (1999) comenta en su Teoría de la Acción Comunicativa cómo los seres humanos se mantienen a través de las actividades sociales y para ello utilizan la comunicación, pero dicha comunicación requiere de que las partes estén de acuerdo en el sentido que se les da los diferentes significados. De modo que, por ejemplo, se pueda entender por democracia, un sistema de representantes que fueron elegidos por el pueblo para tomar las decisiones relevantes de la vida pública mediante votaciones de mayoría. Pero ello es sólo un significado del concepto y, por el contrario, la democracia participativa, donde se requiere de la intervención de la ciudadanía para la toma de decisiones, no aparece en el imaginario colectivo como significado del término en cuestión, por lo que si no es un significado compartido entonces no tiene tanta legitimidad como el otro que sí la tiene. La sociedad, por ende, reaccionará a la definición que es compartida y actuará en consecuencia, reproduciéndola y comunicándola a otros. Así, los significados compartidos son los que dan sentido a la vida y a la forma en que concebimos al mundo. No obstante, dichos significados, la gran mayoría de las veces, pasan a través de filtros que son los medios de comunicación, y dependerá del sentido que dichos medios le asignen a la información para entender cómo es que la sociedad construye sus propias interpretaciones de la

realidad. Dichas interpretaciones, por tanto, son parciales, puesto que están mediadas por intereses que los propios medios de comunicación le han impregnado a la información. Como medios de comunicación, las radios comunitarias, si bien no son ajenas a intereses, éstos no representan los mismos fines mercantiles y de preservación del *status quo* que sí tienen los medios comerciales, por lo que representan una alternativa de comunicación que, desde la visión de los grupos de poder, atentan contra la hegemonía mediática que en más de una ocasión han intentado predeterminar.

En una sociedad globalizada sería simplemente imposible informarnos de lo que acontece sin considerar a los medios masivos, de modo que el tipo de información, así como la forma y el tiempo en que nos llega, depende exclusivamente de dichos medios. Esto sin lugar a dudas nos plantea una problemática que se abordará a mayor detalle más adelante, el del establecimiento de la agenda. Pero lo que interesa en una primera instancia es cómo los medios de comunicación, a lo largo de los años, se han alejado de su función social, establecida, por lo menos en México, dentro de la ley Federal de Radio y Televisión en su artículo cuarto que a la letra dice, «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»;<sup>2</sup> el artículo quinto amplía un poco al respecto, «la radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana».<sup>3</sup>

En busca de lograr un mayor auditorio y *rating*, los medios de comunicación convencionales han dejado de lado lo anterior, así como el Estado ha dejado de supervisar que se cumpla la ley a este respecto. Esto ha generado además que la sociedad pierda la posibilidad de

---

2 México. Ley Federal de Radio y Televisión en Diario Oficial de la Federación. 19 de junio de 2009. (Acceso el 10 de octubre de 2009).

3 *Ibid.*

vincularse con los medios, quienes únicamente responden a intereses económicos e ideológicos. Sin duda ese distanciamiento de los medios para con los usuarios, esa comunicación unilateral donde la posibilidad de respuesta es mínima (y en ocasiones nula), así como un manejo de la información que muchas veces persigue fines particulares y no sociales, es lo que ha hecho que en los últimos años hayan proliferado medios de comunicación alternativos. En relación con los estudios de los medios masivos de comunicación, poco se ha escrito con la intención de teorizar acerca de estos medios alternativos, entre los que se encuentran las radios comunitarias, aunado a esto, puede decirse que cada medio alternativo lo es en relación a otro que se puede llamar convencional, por lo que cada país tiene una historia diferente en relación con la aparición de los mismos; no obstante, existen desde hace casi 90 años en el continente, cerca de 40 años en México, y se relacionan en sus orígenes con la educación popular, el deseo de liberación de las dictaduras militares latinoamericanas y la teología de la liberación. Esencialmente, los medios comunitarios buscan mostrar una información alterna a los discursos oficiales, así como dar otros significados a la realidad debido a la monopolización del sentido que ejercen los grandes medios convencionales. Dichos medios han logrado posicionarse en la sociedad gracias a la libertad de expresión que con el tiempo se ha logrado ganar. Así, hace 10 años, difícilmente podía encontrarse una radio comunitaria o un medio alternativo que no fuera clandestino y, por lo mismo, perseguido.

Al respecto, Mattelart (Morales, 2004) indica que:

No se puede tener un poder mediático así completamente aislado de la sociedad... En cada sociedad se debe reflexionar sobre el nexo entre los medios y la gente. Y no refugiarnos solamente en un debate sobre la profesionalidad del periodista. Hay que involucrar a otros

sectores sobre el papel de los medios de comunicación.

La importancia de los medios comunitarios, por tanto, radica en la participación activa de los diversos sectores sociales en el quehacer comunicativo, por ende, la comunicación está dejando de ser de los profesionales de la comunicación y se está volviendo de los ciudadanos. Una de las principales razones para que esto ocurra es la difícil situación en la que se encuentran muchas comunidades, donde las necesidades básicas no están satisfechas y, los medios convencionales, han dejado de ver esta situación como noticia, relegando la importancia de la situación por otros temas con mayor impacto mediático.

Aleida Calleja y Beatriz Solís (2005: 23) ofrecen una definición para la radio comunitaria, y comentan que ésta:

Debe tener claro, y así dejarlo saber a través de su perfil y objetivos específicos, que se compromete con los intereses de los sujetos sociales de su comunidad frente a diferentes realidades y problemas, mostrando la diversidad y pluralidad de los sectores; buscar y defender la legalidad democrática y focalizar las problemáticas específicas de las comunidades a las que atiende.

En cuanto a los contenidos que una radio comunitaria debe tener agregan que:

La defensa de los derechos humanos, la promoción de un desarrollo humano sostenible, la equidad de género, el respeto a las identidades étnicas, la preservación del medio ambiente, el protagonismo de los jóvenes y sus propuestas, la protección a la niñez y de las personas adultas

mayores, la educación y la salud, así como la integración nacional y regional, constituyen los ejes fundamentales que determinan el perfil de las radios comunitarias.

De este modo, el principal objetivo de las radios comunitarias, más allá de las diferencias entre grupos que puedan existir, es el dar herramientas para mejorar la calidad de vida de la comunidad a la que sirven. Por ello se encuentra que el quehacer radiofónico va siempre acompañado de ayuda a la sociedad en materia de derechos humanos, de capacitaciones en diversos ámbitos, y de apoyo legal y social en los terrenos en que sea necesario, lo que se ve, por parte de propios, como una necesidad de justicia social para las enormes desigualdades que existen en las comunidades, lo que puede traducirse en crear condiciones para un mayor bienestar.

## **1.9. Definición de términos**

Los términos operacionales utilizados en la investigación son de factoría propia, para lo cual se revisaron diversos autores buscando los puntos en común de los mismos contrastándolos con los puntos de vista de los propios periodistas comunitarios.

### **1.9.1. Científicos<sup>4</sup>**

Alternativo.- En actividades de cualquier género, especialmente culturales, que se contraponen a

---

<sup>4</sup> Definiciones obtenidas de la Real Academia Española. Consultados el 12 de septiembre de 2009.

los modelos oficiales comúnmente aceptados.

Grupo/sector social.- Conjunto de personas que pertenecen al mismo nivel social y/o que presentan cierta afinidad de costumbres, medios económicos, intereses, etc.

Opinión pública.- Sentir o estimación en que coincide la generalidad de las personas acerca de asuntos determinados.

#### **1.4.2.2. Operacionales**

Cercos informativos.- Aquello que impide o limita el acceso a la información. Se utiliza en plural pues no se refiere a una sola limitante ni a un sólo tipo de información.

Grupos de poder.- Conjuntos de personas o sectores de la sociedad que por su posición social, económica y/o política tienen facultades, jurisdicción y/o influencias para mandar o ejecutar algo; también llamados grupos fácticos.

Información.- Conjunto de datos que se obtienen con la intención de adquirir determinados elementos que sirvan para que un individuo pueda proceder de determinada manera o realizar alguna acción en específico.

Medio comunitario.- Relativo a los medios de comunicación que son operados por la misma comunidad a la que pertenecen.

Medios de comunicación convencionales.- Debe entenderse el término como todos aquellos medios que persiguen fines de lucro, cuya estructura interna (de dirección) es vertical, y que maneja una línea editorial basada en el consumismo. En la mayoría de los medios

convencionales, los contenidos reproducen formas de alienación y de reproducción de valores de acuerdo a criterios que fortalezcan al sistema político, social y económico capitalista y neoliberal. Para objeto de esta investigación se utilizarán como sinónimos los términos: medios de comunicación tradicionales y medios de comunicación comerciales.



## **2. Políticas públicas en materia de radiodifusión en América Latina y México**

Las políticas públicas representan la forma en que se atienden las diversas necesidades de los pueblos. Son las que garantizan que exista un Estado de Derecho, sí, pero también las que coadyuvan, por medio de su responsable formulación, implementación y evaluación, al mejoramiento del bienestar social. El Estado, por tanto, tiene la responsabilidad de crear, evaluar y mejorar las leyes en beneficio de los ciudadanos. Por ende, las leyes, tienen la función de dar sustento, legitimidad y certezas a los ciudadanos de una nación. Entre dichas certezas se encuentra la libertad de expresión y de información al que todo ser humano tiene derecho según han expresado diversos organismos internacionales y nacionales. Por tanto, en el presente capítulo se revisarán y analizarán las diferentes normativas existentes en algunos países latinoamericanos y en México, en particular, así como los diferentes documentos internacionales emitidos por instituciones y organismos señalan que la libertad de expresión, información, y el acceso sin discriminación de los diferentes sectores de la población a la construcción de medios de comunicación, son esenciales para el desarrollo y bienestar de las comunidades, además de que se ha reconocido que ello forma parte fundamental de los derechos humanos. A continuación se presentan algunas de las declaraciones, pactos, convenios y tratados internacionales relativos a la libertad de expresión y de información. No se reproducen todos los que existen, pero sí algunos de los más destacados, ello con el objetivo de mostrar los posicionamientos de los organismos internacionales al respecto y su relación con las políticas públicas de los países

latinoamericanos.

Los antecedentes de la libertad de expresión datan de la resolución 59(1) sobre la libertad de información, emitida el 16 de diciembre de 1946 por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) que a la letra dice:

La libertad de información es un derecho humano fundamental y piedra de toque de todas las libertades a las cuales están consagradas las Naciones Unidas; La libertad de información implica el derecho de recopilar, transmitir y publicar noticias en cualquier parte y sin restricción alguna y como tal es un factor esencial en cualquier esfuerzo serio para fomentar la paz y el progreso del mundo.

Sobre esta base, dos años más tarde, el 19 de diciembre de 1948, la ONU emitió la resolución 217 A (III) en donde se recoge la Declaración Universal de los Derechos Humanos, aportando los principios de los mismos que servirían como referente para futuras resoluciones, pactos y tratados. En la Declaración se aborda en su artículo 19 lo concerniente a la libertad de expresión, «todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión».

En noviembre de 1969 los países americanos organizados en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos, llevada a cabo en San José, Costa Rica, signaron la Convención Americana Sobre Derechos Humanos (Pacto de San José) que, entre otras cosas, plantea que toda persona tiene derecho a la libertad de pensamiento y de expresión, y

que este derecho comprende:

[...] la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de toda índole, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o en forma impresa o artística, o por cualquier otro procedimiento de su elección... No se puede restringir el derecho de expresión por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas, o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios encaminados a impedir la comunicación y la circulación de ideas y opiniones.

El Pacto de San José fue firmado por diversos países americanos. No obstante México se adhirió a dicho pacto hasta 1981.

Pero quizá fue la resolución del Seminario sobre Desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe, organizado por la ONU, la UNESCO y el PNUD, en Santiago de Chile del 2 al 6 de mayo de 1994, la que presentó algunos de los avances más significativos al emitir las Declaraciones sobre el Fomento de Medios de Comunicación Independientes y Pluralistas, donde se reconoce a la libertad de expresión como piedra angular de la democracia. En dichas declaraciones se establece además un plan de acción para mejorar y garantizar el acceso a la libre información. Entre los puntos que destacan se encuentran los siguientes:

La libertad de expresión es la piedra angular de nuestras democracias. La democracia es

indispensable para la paz y el desarrollo dentro y entre nuestros países. La libertad de prensa es una parte clave e indivisible de la libertad de expresión. Todos los Estados de la región deben ser incentivados a otorgar garantías constitucionales de libertad de expresión, de libertad de prensa para todo tipo de medios de comunicación, de libertad de asociación y libertad sindical. El respeto por el pluralismo, la diversidad cultural, de idiomas y de género, debería ser un factor fundamental en nuestras sociedades democráticas y debería reflejarse a través de todos los medios de comunicación.

El plan de acción, por su parte, propone como medidas: la promoción de medios de comunicación comunitarios; la capacitación de los trabajadores de los medios de comunicación; la prensa libre y la seguridad de los periodistas; apoyo en equipos y tecnologías especialmente para zonas marginales y; alentar la investigación del impacto del desarrollo de la tecnología de comunicación en las comunidades indígenas.

Por su parte, en el año 2000, la Comisión Interamericana de Derechos Humanos planteó la Declaración de Principios sobre la Libertad de Expresión, en ella destacan los siguientes puntos:

La libertad de expresión, en todas sus formas y manifestaciones, es un derecho fundamental e inalienable, inherente a todas las personas. Todas las personas deben contar con igualdad de oportunidades para recibir, buscar e impartir información por cualquier medio de comunicación sin discriminación, por ningún motivo, inclusive los de raza, color, religión, sexo, idioma, opiniones políticas o de cualquier otra índole, origen nacional o social, posición económica,

nacimiento o cualquier otra condición social. Los monopolios u oligopolios en la propiedad y control de los medios de comunicación deben estar sujetos a leyes antimonopólicas por cuanto conspiran contra la democracia al restringir la pluralidad y diversidad que asegura el pleno ejercicio del derecho a la información de los ciudadanos.

Dichos puntos son una referencia en las leyes nacionales, principalmente por su aporte a la democratización de los medios de comunicación al restringir las prácticas monopólicas de los mismos.

Principalmente en la última década, muchos Estados latinoamericanos han logrado orientar sus políticas en materia de libertad de expresión e información considerando estas declaraciones y otras que se han vertido en relación con el tema. No obstante, México ha sido uno de los pocos países de América Latina que ha hecho caso omiso a la mayor parte de las recomendaciones realizadas por las distintas instituciones y organismos internacionales.

## **2.1.- Políticas públicas y leyes vigentes en materia de radiodifusión en América Latina**

Los antecedentes previamente planteados en relación con la libertad de expresión y de información nos permiten abordar uno de los principales problemas con la radiodifusión: las garantías de acceso por parte de la ciudadanía a los medios de comunicación. A este respecto cabe mencionar que una de las posibilidades para que esto se lleve a cabo se presenta mediante la conformación de radios comunitarias, a las que en la ley se les asigna generalmente un estatus

diferente al de los medios comerciales. Dichas radios tienen presencia en América Latina desde principios del siglo XX, y si bien la normatividad al respecto dista mucho de ser la mejor o, inclusive, de considerar la integración plena de los medios comunitarios a los marcos jurídicos respectivos, en algunos países se les ha logrado dar cierto reconocimiento. Por ende, acaso existan países latinoamericanos que dependiendo de su contexto económico, social y político, han dado mayor relevancia a las radios comunitarias. Los principales países que las contemplan en sus legislaciones son Venezuela, Perú, Colombia, Ecuador, Bolivia, Brasil, Uruguay y, recientemente, se sumó Argentina y Chile. Haciendo hincapié en que cada caso es particular, y el poco o mucho reconocimiento que se haga de las radios comunitarias se manifiesta de diversas formas. Por lo que a continuación se presentan de manera breve algunas de las características en materia legal de cada caso:

En Venezuela, con la llegada al poder del Presidente Hugo Chávez, se dio un vuelco a la normatividad en materia de radiodifusión, pasando de una alta concentración de concesiones a manos privadas, al reconocimiento y otorgamiento de concesiones a organizaciones sociales y comunitarias. Como lo plantea Jesús Urbina (2009: 249-275):

En el renglón de la radiodifusión en amplitud modulada (AM), la composición de la gama de estaciones privadas y públicas no ha cambiado significativamente. Los títulos asignados desde 2000 suman sólo 62, la mayoría de ellos por renovación de concesiones. En contraste, CONATEL<sup>5</sup> ha emitido 229 habilitaciones diferentes para radioemisoras comunitarias de servicio público sin fines de lucro en FM. Esto es más del doble de las que autorizó en el mismo período a

---

5 Comisión Nacional de Telecomunicaciones. La CONATEL tiene como misión socializar el uso y aplicación de las telecomunicaciones y democratizar su acceso hasta convertirlas en plataforma habilitadora de desarrollo para conformar la república venezolana. Definición obtenida en [www.conatel.gob.ve/mision\\_vision.asp](http://www.conatel.gob.ve/mision_vision.asp) (acceso el 20 de octubre de 2009).

radioemisoras privadas -110 habilitaciones tanto comerciales como institucionales- en la misma banda de frecuencia modulada.

No obstante, las leyes en la materia en Venezuela, como ocurre en la mayoría de los países latinoamericanos y del mundo, tienen grandes deficiencias y discrecionalidades por parte de quienes otorgan dichas licencias. Como explica Jesús Urbina (Gómez y Aguerre, coord, 2009: 249-275) para el caso de las radios comunitarias en Venezuela, «en el caso venezolano, la existencia de limitaciones geográficas y, en consecuencia, de potencia de transmisión para la radiodifusión, se suma a las barreras o condicionamientos jurídicos...». Dichas limitaciones geográficas, como lo propone el mismo autor, establecen que el sentido de localidad plasmado en la ley venezolana quede supeditado a la interpretación que CONATEL haga de la misma, lo que trae como consecuencia una limitante importante en el sentido de la libertad de expresión.

En Perú, la ley de comunicación contempla a las radios comunitarias aunque en su definición resulta excluyente, puesto que no considera la posibilidad de las radios comunitarias urbanas, como lo menciona Carlos Rivadeneyra y José Perla (Gómez y Aguerre, coord, 2009: 199-228) al hacer un análisis sobre la situación de las mismas en Perú, «considerar a los medios de radiodifusión comunitaria sólo como rurales o de grupos indígenas resulta una terrible exclusión sobre cualquier comunidad de ámbito urbano y sobre la que no sea congregada por una cuestión étnica sino de otra naturaleza». Además, el hecho de un reconocimiento en las leyes no determinan una eficiente puesta en práctica, puesto que principalmente los grupos de poder, la corrupción y la discrecionalidad, son factores determinantes para el otorgamiento de licencias, privilegiando a aquellos grupos que detentan un poder económico:

El otorgamiento de licencias para radioemisoras y televisoras ha sido el procedimiento menos transparente. Cuando, a partir del año 2000, la disponibilidad de frecuencias radioeléctricas empezó a escasear, se intentó transparentar su concesión mediante un concurso público que privilegia de forma clara el poder económico del aspirante.

Colombia es uno de los países que históricamente mayor reconocimiento les ha dado a las radios comunitarias, primordialmente porque fue el primer país latinoamericano en montar una radio pública en 1929. El pronto inicio en la radiodifusión permitió que para la década de 1940 surgiera una radio en «la modalidad de escuela radiofónica<sup>6</sup>... en Sutatenza, Colombia; después pasó a reivindicar posturas de lucha social y se llamó radio popular» (Vega, 2008: 26). Por ello, surgió una rápida proliferación de radios comunitarias en Colombia, no sin contratiempos y obstáculos, que permitieron, después de muchos años, consolidar una reglamento del servicio comunitario de radiodifusión sonora en el año 2003, no obstante fue modificado y, en el año 2008, se presenta un nuevo reglamento general ahora llamado Reglamento de Radiodifusión Sonora. En este sentido, en el artículo 18, inciso c, del citado reglamento, se establecen precisiones acerca de cuándo se hace radiodifusión comunitaria:

[...] cuando la programación está orientada a generar espacios de expresión, información, educación, comunicación, promoción cultural, formación, debate y concertación que conduzcan al encuentro entre las diferentes identidades sociales y expresiones culturales de la comunidad, dentro de un ámbito de integración y solidaridad ciudadana y, en especial, a la promoción de la

---

6 La escuela radiofónica es una de las más antiguas modalidades de escuela a distancia por medio de la cual las comunidades pueden tener acceso a información, principalmente si están ubicadas en zonas de difícil acceso. Está vinculada con la alfabetización y la resolución de problemas inmediatos de salud, problemáticas de los campesinos o familiares, y cualquier otra necesidad básica que se presente.



democracia, la participación y los derechos fundamentales de los colombianos que aseguren una convivencia pacífica.<sup>7</sup>

Además, la ley colombiana en la materia incluye uno de los principales elementos que son negados en muchas de las legislaciones de otros países, la venta de publicidad. Dicha ley, en su artículo 27 plantea que:

Por las estaciones de radiodifusión sonora comunitaria podrá transmitirse propaganda, exceptuando la publicidad política, y podrá darse crédito a quienes hayan dado patrocinios, auspicios y apoyos financieros para determinada programación, siempre que no se trate de personas cuyas actividades o productos esté prohibido publicitar.

Es de destacar que la modificación realizada en el 2008 al reglamento acota más las posibilidades de solvencia económica de las radios comunitarias colombianas, debido a que restringe el tiempo de publicidad dependiendo de la zona donde se ubique, de modo que conforme exista un mayor número de habitantes el tiempo permitido de publicidad disminuye.

De los países latinoamericanos, Ecuador es quien presenta mayor certeza jurídica en materia de derecho a la información, comunicación y la libertad de expresión, debido a que desde la propia Constitución se hace hincapié en ello. Por este motivo es que a pesar de la extensión del texto, reproduzco dos de los artículos más importantes con respecto al tema en cuestión:

---

<sup>7</sup> Reglamento de Servicio de Radiodifusión Sonora de Colombia. Obtenido en [www.legislaciones.item.org.uy/index?q=node/729](http://www.legislaciones.item.org.uy/index?q=node/729) (acceso el 22 de octubre de 2009).

Artículo 16. Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Artículo 17. El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.<sup>8</sup>

---

<sup>8</sup> Artículos 16 y 17 de la Constitución de la República del Ecuador obtenida en [www.asambleanacional.gov.ec](http://www.asambleanacional.gov.ec)

De los artículos antes citados se pueden extraer elementos que resultan esenciales para la democratización de los medios de comunicación, como lo relativo a una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, así como el derecho a medios en distintas lenguas, la igualdad de condiciones con que se debe repartir el uso de frecuencias, la prohibición de monopolios y oligopolios, entre otros puntos. No obstante, la puesta en práctica de las leyes no es siempre la adecuada, como lo constata el estudio llevado a cabo por la Coordinadora de Radios Populares y Educativas de Ecuador (Gómez y Aguerre, coord, 2009: 279-292) quienes determinan que existe «un alto grado de concentración monopólica de la propiedad de los medios radiales y televisivos en manos de un reducido número de grupos de poder permite evidenciar una vulneración de los principios constitucionales». Además de mostrar que existen «elementos legales y administrativos suficientes para presumir la existencia de un conjunto de irregularidades tales como tráfico de influencias, violación a la norma en el acaparamiento y transferencia de concesiones, omisión e incumplimiento de requisitos e informes técnicos, entre otras tantas». Sin embargo, y a pesar de ello, la legislación de Ecuador es un referente para la construcción de una política pública de radiodifusión más integral.

Bolivia, por su parte, tiene una larga tradición de radios comunitarias, sobre todo porque sus inicios se remontan a alrededor de 1940 y estaban ligadas a las comunidades mineras. La legislación, por su parte, no las ha reconocido plenamente. Con la aprobación de la nueva Constitución Boliviana en el año 2009, se establecen varios puntos que permiten vislumbrar una modificación a las leyes de telecomunicaciones vigentes, puesto que en la Constitución ahora se reconocen dos puntos importantes en el artículo 106 apartado II, y en el artículo 107, apartado III y IV:

---

(acceso el 23 de octubre de 2009).

Artículo 106.

III. El Estado garantiza a las bolivianas y los bolivianos el derecho a la libertad de expresión, de opinión y de información, a la rectificación y a la réplica, y el derecho a emitir libremente las ideas por cualquier medio de difusión, sin censura previa.

Artículo 107.

III. Los medios de comunicación social no podrán conformar, de manera directa o indirecta, monopolios u oligopolios.

IV. El Estado apoyará la creación de medios de comunicación comunitarios en igualdad de condiciones y oportunidades.<sup>9</sup>

A partir de ello, el gobierno boliviano ha propuesto reformar la ley de telecomunicaciones con el objetivo de adecuarla a la nueva constitución aprobada, siendo uno de los puntos fundamentales la creación de medios de comunicación comunitarios.

Brasil es otro de los países latinoamericanos que ha integrado el concepto de radios comunitarias en sus leyes, no obstante, la legislación al respecto sigue siendo muy restrictiva. Por una parte, la potencia a la que pueden aspirar las radios comunitarias no es mayor a un kilómetro, limitando el acceso de las comunidades; otro punto relevante es la posible interrupción de la señal si existe alguna interferencia con las radios comerciales. En contraposición con casos como Venezuela y Bolivia, en Brasil no existen mecanismos legales por parte del Estado para el financiamiento y apoyo a los medios comunitarios. Además, existe una persecución por parte de éste dirigida hacia las radios ilegales, entre las que se encuentran muchas comunitarias. Diogo Moises y Gustavo Gindre (Gómez y Aguerre, coord, 2009: 113-

---

<sup>9</sup> Constitución Política del Estado de Bolivia aprobada en referendo el domingo 25 de enero de 2009 obtenida en [www.libresdelsur.org.ar/archivo/spip.php?article4769](http://www.libresdelsur.org.ar/archivo/spip.php?article4769) (acceso el 26 de octubre de 2009)

142) lo documentan de la siguiente forma:

En el primer semestre de 2006, fueron cerradas una media de 10 radios no autorizadas por día, totalizando 1.800 de enero a junio de ese año. A pesar de no existir números consolidados de la represión a la emisoras comunitarias en 2007, no hay indicios de que la postura de los órganos públicos se hayan alterado en ese periodo.

No obstante, el Presidente Luiz Inácio Lula da Silva ha propuesto recientemente una modificación a las leyes de comunicación sin precisar en qué consistirán.

Uruguay cuenta con la Ley N° 18.232, aprobada en el año 2007 y también llamada de servicio de radiodifusión comunitaria, en ella se plantea la no discriminación y la igualdad de oportunidades a todos los habitantes para acceder a medios de comunicación; la obligación por parte del Estado de garantizar y promover el servicio de radiodifusión comunitaria; el otorgamiento de un tercio del espectro para estos fines; la posibilidad de acceder a recursos por diversos medios, entre los que se encuentra la publicidad, con la finalidad de garantizar la sustentabilidad económica; entre otras cosas. Ello ha significado un replanteamiento en los medios de comunicación en el país, y se espera reduzca de manera significativa la discrecionalidad y corrupción en el otorgamiento de licencias.

En Argentina, con la también reciente aprobación de la Ley de Medios Audiovisuales en octubre de 2009, se dio un importante avance en materia de reconocimiento a las radios comunitarias, puesto que estipula, de manera similar a la ley uruguaya, que un tercio del espectro deberá corresponder a los medios comunitarios; se indican límites al número de licencias de modo que se restringe la posibilidad de monopolios y oligopolios; fomenta la participación de

cooperativas en el rubro de la radiodifusión, entre muchas otras cosas que abonan en favor de los usuarios. Empero, los grandes medios de comunicación han criticado y tratado de revertir la puesta en marcha de dicha ley, llevando el caso a la Suprema Corte de Justicia, quien ha desechado ya algunas controversias y se mantiene actualmente discutiendo otras. Es probable que la entrada en vigor de esta ley permita reordenar la disposición de los medios de comunicación abonando a la libertad de expresión y a una mayor democratización de los medios de comunicación en Argentina, como lo propone Gabriel Mariotto, titular de la Autoridad Federal de Servicios de Comunicación Audiovisual.

Chile es otro caso donde las radios comunitarias recién están provistas de un marco regulatorio que se ha visto someramente ampliado con la promulgación, el 25 de abril de 2010, de la Ley número 20.433, que crea los servicios de radiodifusión comunitaria ciudadana.<sup>10</sup> En ella se establecen, de manera restringida, las bases para la radiodifusión comunitaria; sin embargo, se encuentran grandes limitaciones como el limitado rango de frecuencias en los que se les permite transmitir, que acota el número posible de radios comunitarias; y la imposibilidad de permitir la venta de espacios publicitarios, excepto en la modalidad de menciones comerciales, que corresponde a decir el nombre del ente patrocinador. Por otro lado se menciona quiénes son susceptibles de conformar una radio comunitaria, sin determinar del todo restricciones a otros sectores de la población no mencionados. La ley es un avance mínimo con respecto a otras legislaciones, pero se encuentra aún alejado de los preceptos básicos de la libertad de expresión planteados por los organismos internacionales.

---

<sup>10</sup> El documento completo puede consultarse en la página [www.leychile.cl/Navegar/?idNorma=1013004&idVersion=2010-05-04&idParte](http://www.leychile.cl/Navegar/?idNorma=1013004&idVersion=2010-05-04&idParte) (acceso el 26 de octubre de 2009).

## 2.2.- Antecedentes de la normatividad de la radio en México

En México, la primera ley que reconoce el derecho a la libertad de expresión se remonta a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917. En ella se establecieron las bases en materia de libertad de expresión en su artículo 6 y 7:

Artículo 6. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoquen algún delito, o perturbe el orden público.

Artículo 7. Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura.<sup>11</sup>

De acuerdo a la AMARC (Arjona, Calleja, Reyes y Treviño, 2008) estos artículos han tenido pocas modificaciones desde su aprobación:

El artículo 6 ha sufrido desde entonces sólo tres adiciones. La primera en 1977 al reconocer el derecho a la información y dos en el año 2007, la primera para establecer los componentes mínimos del derecho de acceso a la información y la segunda para reconocer el derecho de réplica. Por su parte, al artículo referido a la libertad de imprenta no ha sido modificado.

En lo concerniente a la comunicación, la primera reglamentación data de 1923, durante el gobierno de Álvaro Obregón. De acuerdo a Adriana Berrueco:

---

<sup>11</sup> Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917. Textos originales. Información obtenida en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum/CPEUM\\_orig\\_05feb1917.pdf](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum/CPEUM_orig_05feb1917.pdf) (acceso el 26 de octubre de 2009).

[...] el 27 de noviembre de 1923 el Diario Oficial de la Federación publicó el «Aviso poniendo en conocimiento del público que está vigente el Decreto sobre estaciones radiotelegráficas, expedido el 19 de octubre de 1916», el cual determinaba que quienes desearan establecer estaciones de radio, deberían contar con el permiso correspondiente emitido por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.<sup>12</sup>

Desde entonces se pensaba en el espacio radioeléctrico como un bien nacional, por lo que se requería de la nacionalidad mexicana para ser propietario de una estación. Este ordenamiento finalizó en 1926 con la Ley de Comunicaciones Eléctricas, propuesta por el presidente Plutarco Elías Calles publicada en el Diario Oficial de la federación (DOF) en 1926. Al respecto, Adriana Berrueco comenta que esta ley:

[...] establecía que las comunicaciones eléctricas comprendían, entre otros servicios, a la radiotelefonía (nombre que se le daba en la década de los veinte a la radiodifusión) y cualquier otro sistema eléctrico de transmisión y recepción con o sin hilos conductores, de sonido, signos o imágenes. También preceptuaba que para establecer y operar en el país instalaciones de comunicaciones eléctricas se requería la autorización del presidente de la República, el cual la otorgaría por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Fijó el requisito de la nacionalidad mexicana para los operadores de instalaciones de comunicaciones eléctricas; las concesiones en la materia, se podían otorgar por el plazo que fijara el Ejecutivo Federal, pero el término no podía exceder de 50 años.<sup>13</sup>

---

12 Adriana Berrueco García, *El estatuto jurídico de la radiodifusión (1923 – 1953)*, 83. Información obtenida en [www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11.pdf](http://www.bibliojuridica.org/libros/4/1855/11.pdf) (acceso el 26 de octubre de 2009).

13 *Ibid.*



Debido al rápido crecimiento del medio, las primeras leyes en materia de radiodifusión estaban pensadas para tratar de ordenar dicho auge, que se daba principalmente con fines comerciales. No se vislumbraba aún la posibilidad jurídica de incluir a las radios culturales o educativas en la legislación. Esto se refleja en las Leyes Generales de Comunicación y el Decreto promovido por el presidente Pascual Ortíz Rubio en 1931, quien estableció «los servicios de anuncios comerciales por radio en conexión con la red telegráfica nacional».<sup>14</sup>

Fue en el mandato de Pascual Ortíz Rubio (1930-1932), cuando se integran las radios educativas y culturales en la jurisprudencia mexicana y también cuando el Ejecutivo Federal logró un control casi absoluto de quiénes y cómo podrían funcionar las radiodifusoras. Para ello se promulgaron dos Leyes de Vías Generales de Comunicación y un Decreto que estableció los anuncios comerciales por radio en conexión con la Red Telegráfica Nacional. Estas leyes establecieron:

[...] la jurisdicción federal de todo lo concerniente a vías generales de comunicación, quedando a cargo del Ejecutivo Federal la aplicación del régimen de concesiones y permisos, la aprobación de tarifas y horarios de funcionamiento de las estaciones radiofónicas y la fijación de contribuciones e impuestos (artículo 3º). El Ejecutivo podría negar las concesiones, cuando a su juicio no conviniera a los intereses nacionales; la ley también preceptuaba que las radiodifusoras culturales y de investigación científica para funcionar no requerían concesión o permiso de la Secretaría de Comunicaciones.<sup>15</sup>

En el año de 1940 bajo el gobierno del presidente Lázaro Cárdenas se expidió una nueva Ley de

---

14 *Ibid.*

15 *Ibid.*

## Vías Generales de Comunicación:

[...] el artículo 80 fijaba la obligatoriedad de obtención de concesiones o permisos para establecer y explotar vías generales de comunicación, mismas que debía otorgar el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones. La fracción III del artículo 9º señalaba las estaciones que requerían permiso para funcionar: las radiodifusoras culturales, las de experimentación científica y las de aficionados.<sup>16</sup>

En 1960, en el gobierno del presidente Adolfo López Mateos se promulga la Ley Federal de Radio y Televisión, que representa un parteaguas en cuanto a la normatividad en la materia, principalmente por proponer definiciones, responsabilidades, obligaciones y sanciones más claras. La ley, en su artículo 13, incorpora además la posibilidad de otras modalidades de radios:

Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso.<sup>17</sup>

Al hecho de decir cuáles pueden ser las radios, se agrega «de cualquier otra índole» abriendo la

---

<sup>16</sup> *Ibid.*

<sup>17</sup> Artículo 13 de la Ley Federal de Radio y Televisión promulgada en 1960. Información obtenida en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfrt.htm](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfrt.htm) (acceso el 27 de octubre de 2009).

posibilidad a nuevas formas de comunicación, entre las que podría caer la comunitaria. Dicho artículo se mantiene vigente y sin modificación en la actualidad.

### **2.3.- Leyes, reglamentos y otras disposiciones vigentes vinculadas a la radiodifusión en México**

La normatividad en materia de radiodifusión es muy compleja. La principal razón consiste en que hay un número grande de leyes y reglamentos que permanecen vigentes y se entrecuzan, ocasionando, algunas veces, el desconocimiento de las competencias reales de las autoridades o de la vigilancia del cumplimiento de las leyes, dando como resultado una interpretación parcial de las mismas. A este respecto se pueden mencionar aquellas que directa o indirectamente tienen relación con el tema: Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; Ley de Vías Generales de Comunicación; Ley Federal de Radio y Televisión; Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materias de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión; Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), título tercero (Del Acceso a la Radio y Televisión, el Financiamiento y Otras Prerrogativas de los Partidos Políticos); Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación (artículos relacionados con la radio y la televisión).

Dicho lo anterior es que a continuación se revisarán brevemente cada una de las leyes y reglamentos citados.

## Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos

Dentro de la Constitución, cuatro son los principales artículos que refieren a la libertad de expresión e información de las personas. El artículo 1 nos remite a la no discriminación y a la libertad de las personas:

[...] Queda prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.<sup>18</sup>

Los artículos 6 y 7 ya mencionados anteriormente que nos hablan de la libertad de expresión y de información, y el artículo 28 que nos habla de los monopolios:

En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, las prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a las prohibiciones a título de protección a la industria.<sup>19</sup>

Al igual que otros países latinoamericanos, el monopolio está prohibido en México, pero también en comparación con otros países y con los preceptos de los organismos internacionales, los derechos de libertad de expresión e información que existen en el país son más limitados. Si bien en el artículo 6 se establece que «[...] el derecho a la información será garantizado por el

---

18 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Documento obtenido en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm) (acceso el 28 de octubre de 2009).

19 *Ibid.*

Estado»,<sup>20</sup> esto no se da del todo en la praxis, así como tampoco se especifica como derecho constitucional de los mexicanos el acceso a los medios de comunicación.

### Ley de Vías Generales de Comunicación

La Ley de Vías Generales de Comunicación no contempla ninguna norma específica en materia de radiodifusión salvo en relación a los artículos 8 y 9. Éste último de manera más particular al establecer que «No necesitarán concesión, sino permiso de la Secretaría de Comunicaciones: Las estaciones radiodifusiones culturales, las de experimentación científica y las de aficionados...».<sup>21</sup> Esto ocurre porque en 1960 se promulgó la Ley Federal de Radio y Televisión, que reglamenta de manera específica lo relativo a los medios de comunicación, incluyendo a aquellos de fines comerciales, empero, en esta ley queda establecida la necesidad de autorización de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

### Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT)

En ella se establecen los principios, obligaciones, responsabilidades, competencias, criterios y demás normas necesarias para el usufructo de la radio y la televisión. En su artículo 1 establece que, «Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del

---

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Ley de Vías Generales de Comunicación. Documento obtenido en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio) (acceso el 28 de octubre de 2009).

medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible».<sup>22</sup> Por lo cual garantiza el espectro radioeléctrico como un bien nacional y agrega en su artículo 2:

El uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo podrá hacerse previo concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley. Para los efectos de la presente ley, se entiende por radio y televisión al servicio de radiodifusión.<sup>23</sup>

Los artículos 4 y 5 establecen la función social de la radio y la televisión. Punto clave para determinar la función de los medios de comunicación y que, sin embargo, no se le da la suficiente vigilancia y respeto en la práctica de los concesionarios y en las instituciones encargadas de vigilar dicha función:

Artículo 4. 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.

Artículo 5. La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

---

<sup>22</sup> Ley Federal de Radio y Televisión. Documento obtenido en: <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfirt.htm> (acceso el 28 de octubre de 2009).

<sup>23</sup> *Ibid.*

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.<sup>24</sup>

El artículo 5 en particular es uno de los que mayor discusión y polémica han generado, debido a que los contenidos en las radios comerciales en general tienden a alejarse de hábitos, costumbres y cultura mexicana, importando y adoptando, principalmente de Estados Unidos de América, sus costumbres, valores, idioma, entre otras cosas, fomentando una hibridación o, en su caso, un enaltecimiento de la cultura estadounidense, alejándose y, en algunos casos, menospreciando, las prácticas culturales nacionales. Otro de los artículos polémicos es el 63, relativo a los contenidos, que dice:

Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.<sup>25</sup>

Poca vigilancia se hace de lo anterior y, en el mejor de los casos, se aplican sanciones que los

---

<sup>24</sup> *Ibid.*

<sup>25</sup> *Ibid.*

grandes concesionarios están dispuestos a pagar con tal de no modificar sus contenidos, sin importar la violación del artículo 63<sup>26</sup>. En un sentido similar, la regulación en cuanto a la publicidad no se lleva a cabo de la mejor manera. El artículo 67 plantea:

La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

I.- Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;

II.- No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;

III.- No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.

IV.- No deberá hacer, en la programación referida por el Artículo 59 Bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.<sup>27</sup>

Y es que los grandes ingresos que se perciben por publicidad son suficientes como para omitir por completo el cumplimiento del artículo en cuestión, por ejemplo, Florence Toussaint plantea que los ingresos por publicidad de Televisa en el año 2004 fueron de 2 664 millones de dólares. Empero, las sanciones dispuestas en el artículo 104 establecen multas de entre 500 y 5000 pesos a quienes infrinjan el artículo 67. También cabe resaltar que todos estos artículos son fuertemente

---

26 Para verificar las infracciones cometidas por las estaciones de radio y televisión, consúltese el apartado de «acciones legales» de la página de RTC, que es la unidad administrativa encargada de ejercer las atribuciones que las leyes y reglamentos le confieren a la Secretaría de Gobernación en materia de radio, televisión y cinematografía. <http://www.rtc.gob.mx/>

27 *Ibid.*



vigilados cuando se trata de sancionar a las radios comunitarias.

Un punto más a destacar es el artículo 84, que establece que sólo los locutores que cuenten con certificado de aptitud pueden laborar en un medio de comunicación. Esto implica una franca contraposición con los tratados internacionales firmados por México y con la propia Constitución mexicana en su artículo 6 y 7.

En su artículo 9, la Ley Federal de Radio y Televisión establece la competencia de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) y sus atribuciones:

A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, por conducto de la Comisión Federal de Telecomunicaciones, corresponde:

- I. Ejercer las facultades que le confiere la Ley Federal de Telecomunicaciones, promoviendo la más amplia cobertura geográfica y de acceso a sectores sociales de menores ingresos;
- II. Promover las inversiones en infraestructura y servicios de radio y televisión en el país, impulsando su desarrollo regional;
- III. Promover la investigación y el desarrollo tecnológico en materia de radiodifusión, la capacitación y el empleo de mexicanos;
- IV. Interpretar esta Ley para efectos administrativos en el ámbito de su competencia, y
- V. Las demás facultades que le confieren la presente Ley y demás disposiciones legales y reglamentarias aplicables.

Para los fines de la presente Ley, a la Dependencia a que se refiere este artículo se le podrá denominar también como la Secretaría.

La resolución sobre el rescate de frecuencias queda reservada al Secretario de Comunicaciones y Transportes.<sup>28</sup>

---

28 *Ibid.*

La competencia de la COFETEL y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes es clara; no obstante, las atribuciones suelen confundirse con las competencias de la Secretaría de Gobernación, como se verá más adelante.

Otro punto relevante para entender la complejidad de la ley en materia de radiodifusión lo aporta el artículo 7 de la Ley Federal de Radio y Televisión, que alude a otras disposiciones que deberán tomarse en cuenta en caso de ser necesario:

A falta de disposición expresa en esta Ley, en su Reglamento o en los Tratados Internacionales, se aplicarán:

I. La Ley Federal de Telecomunicaciones;

II. La Ley de Vías Generales de Comunicación;

III. La Ley General de Bienes Nacionales;

IV. El Código Civil Federal;

V. El Código de Comercio;

VI. La Ley Federal de Procedimiento Administrativo;

VII. El Código Federal de Procedimientos Civiles, y

VIII. El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales, exclusivamente en materia electoral.<sup>29</sup>

Este apartado hace referencia a los Tratados internacionales que México ha suscrito y que, por lo menos en materia de derecho a la libertad de expresión, información y comunicación, no se toman en cuenta en la práctica. Posteriormente se revisarán para su análisis.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*

Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materias de Concesiones, Permisos y Contenido de las Transmisiones de Radio y Televisión

El reglamento vigente nace con la necesidad de adecuarlo a un contexto diferente al que existía durante su elaboración en 1973 bajo la argumentación de la relevancia de los medios de comunicación en la vida política, social y económica. Por ello, en el año 2002, bajo el gobierno del presidente Vicente Fox Quezada, se elaboró uno nuevo. Entre los artículos a destacar se encuentra el 3, donde la palabra «preferentemente» es la que incide sustancialmente en la interpretación del mismo al dejar la posibilidad de que la orientación de las actividades puedan ser cualesquiera:

Artículo 3. La radio y la televisión orientarán preferentemente sus actividades a la ampliación de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propagación de las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradiciones; al estímulo a nuestra capacidad para el progreso, a la facultad creadora del mexicano para las artes; a la participación ciudadana y a la solidaridad, y al análisis de los asuntos del país desde un punto de vista objetivo, a través de orientaciones adecuadas que afirmen la unidad nacional, la equidad de género y el respeto a los derechos de los grupos vulnerables.<sup>30</sup>

El artículo 5, por su parte, tiene un enorme sentido económico, dejando de lado la función social a la que se ha hecho referencia reiteradamente en otros documentos, «la programación de las estaciones de radio y televisión deberá contribuir al desarrollo económico del país, a la

<sup>30</sup> Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión. Documento obtenido en [http://www.senado.gob.mx/comisiones/LX/canaldelcongreso/content\\_marco\\_especifico/docs/f/9.pdf](http://www.senado.gob.mx/comisiones/LX/canaldelcongreso/content_marco_especifico/docs/f/9.pdf) (acceso el 28 de octubre de 2009).

distribución equitativa del ingreso y al fortalecimiento de su mercado».<sup>31</sup>

Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), título tercero (Del Acceso a la Radio y Televisión, el Financiamiento y Otras Prerrogativas de los Partidos Políticos)

El Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE), del artículo 48 al 76, regula el acceso de los partidos políticos a los medios de comunicación, concediéndoles el derecho a espacios y reglamentándolos, principalmente en relación con el uso de espacios en época de campañas electorales. Todos los medios de comunicación en México deben contemplar dentro de su programación tiempos determinados a los partidos políticos para que, por medio de anuncios, éstos puedan difundir los mensajes de los mismos. El COFIPE es uno de los reglamentos que más polémica ha tenido con relación a los medios de comunicación y en relación con el tipo de propaganda que realizan los partidos políticos, puesto que además, en ocasiones, dichas campañas se promueven de modo que atentan contra los principios reglamentados en el artículo 4 del Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, que dice que «la función informativa constituye una actividad específica de la radio y la televisión tendiente a orientar a la comunidad, en forma veraz y oportuna, dentro del respeto a la vida privada y a la moral, sin afectar los derechos de terceros, ni perturbar el orden y la paz pública»,<sup>32</sup> asunto que trastocó al país en las campañas federales electorales del 2006.<sup>33</sup>

---

31 *Ibid.*

32 *Ibid.*

33 La campañas electorales federales del 2006 iniciaron una nueva modalidad en México de los spots publicitarios, interpretada por diversos especialistas como una «guerra sucia» por parte del Partido Acción Nacional y afines

Reglamento Interior de la Secretaría de Gobernación (artículos relacionados con la radio y la televisión)

En el ámbito de la radiodifusión, la Secretaría de Gobernación a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, tiene diversas atribuciones plasmadas en el artículo 25 de dicho reglamento, a continuación se nombrarán algunas de las más destacadas:

Artículo 25. II. Aplicar, en su ámbito de competencia, la política de comunicación social del Gobierno Federal, de acuerdo con las instrucciones del Secretario;

V. Regular la transmisión de materiales de radio y televisión;

VI. Tener a su cargo los registros públicos que prevean las leyes en materia de radio y televisión;

VIII. Resolver las solicitudes de autorización para transmitir públicamente material grabado o filmado para cualquier tipo de programas de radio o televisión, así como para distribuir, comercializar y exhibir públicamente películas o de cualquier otra forma de presentación del material, producidos en el país o en el extranjero y clasificarlos de conformidad con las normas aplicables, vigilando su observancia;

X. Supervisar los guiones y libretos para programas de televisión y otorgar autorización de los argumentos y guiones para la radio y para la publicidad grabada o filmada destinada a su transmisión o exhibición;

XI. Otorgar autorización para grabar o filmar con fines de explotación comercial, material extranjero de radio y televisión;

XIII. Intervenir, en el ámbito de su competencia, en las reuniones nacionales o internacionales que sobre las materias de radio, televisión, cinematografía y demás medios electrónicos de

---

hacia el candidato opositor del Partido de la Revolución Democrática. Dicha campaña incluía denostación e incitación a la violencia, ocasionando un alto grado de polarización social, entre otras cosas.

comunicación se realicen en territorio nacional o en el extranjero;

XV. Supervisar y vigilar que las transmisiones de radio y televisión a través de sus distintas modalidades de difusión cumplan con las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, sus respectivos reglamentos y títulos de concesión.<sup>34</sup>

Uno de los principales problemas es la confusión que existe entre las competencias de las dependencias, puesto que si bien es la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a través de la Comisión Federal de Telecomunicaciones la encargada de resolver lo relativo a la radiodifusión, la Secretaría de Gobernación tiene a su vez competencias en este rubro, al establecerse en la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, en su artículo 27 apartado XXI que compete a la secretaría de Gobernación:

Vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataquen los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público.<sup>35</sup>

Lo anterior ha ocasionado en diversas ocasiones una confusión de funciones y competencias por parte de las diferentes autoridades.

---

34 Reglamento Interno de la Secretaría de Gobernación (artículos relacionados con la radio y la televisión). Documento obtenido en: [www.conapo.gob.mx/transparencia/regsegob.pdf](http://www.conapo.gob.mx/transparencia/regsegob.pdf) (acceso el 30 de octubre de 2009).

35 Ley Orgánica de la Administración Pública Federal. Documento obtenido el 7 de diciembre de 2009 en <http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/pdf/153.pdf> (acceso el 30 de octubre de 2009).

### **2.3.1.- Tratados internacionales relativos a la libertad de expresión, información y comunicación firmados y ratificados por México**

Muchos son los tratados, convenios, acuerdos, entre otros, que México ha firmado y ratificado a lo largo del tiempo. Según la propia Constitución mexicana en su artículo 133 se establece que tanto:

Esta Constitución, las leyes del Congreso de la Unión que emanen de ella y todos los Tratados que estén de acuerdo con la misma, celebrados y que se celebren por el Presidente de la República, con aprobación del Senado, serán la Ley Suprema de toda la Unión. Los jueces de cada Estado se arreglarán a dicha Constitución, leyes y tratados, a pesar de las disposiciones en contrario que pueda haber en las Constituciones o leyes de los Estados.<sup>36</sup>

Aunado a lo anterior, la propia Ley sobre Celebración de Tratados propone en su artículo 4 la obligatoriedad de los mismos. Por ende, todos los tratados internacionales signados y ratificados por México tendrían que cumplirse de acuerdo a lo escrito en la propia Constitución. No obstante, en reiteradas ocasiones se ha evidenciado que esto no ocurre, convirtiendo la firma de dichos tratados en mera retórica mediática con fines políticos. En este sentido, la AMARC documenta en su informe sobre la Situación del Derecho a la Libertad de Expresión en México: Pluralidad y Diversidad con Énfasis en la Radiodifusión Comunitaria,<sup>37</sup> que se entregó a las

---

36 Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos. Documento obtenido en [www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm](http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/cpeum.htm) (acceso el 30 de octubre de 2009).

37 Informe sobre la Situación del Derecho a la Libertad de Expresión en México: Pluralidad y Diversidad con Énfasis en la Radiodifusión Comunitaria, entregado en agosto de 2010 a las Relatorías para la Libertad de Expresión de la CIDH y ONU en su visita oficial en México. Documento obtenido en <http://legislaciones.item.org.uy>. Litiga OLE

Relatorías para la Libertad de Expresión de la Comisión Internacional de Derechos Humanos (CIDH) y la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en su visita oficial a México en agosto de 2010, que:

La situación que guarda la legislación en materia de radio, televisión y telecomunicaciones agrava las condiciones para la subsistencia digna de las radios comunitarias en el país. Apesar de los lineamientos que el propio Estado mexicano se ha fijado a nivel interno y de las recomendaciones internacionales en la materia, continúa sin haber un reconocimiento expreso para estas emisoras. Ninguno de los criterios desarrollados a nivel internacional a fin de asegurar una radiodifusión con fines ciudadanos se encuentran contenidos en la legislación mexicana ni en ordenamientos o acuerdos emitidos por el poder ejecutivo federal. Con ello, el Estado mexicano contraviene lo que estableció en su propio Plan Nacional de Desarrollo 2007-2012.

A continuación se mencionan algunos de los Tratados Internacionales, Convenciones y Acuerdos y Declaraciones relacionados con la libertad de expresión, información y comunicación signados por México: Declaración Universal de los Derechos Humanos (1948); Declaración Americana de los Derechos y Deberes del Hombre (1948); Convención Internacional sobre la eliminación de Todas las Formas de Discriminación Racial (1966, en México en 1974); Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (PIDCP) (1966, en México en 1981); Pacto Internacional de los derechos Económicos, Sociales y Culturales (1966, en México en 1981); Convención Americana sobre Derechos Humanos «Pacto de San José» (1969, en México 1981); Convención Internacional sobre la Represión y el Castigo del Crimen del Apartheid (1973, en México en 1980); Declaración sobre los Principios Fundamentales Relativos a la Contribución de los



Medios de Comunicación de Masas al Fortalecimiento de la Paz y la Comprensión Internacional, a la Promoción de los Derechos Humanos y a la Lucha contra el Racismo, el Apartheid y la Incitación a la Guerra (1978); Convención sobre la Eliminación de todas las Formas de Discriminación Contra la Mujer (1979, en México en 1981); Convenio Constitutivo del Fondo para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas de América Latina y el Caribe (1992, en México en 1993); entre muchos otros. No obstante, hasta la fecha no existen mecanismos reales que permitan la participación directa de los mexicanos en los medios de comunicación. De hecho, el concepto de radio comunitaria no existe en ninguna de las legislaciones vigentes y, por el contrario, se apoya de manera determinante a los medios de comunicación comerciales. Para el gobierno de México, la participación comunitaria no es un elemento necesario para el desarrollo social, aun y cuando la función social forme parte del objetivo mismo de los medios de comunicación.

La necesidad de incluir a los medios comunitarios en la legislación mexicana es urgente, la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran estos medios requieren de una política pública que incluya la democratización de los medios de comunicación como eje fundamental en aras de garantizar el libre acceso de los ciudadanos a los mismos, asunto que requerirá de la disposición de las diversas autoridades competentes para la construcción de una nueva ley integral en la materia. Del mismo modo, como ha ido ocurriendo en los países de América Latina, México debe reconocer en sus leyes los tratados internacionales, haciendo a un lado los posibles intereses que algunos grupos fácticos han logrado consolidar al mantener el monopolio de los medios de comunicación, esto debido a que la comunicación está sustentada en la necesidad de diversos sectores sociales para transmitir información, que la mayoría de las veces

está ausente de las grandes agendas nacionales.

#### **2.4. Hacia una Ley de Radio y Televisión Integral**

En México, la interposición de leyes que contemplan aspectos de radio y televisión dificultan, entre otras cosas, la adecuada regulación de los medios de comunicación. Por ello es menester la creación de una ley integral en la materia que permita, además de dicha regulación, identificar plenamente las responsabilidades de cada autoridad, así como la contemplación de aquellos medios de comunicación que actualmente se mantienen al margen, sin el reconocimiento legal necesario. Si bien han existido diferentes iniciativas de ley que han propuesto adelantos en la materia, ninguna ha fructificado. No obstante, hasta el momento de la redacción de esta investigación, se encuentra una iniciativa de ley pendiente de discusión en el Congreso de la Unión que lleva por nombre Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales.

El análisis completo de esta iniciativa no se aborda en esta investigación, pero es menester dar a conocer los puntos más destacados de la misma para futuras referencias y próximos trabajos relacionados con la materia. De este modo, la iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales presenta los siguientes puntos:

- 1) Los artículos 4 y 5 establecen las garantías y el fomento para el acceso de los diversos grupos sociales y comunitarios a los medios de comunicación.
- 2) El artículo 24 presenta uno de los cambios sustanciales en materia de medios de

comunicación pues establece las modalidades de uso de frecuencias del espectro radioeléctrico donde, entre otras destacan las de uso comercial, social, privado y público:

I. Uso comercial: utilización de frecuencias o bandas de frecuencias con fines de lucro, asignadas mediante concesión por la Secretaría.

II. Uso social: utilización de frecuencias o bandas de frecuencias, sin fines de lucro, para propósitos sociales, culturales, comunitarios, científicos y educativos las cuales se otorgan mediante concesión de la Secretaría.

II. Uso privado: utilización de frecuencias o bandas de frecuencias para su explotación sin fines de lucro con propósitos de radiocomunicación privada, de experimentación, comprobación de viabilidad técnica y económica de tecnologías de desarrollo, pruebas temporales de equipo y radioaficionados que se otorgan mediante concesión de la Secretaría.

IV. Uso público: utilización de frecuencias o bandas de frecuencias para el cumplimiento de las atribuciones del gobierno federal, los gobiernos estatales y municipales, los organismos constitucionales autónomos e instituciones públicas de educación superior, asignadas de manera directa por la Secretaría.<sup>38</sup>

Así, se establece que los medios comunitarios, sociales, culturales, educativos y científicos pueden acceder a una concesión, algo que no es posible con la ley vigente que sólo les permite la asignación de una frecuencia mediante el permiso. Este hecho otorga un nuevo estatus a los medios permitiéndoles más posibilidades en cuanto a la captación de recursos. Es importante aclarar que se establece una diferencia entre las de uso social y uso público, estableciéndose más adelante las funciones, derechos y obligaciones de cada

---

38 Iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales presentada el mes de abril de 2010. Documento obtenido en [http://www.amedi.org.mx/comunicados/Gaceta\\_Parlamentaria-Iniciativa\\_Audiovisual-8-4-2010.pdf](http://www.amedi.org.mx/comunicados/Gaceta_Parlamentaria-Iniciativa_Audiovisual-8-4-2010.pdf)

una de las radios de acuerdo a su uso. Es importante mencionar además que dicho artículo posibilita el acceso tanto al establecimiento de una radio como de una televisión comunitaria.

3) El artículo 26 plantea la búsqueda del equilibrio del uso de frecuencias de acuerdo a la modalidad de uso, de modo que se evite la concentración fomentando una mejor distribución de opciones. Ello representaría romper con la monopolización de las frecuencias a manos de los grandes medios de comunicación y abrir el espectro a los medios sociales.

4) A diferencia de la ley vigente, en esta iniciativa, el artículo 31 establece la posibilidad de la inversión extranjera en materia de radiodifusión de hasta el 25 por ciento.

5) El artículo 36 reduce de 20 a 10 años la duración de las concesiones tanto comerciales como sociales, lo que permitiría un mayor control y evaluación de desempeño de las radiodifusoras de acuerdo a la propia ley.

6) El artículo 60 establece que, «podrán obtener una concesión para uso social las personas morales sin fines de lucro, interesadas en la prestación de servicios de telecomunicaciones y difusión de contenidos orientados a satisfacer necesidades de carácter social, cultural, comunitario, científico y educativo, en el área geográfica de su cobertura».<sup>39</sup> Ello representa la garantía de todo grupo social a establecer sus propios

---

39 *Ibid*

medios de comunicación en igualdad de condiciones que los grandes medios de comunicación.

7) Otro punto a destacar es el artículo 206 que establece la posibilidad de venta de espacios publicitarios a los medios de uso social que dice, «para los concesionarios sin fines de lucro: No podrá exceder de 6 minutos por hora en televisión y de 12 minutos por hora en radio».<sup>40</sup> Lo anterior es inexistente en la actualidad, ya que la ley vigente no permite a los medios comunitarios la venta de publicidad, siendo además esto uno de los principales obstáculos para la subsistencia de los mismos y una de las principales quejas de las radios comunitarias.

Los puntos anteriores son sólo una muestra de los cambios que se proponen en la iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales, pero ésta va un poco más lejos al reglamentar con mayor enfoque social y de atención al público, diversos lineamientos en cuanto a contenidos, acceso, derechos y obligaciones, tanto de los prestadores de servicios como de las autoridades encargadas de regularlos. Sin duda, su eventual aprobación o rechazo significará una muestra de la disposición tanto legislativa como de los grupos fácticos al establecimiento de medios de comunicación más democráticos.

Actualmente la citada iniciativa de ley cuenta con más de cien firmas de apoyo<sup>41</sup> y se

---

<sup>40</sup> *Ibid*

<sup>41</sup> Lo avala el Consejo Consultivo y Directivo de la AMEDI. Incluye además a otros socios de la AMEDI: Felipe Ahumada Vasconcelos, Elisa Alanís, Ricardo Alemán, Jorge Alonso Sánchez, Alma Rosa Alva de la Selva, Pablo Arredondo Ramírez, Agustín Basave, Ricardo Becerra, Graciela Bernal, Fernando Butler, Lorenzo Córdova, Javier Esteinou Madrid, Jaime García Chávez, Daniel Gershenson, Salvador Guerrero Chiprés, Juan Larrosa Fuentes, Sergio López Ayllón, José Carlos Lozano, Mónica Lozano, Alejandro Madrazo Lajous, Bernardo Masini, Rocío Morgan Franco, Patricia Ortega Ramírez, Francisco Ortiz Pinchetti, Jaime Preciado Coronado, Graciela Ramírez, Celeste Sáenz de Miera, Pedro Salazar, Dulce María Sauri Riancho, María Magdalena Sofía

encuentra en ambas Cámaras del Congreso desde abril de 2010. Se espera que próximamente pase a discusión para su eventual valoración.

---

Paláu, Víctor Ugalde, Felipe Vicencio Álvarez. Adicionalmente, agrega las firmas de ciudadanos de peso que se adhieren a este documento, entre los que se mencionan los siguientes: Sergio Aguayo Quezada, Arnaldo Córdova, Busi Cortés, Alfonso Cuaron, Carlos Cuarón, Óscar Guerra Ford (comisionado presidente Instituto de Acceso a la Información Pública del DF), Marta Lamas, Paul Leduc, Estela Leñero, Carlos Martínez Assad, Rogaciano Méndez (Sindicato Nacional de Redactores de Prensa), Humberto Musacchio, Maricela Portillo (presidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación), Gloria Ramírez (presidenta de la Academia Mexicana de Derechos Humanos) y Rosalía Winocur, entre muchos otros.

### **3- La radio como medio de comunicación de masas y su relación con la sustentabilidad social**

La comunicación ha sido fundamental para el desarrollo del ser y para las relaciones humanas puesto que, tanto en la teoría como en la práctica, ha evolucionado hasta convertirse en una herramienta indispensable de las sociedades, tanto en lo individual y social, como dentro de las organizaciones. Pero la comunicación ha ido más allá de la simple interacción directa entre individuos. Con la invención de la radio a finales del siglo XIX, y su amplia difusión a principios del siglo XX, las dinámicas sociales de las siguientes generaciones se vieron alteradas por lo que fuera el nacimiento del primer medio masivo de comunicación (se debe recordar que debido a la baja alfabetización la prensa se masificó con mayor lentitud). A partir de ahí, nuestras sociedades han encontrado una forma de información y entretenimiento que ha subsistido más de un siglo. La radio, como medio de comunicación masivo, si bien comenzó con un objetivo social<sup>42</sup> cuyo fin era mantener informada a una comunidad, rápidamente fue adquiriendo un contenido y lenguaje propio y, debido a su éxito, se convirtió en un medio para el entretenimiento. De hecho poco puede compararse con otros medios de comunicación que fueron apareciendo con el tiempo, como el caso de la televisión, debido a que las posibilidades que presenta la radio y el fácil acceso al medio por parte del público lo hace un caso único que ningún otro medio ha podido igualar.

---

<sup>42</sup> Las referencias indican que las primeras estaciones de radio surgieron en Estados Unidos. La 8MK inició con noticieros en agosto de 1920 y la KDKA con la cobertura de las elecciones en noviembre del mismo año.

El caso de la televisión, por ejemplo, es diferente. Primero, porque su antecesor inmediato, el cine, preparó el escenario al construir un público; segundo, porque el alto costo del aparato televisivo lo hizo inaccesible para mucha gente y; tercero, porque invariablemente, la televisión exige una mayor atención por parte del usuario que, en el caso de la radio, no es necesaria. No obstante, en la actualidad, la televisión es quizá el medio de comunicación que más impacta en el auditorio, aunque también es cierto que la radio sigue teniendo una gran audiencia por las facilidades técnicas que la caracterizan.

Los medios de comunicación, por tanto, se han convertido en los intermediarios indispensables entre la información y las personas, de modo que no puede pensarse en una sociedad contemporánea que no incluya dentro de sus hábitos cotidianos el ver la televisión, escuchar la radio o leer el periódico, convirtiéndose así, las personas, en ciudadanos mediáticos. Ello ha llevado a pensar en los medios de comunicación de masas como un factor determinante para la divulgación de la información, pero también para la construcción de una opinión pública, es decir, a través de los *mass media*, se instrumenta una cosmovisión que, la mayoría de las veces, es aceptada sin más por parte del auditorio. De tal modo que conceptos tan complejos como los valores, la democracia, el consumo, los derechos humanos, entre muchos otros, son simplificados y transmitidos a través de ondas electromagnéticas, asimilados y aceptados por una población que pocas veces pone en duda la veracidad de la información recibida y la intencionalidad del medio de comunicación. Así, por ejemplo, el concepto de democracia liberal que impera en gran parte del mundo es el que predomina en los espacios radiofónicos y es difundido e implantado como único y absoluto. La democracia mínima a la que aluden Schumpeter y Huntington, en la cual la participación del ciudadano se limita a la emisión del



voto en las urnas, es refrendada por los medios de comunicación masivos, lo que trae como consecuencia que no exista una construcción de ciudadanía que implique la reflexión y la participación en los diversos ámbitos de la vida cotidiana y pública sino, en todo caso, existe una masificación de afirmaciones cuyas argumentaciones parten de intereses determinados que no quedan del todo claros. Mucho se ha discutido a este respecto, de modo que pueden plantearse las siguientes interrogantes ¿será acaso que la construcción de ese tipo de ciudadanía no forma parte de la función social de los medios de comunicación?, ¿el medio de comunicación se ha convertido en un fin en sí mismo?, ¿dichos medios deben replantearse desde su concepción para eliminar la función social que el Estado le ha otorgado desde su legislación? O, en todo caso, ¿tendría que hacerse una revisión y evaluación del funcionamiento de los medios de comunicación para que cumplan dicha función social?

Cuando se plantea, en esta investigación, un enfoque hacia una comunicación social, se presume que dicha comunicación tendría que tomar en cuenta estos aspectos que la mayoría de los medios de comunicación masivos han omitido de sus contenidos, principalmente porque implican una toma de conciencia por parte de los escuchas y ello implicaría, quizá, una afectación directa a los intereses comerciales de los propios *mass media*. Por ello se plantea a las radios comunitarias como un modelo de comunicación alternativa que busca una comunicación social. No nada más porque promueven una construcción de ciudadanía mucho más compleja y completa, sino además porque significan una propuesta de cohesión social y participación del auditorio dentro de sus comunidades y con el quehacer radial. Esto último a raíz de las necesidades propias de las radios comunitarias donde la misma comunidad puede convertirse en comunicador, reportero, o desempeñar alguna función dentro del medio en cuestión.

### **3.1.- Información y comunicación**

Se entiende por información al conjunto de datos que se obtienen con la intención de adquirir determinados elementos que sirvan para que un individuo pueda proceder de determinada manera o realizar alguna acción en específico. La información que una persona adquiere a lo largo de su vida es indeterminada e imposible de contabilizar, y dependerá de los intereses personales, así como de los rasgos culturales que la constituyan, el buscar o apropiarse de alguna información. Si bien el término información va íntimamente relacionado con el de comunicación, se diferencia principalmente en que el primero es unilateral, es decir, no supone la interacción con un otro, aunque, invariablemente, cuando una persona posee una información ha de transmitirla de algún modo a otra, lo que significa no solamente un proceso comunicativo, sino también de interpretación o, lo que es lo mismo, de significado. Según Antonio Paoli (1983: 11): «El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante. Para nosotros el significante podrá recibirse por cualquiera de los sentidos y evocará un concepto. El significante podrá ser una palabra, un gesto, un sabor, un olor, algo suave o áspero». Así, la información es recibida a través de un significante y cada persona se encarga de darle un significado, por lo que la intencionalidad de la fuente es de vital importancia. Esta dualidad significante-significado también es conocida como signo y, tanto objetos, como sujetos y situaciones, permiten la identificación de un concepto o la reconstrucción mental del mismo y, por ende, una interpretación. Para ejemplificar lo anterior, baste mencionar que el llanto de un niño puede ser reconocido por cualquier persona, más allá de la diversidad de rasgos culturales. Dicho llanto es identificado y la información procesada por cada uno de nosotros, no obstante, la acción que se tome en consecuencia puede variar dependiendo, ahora sí, de características

particulares.

La comunicación, de acuerdo con Antonio Paoli (1983: 11), «es el acto de relación entre dos o más sujetos, mediante la cual se evoca en común un significado», y para ello se requiere haber tenido experiencias comunes y por ende, significantes comunes. Empero, el proceso comunicativo no es tan sencillo como parece, la cultura, los códigos, el contexto, los símbolos, y en general toda una serie de elementos se ponen en juego durante dicho proceso, por lo que el buen entendimiento de los involucrados será determinante para que exista una comunicación eficaz. Según comenta Stuart Hall (2004), se puede pensar en el proceso de comunicación:

En términos de una estructura producida y sostenida a través de la articulación de momentos relacionados pero distintivos -Producción, Circulación, Distribución/Consumo, Reproducción-. Esto llevaría a pensar el proceso como una «estructura compleja dominante», sostenida a través de la articulación de prácticas conectadas, cada una de las cuales, retiene, sin embargo, su carácter distintivo y tiene su modalidad específica propia, sus propias formas y condiciones de existencia.

Así, cuando un hecho pasa a través del discurso, la significación del mismo (esquema 1) dependerá de un número importante de variables que tanto emisor como receptor impregnan al hecho en cuestión, lo que no significa que dicho mensaje carezca de una intencionalidad pero sí que depende del receptor la interpretación de acuerdo a factores como creencias, valores, contexto, entre otras.

### Esquema 1 – Comunicación de Hall<sup>43</sup>



Si se conoce, por ejemplo, el lenguaje, las posibilidades de reconocer los significados aumentan y la comunicación tendría que ser más eficaz. Pero el proceso de comunicación no está completo si no hay una respuesta por parte del receptor que permita la interacción entre los individuos. Por supuesto que, para que la comunicación fluya sin contratiempos, los individuos deben compartir más de un elemento además del lenguaje. De modo que, por ejemplo, un mexicano y un argentino pueden entablar una conversación sin mayor problema, pero entre más conozca uno del otro, tanto en lo personal como en lo cultural, la comunicación será mucho más clara, y los malentendidos serán menores.

En el caso que ocupa a la presente investigación, la comunicación interpersonal juega un papel importante, sí, pero más aún, es el papel que juegan los medios masivos de comunicación,

43 Fuente: CIC (Cuadernos de Información y Comunicación) 2004, 9, 210-236

en particular la radio, en relación con el auditorio. Si la interpretación está sujeta al significante, a la intencionalidad de la fuente y al contexto del receptor, ¿qué papel juega la radio como mediador (canal) entre la información (mensaje), el locutor (emisor) y el auditorio (receptor)?, ¿qué tanto influye el lenguaje radiofónico en la construcción de significados?, ¿cuáles son los signos que el escucha reconoce?, y principalmente ¿cómo ello contribuye a la construcción de una opinión pública?

Dentro de los medios de comunicación convencionales, la retroalimentación, que es el elemento determinante para que haya interacción, se da de manera aislada, menoscabando su importancia y dando prioridad a la del emisor. Además que el contenido temático es propuesto por éste dando como consecuencia una comunicación restringida y poco plural. Asimismo, dentro del proceso comunicativo y como elemento de distorsión del mensaje, está el ruido, que invariablemente aparece en dicho proceso e influye de manera determinante, lo que puede ocasionar que exista, en determinados casos, una mala interpretación del mensaje, de modo que factores como los problemas personales, los sonidos externos, entre muchos otros, afecten la correcta transmisión del mismo.

### **3.1.1.- Discurso y comunicación de masas**

Otros aspectos relevantes que deben tomarse en cuenta son los conceptos de discurso y de masas. Para Ortega y Gasset (1993: 337), la masa es «el conjunto de personas no especialmente calificadas... Masa es todo aquel que no se valora a sí mismo -en bien o en mal- por razones

especiales, sino que se siente «como todo el mundo» y, sin embargo, no se angustia». El término masas, por tanto, no debe remitirnos únicamente a un número mayor e indeterminado de personas o a una aglomeración, sino también a un fenómeno sociocultural que tiene diversas variantes dependiendo de los sistemas económicos, políticos y sociales donde se ubique, por lo que el contexto es determinante para interpretar el comportamiento de las mismas. De este modo, se puede decir que las masas son distintas dentro de un sistema capitalista, socialista o comunista, así como también dentro de una nación específica, puesto que se encuentran diferentes grados de desarrollo cultural y participación ciudadana, lo que supone diferentes tipos de ciudadanía. Cada uno de estos grupos diversos, por tanto, propone valores y una participación diferenciada en cada sociedad, de acuerdo a su contexto, modificando la forma en que dichas masas actúan. También es menester reconocer que al no existir un sólo modelo capitalista, es de suma relevancia analizar los factores, tanto internos como externos, que cada país adopte, por ejemplo, de acuerdo al grado de desarrollo del mismo o de dependencia económica. Así, el término masas no puede generalizarse, pero sí puede situarse en un contexto delimitado, como unidad de análisis, como es el mexicano.

En México, principalmente a partir de la entrada del neoliberalismo en los primeros años de la década de los ochenta (López Paniagua; 2004: 59), la sociedad ha transformado su sistema de valores, creencias y, en general, un buen número de elementos culturales que le eran propios. Por ejemplo, hemos sido testigos en reiteradas ocasiones de cómo las garantías individuales se han sobrepuesto a los derechos sociales, la indiferencia a la solidaridad, la enajenación y la apatía a la reflexión y a la participación, entre muchas otras cosas. En una sociedad con una democracia de élites, se percibe a las masas como el caos, el desorden social y, en el mejor de los

casos, como grupos que pueden ser utilizados para fines políticos y electorales; en el ámbito de la mercadotecnia, son grupos cuyos afectos y simpatías pueden orientarse hacia el consumo de determinados productos; en el de campo de la comunicación, se percibe a las masas como grupos cuya conciencia puede ser dirigida hacia determinados fines, permitiendo ello a su vez, modificar y/o implantar hábitos y costumbres que permitan la difusión de valores, creencias, lenguajes, pero, principalmente, una ideología que sea afín a los intereses comerciales o editoriales de los propios *mass media*. John Thompson (Revista Versión, No. 1, 1991) comenta que:

[...] los mensajes que transmiten los medios masivos son recibidos por individuos específicos situados en contextos socio-históricos definidos. Estos individuos ponen atención a los mensajes de los medios en distintos grados de concentración, los interpretan activamente, les atribuyen sentido y los relacionan con otros aspectos de sus vidas.

Es decir, la transformación constante de la vida social se ve altamente influida por los medios de comunicación, quienes al transmitir un mensaje ya le han atribuido un significado específico; no obstante, dicho mensaje es percibido por los usuarios interpretándolo y dándole un significado propio relacionándolo con su vida. Thompson agrega:

En un mundo saturado por los medios de comunicación, las tradiciones dependen de formas de comunicación mediática simbólicas; han sido desalojadas de sus lugares habituales y reincorporadas a la vida social de nuevas maneras. Sin embargo, el desarraigo y el rearraigo de tradiciones no las convierte en necesariamente falsas, ni tampoco implica, necesariamente, su desaparición.

Ello plantea una transformación no nada más de las dinámicas sociales inmediatas sino también una percepción distinta de la memoria histórica que, en determinados casos, tergiversa hechos, situaciones y, como lo especifica Thompson, tradiciones. Por tanto, cuando se habla de comunicación de masas, se refiere al modo en que los medios de comunicación convencionales han logrado dirigirse a esos grandes grupos de personas, en las condiciones de la sociedad industrial.

Por otra parte, en lo que corresponde al discurso, Foucault (1991: 181) dice que consiste en «el conjunto de enunciados que dependen de un mismo sistema de formación» y agrega que se transforma en práctica social en la medida en que incorpora otros elementos además de los propios signos lingüísticos, como el contexto social. Así, por ejemplo, se pueden encontrar múltiples construcciones discursivas dependiendo del sujeto que la perciba o la emita. Cada uno de nosotros tiene una manera particular de asimilar la información y de enviarla, que dependerá de nuestra historia, experiencias, creencias, contexto y demás. De modo que cada cual podría idealizar, sintetizar, o fragmentar la información y posteriormente retransmitirla con estas modificaciones. De este modo, un hecho deja de ser objetivo para ser subjetivo, pero el asunto no se detiene ahí, por ejemplo, en una noticia, el hecho llega a la sala de redacción con un punto de vista de quien presencié o atendió el suceso; una vez que la información llega, es intervenida por el redactor; esta nota a su vez es modificada por el locutor quien le impregna una tonalidad, intencionalidad, acentuación, pausas, equívocos, comentarios, entre otras cosas; del mismo modo ocurre con los demás detalles de la producción del programa radiofónico (o televisivo) en cuestión, como los efectos sonoros o la musicalización; además, esto ha de tener su propio contexto de acuerdo a la selección de notas, el orden en que se presentan y los invitados a los que



entrevistan. Por tanto, el resultado implica una construcción simbólica que es transmitida a un público que, consciente o inconscientemente, identifica los símbolos, los asimila y transmite a otros. Dicha información, pues, ha sido cargada con un sentido previamente seleccionado lo que significa una intencionalidad y un discurso muy particular. No obstante, uno de los principales problemas en este caso es que, invariablemente, el discurso comienza a ser compartido sin ser cuestionado, generando no nada más una opinión pública, sino además, una ideología que determina el pensar y el actuar de los escuchas, quienes, dicho sea de paso, pocas posibilidades tienen para cuestionar, por medio de una retroalimentación, a quienes emiten los mensajes. Habermas (1999: 506) comenta que:

[...] si partimos de que la especie humana se mantiene a través de las actividades socialmente coordinadas de sus miembros y de que esta coordinación tiene que establecerse por medio de la comunicación, y en los ámbitos centrales por medio de una comunicación tendente a un acuerdo, entonces la reproducción de la especie exige también el cumplimiento de las condiciones de la racionalidad inmanente a la acción comunicativa.

Pero la significación de conceptos han dejado de tener fines objetivos (si es que alguna vez la tuvo) y se ha pretendido instaurar una significación universalista (significado único) que resulta a su vez individualista (puesto que parte no del hecho sino de quien lo percibe) en la medida que se subjetiva la interpretación. De modo que un sujeto construye:

«un mundo de la vida simbólicamente estructurado que se constituye en las aportaciones

interpretativas de los que a él pertenecen y que sólo se reproduce a través de la acción comunicativa. Así, la razón comunicativa no se limita a dar por supuesta la consistencia de un sujeto o de un sistema, sino que participa en la estructuración de aquello que se ha de conservar» (Habermas, 1999: 507).

Por ende, los medios de comunicación de masas representan la reafirmación y/o implementación de estándares o modelos sociales que los escuchas imitan, apropian y reproducen en la vida cotidiana. La información que a través de dichos medios reciben está, en su mayoría, exenta de toda crítica puesto que no nada más la dan por verdadera sino que también se presenta como compartida por amplios sectores sociales, lo que permite a los individuos apropiarse de la misma y difundirla ampliamente.

### **3.2.- La democracia participativa y la sustentabilidad social**

Si bien el concepto de democracia es polisémico, su origen etimológico es contundente (demos = pueblo; cracia = gobierno). Desde la *polis* griega, la participación del pueblo en la toma de decisiones en los asuntos públicos ha sido determinante, aunque habrá que recordar que en la antigua Grecia dicha participación estaba sumamente limitada y discriminaba, entre otros sectores, a las mujeres y a los esclavos. Sin embargo, para el caso que ocupa a la presente investigación, se utiliza el concepto de democracia participativa como eje fundamental para la construcción de la sustentabilidad social. Considerando lo anterior, Suárez Iñiguez (2003: 70) da una definición de la misma, donde:

[...] el propio ciudadano es Estado en decisión, es capacidad de acción en ejercicio, soberanía popular, gobierno del pueblo, por el pueblo y para el pueblo... Implica no sólo la actitud individual del ciudadano sino la organización de la colectividad para alcanzar finalidades concretas: mayor seguridad, mejores servicios públicos, mayor producción y mejor nivel de vida.

Sin embargo, en México persiste como modelo una democracia electoral que limita la participación del ciudadano en los asuntos públicos. Herramientas como el plebiscito, referendium y la rendición de cuentas, apenas y se ensayan en temas menores y en localidades pequeñas. No obstante, la participación ciudadana se ha dado a lo largo de la historia, y la búsqueda por la equidad y la justicia se manifiesta de manera evidente en los múltiples movimientos sociales que han surgido en el país a lo largo del tiempo. En este sentido, existe una amplia gama de movimientos que han logrado colocar en la agenda pública diversos temas de interés nacional, desde la lucha por la equidad de género, pasando por la batalla emprendida por la libertad de expresión en sus diferentes ámbitos, la justicia social, así como también la búsqueda del enjuiciamiento de militares vinculados en asesinatos de personas y violación de mujeres. De Sousa Santos (2005: 250) al respecto menciona que el sistema político imperante es uno de los factores para el incremento de la movilización social:

El predominio de un modo de pensar mercantil, propio del neoliberalismo, parece dominarlo todo, tanto la vida material como los corazones y las mentes. Contra todo eso se rebelan, de formas diversas y contradictorias, múltiples actores sociales en verdaderas y nuevas coaliciones globales. Movimientos históricos y jóvenes se unen para decir ¡No, basta!

Ahora bien, un tema que en los tiempos más recientes ha entrado a debate es el de la sustentabilidad social. En un México capitalista cada vez más inmerso en la globalización y el neoliberalismo, el sistema económico, político y social se ha orientado hacia el debilitamiento e incluso criminalización de los derechos sociales en un afán impositivo de perpetuar una hegemonía, principalmente económica y política orientada hacia los intereses de los grandes capitales, limitando el acceso y ejercicio a un número mayor de personas de dichos derechos. La corrupción e impunidad, la especulación, la pérdida de derechos laborales, el aumento del desempleo y subempleo, la falta de acceso a la educación y a la salud (por infraestructura o dinero), la inseguridad, entre muchas otras cosas, han ocasionado una merma en las capacidades de las personas, limitándolas en su desarrollo y por ende en su calidad de vida, lo que da como resultado un incremento significativo de la pobreza. A este respecto Amartya Sen (2000: 118) comenta que la pobreza va íntimamente relacionada con la falta de renta, sí, pero también con la privación de las capacidades, de modo que, por ejemplo, advierte Sen:

[...] la mejora de la educación básica y de la asistencia sanitaria no sólo aumenta la calidad de vida directamente sino también la capacidad de una persona para ganar una renta y librarse, asimismo, de la pobreza de renta. Cuanto mayor sea la cobertura de la educación básica y de la asistencia sanitaria, más probable es que incluso las personas potencialmente pobres tengan más oportunidades de vencer la miseria.

No obstante, en México existe un déficit en materia de derechos sociales que limitan a la sociedad el acceso a oportunidades para mejorar su calidad de vida. Así, la pobreza tanto de renta como de capacidades se convierten en un círculo íntimamente relacionado del cual, en

muchas ocasiones, es imposible escapar. Amartya Sen enumera una serie de libertades instrumentales que son fundamentales para el mejoramiento de las capacidades de las personas, algo que resulta indispensable para el bienestar de las mismas. De este modo nos habla de los servicios económicos, en el que refiere que «dependen de los recursos que posea o a los que tenga acceso, así como de las condiciones de intercambio, como los precios relativos, y el funcionamiento de los mercados». Sen además comenta que las oportunidades sociales influyen en la libertad fundamental del individuo para vivir mejor ya que, «estos servicios son importantes no sólo para la vida privada (como llevar una vida sana y evitar la morbilidad evitable y la muerte prematura), sino también para participar más eficazmente en las actividades económicas y políticas». Un tercer punto que para Sen es importante son las garantías de transparencia:

[...] se refieren a la necesidad de franqueza que pueden esperar los individuos: la libertad para interrelacionarse con la garantía de divulgación de información y de claridad. Cuando se viola seriamente esa confianza, la falta de franqueza puede afectar de manera negativa a la vida de muchas personas, tanto a las afectadas directamente como a terceras partes.

En un cuarto punto, Sen habla de la seguridad protectora:

[...] es necesaria para proporcionar una red de protección social que impida que la población afectada caiga en la mayor de las miserias y, en algunos casos, incluso en la inanición y la muerte. El aspecto de la seguridad protectora comprende mecanismos institucionales fijos como las prestaciones por desempleo y las ayudas económicas fijadas por la ley para los indigentes, así

como mecanismos *ad hoc* como ayudas para aliviar las hambrunas o empleo público de emergencia para proporcionar unos ingresos a los pobres.

En gran medida, las radios comunitarias intentan mejorar estos puntos que señala Sen, puesto que buscan incrementar los servicios económicos de las comunidades al proponer no sólo nuevas dinámicas de consumo sino oportunidades para intercambiar productos, servicios, e incluso promueven la creación de talleres de capacitación que apoyan la búsqueda de mejores expectativas de vida de las personas. Las radios comunitarias además permiten involucrarse políticamente a las comunidades, principalmente desde un punto de vista crítico y escapando a los discursos hegemónicos de la no acción/no participación que tanto predomina en los medios convencionales, quienes privilegian el individualismo y el distanciamiento social en torno a los asuntos políticos, y quizá ésta sea una de las principales razones por las que las radios comunitarias son antisistémicas y por ende no reconocidas y/o perseguidas por el Estado, porque hacen caso omiso del establecimiento de la agenda que propone el mismo. Además, es esto lo que hace que sean tan polémicas y apreciadas por la comunidad a la que pertenecen, porque la información que presentan no está supeditada a intereses ni del gobierno ni de los grupos de poder, por ende, la sociedad encuentra en estas radios un espacio abierto de discusión y de participación. Por otra parte, también es menester mencionar que las radios comunitarias no poseen los mecanismos, la infraestructura y mucho menos las posibilidades económicas para poder realizar labores sociales a cabalidad, y si bien, en todo caso, estas labores sociales deberían ser una función del Estado, la mayoría de las radios comunitarias, a través de organizaciones civiles, buscan apoyar a las comunidades para por lo menos sobrellevar las dificultades en las que se encuentren las personas, ya sea, por ejemplo, por medio de apoyo legal en materia laboral

o, por lo menos, brindando información para que la gente conozca cuáles son los mecanismos que existen y a los que tienen derecho para, con ello, tratar de impedir el abuso por parte de los diversos grupos de poder. Así, en última instancia, el objetivo de las radios comunitarias reside en la disminución de la pobreza<sup>44</sup> y en el mejoramiento del bienestar de la sociedad.

Desde la literatura, Jack London en su libro *El pueblo del abismo* habla de las penurias por las que atraviesan los más necesitados en Londres a principios del siglo XX, cuando comienza a masificarse la industrialización. El contexto que muestra London es otro, pero el fondo es el mismo, y actualmente la industrialización ha llegado a uno de sus puntos más altos. En el relato de London destacan las dinámicas de los más pobres y su imposibilidad para salir adelante, sus carencias y necesidades y, de algún modo, da una panorámica que no es muy diferente a nuestra realidad. Acaso la historia de México y las dinámicas sociales sean otras, pero las dificultades para alcanzar un bienestar y una calidad de vida han sido las mismas a lo largo de la historia y en cualquier lugar del mundo, aunque cada una con sus problemas específicos.

El aumento de las capacidades es esencial para el desarrollo de las personas. El acceso a la salud o a la educación, por ejemplo. Pero también tendrían que aumentarse las oportunidades para desenvolverse en los ámbitos laborales, puesto que, por ejemplo, de poco sirve un pueblo con educación (la calidad de la misma es otro asunto que no se aborda en esta tesis) que no encuentra las oportunidades para insertarse en el mercado laboral, por lo que también es necesario señalar que el Estado ha dejado esto en manos de la iniciativa privada y de los individuos. Respecto a las oportunidades, Lorenzo Salvador Benitez (citado en Redalyc, 2008) comenta que:

---

44 Sen propone que al aumentar las capacidades de las personas, entendidas como el aumento de las libertades antes señaladas, generará paulatinamente una mejor posición de dichas personas para que disminuya la pobreza en la que se encuentran.

La pobreza es una negación de las oportunidades y las opciones básicas para el desarrollo humano, así como la ausencia de determinadas capacidades elementales para realizarse. Una persona es pobre cuando carece de oportunidades para obtener niveles mínimos aceptables de realización personal, lo que involucra aspectos físicos como: estar bien nutrido, tener buena salud y vivir de manera óptima; pero también logros sociales un tanto complejos, como poder intervenir en la vida comunitaria.

En México, no obstante los enormes problemas de corrupción, de imposiciones gubernamentales, de fraudes electorales, entre muchos otros, la política social y económica cercana al Estado de Bienestar, que entre las décadas de 1940 a 1970 dio acceso a servicios básicos a amplios sectores de la población (particularmente urbanos) para mejorar su situación económica y social, ha quedado en el pasado, suprimiendo poco a poco los limitados avances que se habían obtenido en materia de derechos sociales.

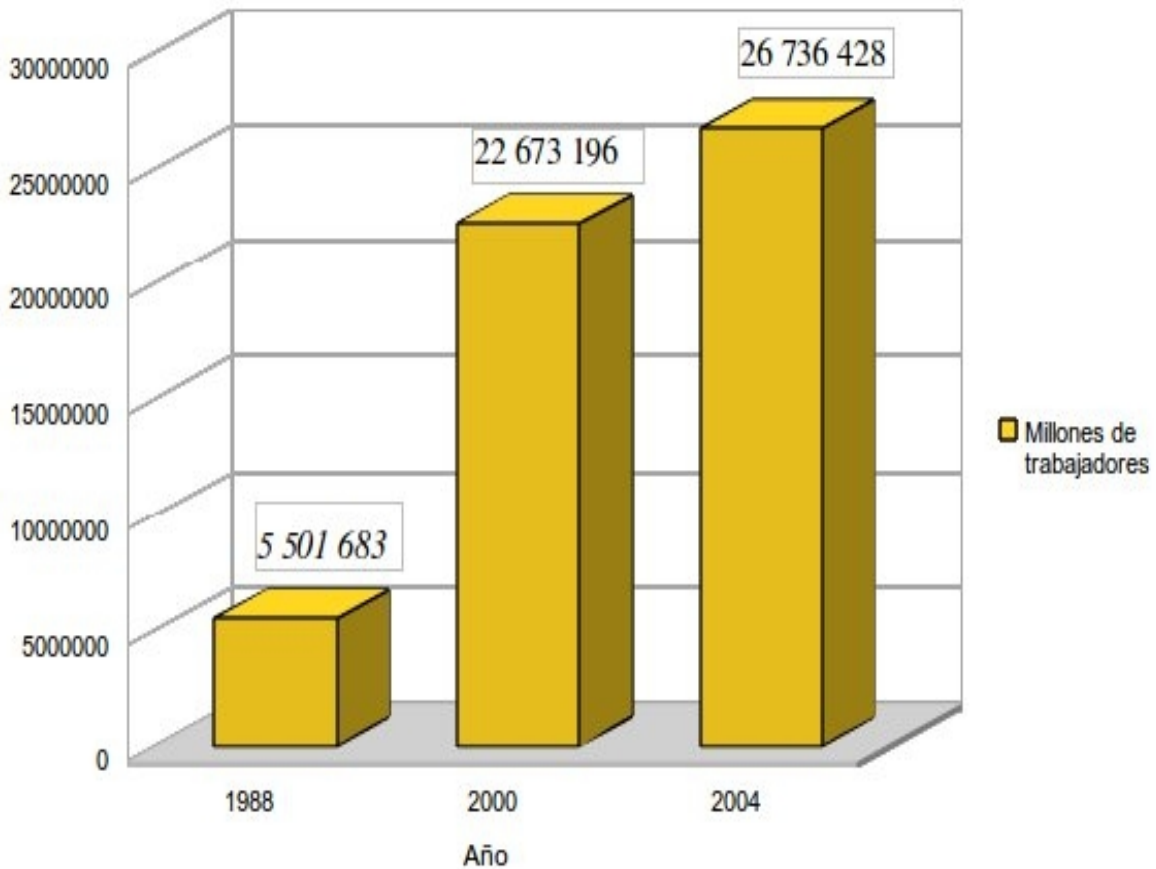
Contra lo que pudo pensarse como parte del imaginario social, la alternancia en el poder en el año 2000 ha significado un déficit en la situación social de los mexicanos. Graciela Bensusán (Calva y Arroyo; 2007: 160) comenta al respecto que:

Es claro que la ausencia de una propuesta formulada desde el mismo gobierno de la alternancia (2000-2006), más que un reconocimiento a la autonomía de los actores, fue una estrategia para eludir una responsabilidad estatal fundamental. Prueba de ello es que el mismo presidente Fox, quien firmó como candidato los 20 compromisos por la libertad y la democracia sindicales, terminó aliándose a los viejos actores corporativos y restringiendo la agenda de las transformaciones a nivel de la legislación laboral, sin permitir siquiera la discusión de las reformas estructurales, lo que imposibilitaba la adopción de cambios estructurales.



Luis Lozano Arredondo (Calva y Arroyo; 2007: 229-230), por su parte, presenta una gráfica donde informa el número de trabajadores mexicanos sin prestaciones (sin aguinaldo, prestaciones, servicio médico, pensión ni jubilación), estableciendo una comparativa entre los años 1988, 2000 y 2004, donde se muestra un aumento de 4 063 232 trabajadores, en el lapso de cuatro años, que no cuentan con esas prestaciones (gráfico 1).

**Gráfico 1 – México: trabajadores sin prestaciones**



El Estado, por tanto, se ha convertido abiertamente en un instrumento de la oligarquía empresarial, marginándose de las necesidades de la sociedad en favor de los intereses de grupos de poder. El cambio de modelos sociales impuesto por el neoliberalismo, logró, en una primera instancia, enfatizar un discurso orientado a las garantías individuales abocado a contrarrestar la prioridad de los derechos sociales, influyendo gradualmente en la transformación del pensamiento social que se impregna de posturas individualistas en las diferentes dinámicas sociales. Por ende, las políticas públicas han sido reorientadas, ocasionando un enaltecimiento del ser individual en detrimento del ser social. Lo anterior no es algo que haya ocurrido exclusivamente en México. Juan Carlos Gómez (2008: 147-148) comenta respecto a este tema que:

En estas sociedades [neoliberales] la concepción neoliberal se ha vuelto dominante y hegemónica no sólo a nivel de las élites y sectores capitalistas sino que también ha logrado permear a todos los grupos sociales que viven en ella, produciendo de esa manera una cultura, una economía, una política, una ciudadanía y un estilo de vida profundamente neoliberal. Estas sociedades se caracterizan por ser a) políticamente conservadoras, b) mediáticas, c) ampliamente despolidizadas, d) mercantilizadas, e) fragmentadas social y desiguales, f) individualistas y competitivas, etc.

Lo anterior evidencia la radicalización de la función histórica del Estado capitalista como ente vigilante de los intereses de los grupos dominantes en detrimento de los de la población. Al respecto Guillermo Foladori y Gustavo Melazzi en su libro de *La economía de la sociedad capitalista y sus crisis recurrentes* (2009: 98) comentan las diversas formas en que se da esta interrelación entre el Estado, los grandes capitales y la población en general:

La actuación del Estado depende del sector dominante en la sociedad, y se orienta en términos generales a garantizar el proceso de acumulación o desarrollo económico. El Estado establece las condiciones económicas y sociales de este proceso, y adopta las medidas necesarias para que no sea cuestionado; legitima y garantiza la apropiación del excedente económico por sectores distintos a quienes lo producen; impulsa la política económica de coyuntura; en fin, establece toda una serie de complejas, variadas y, en ocasiones encontradas medidas en el marco de la acumulación. El proceso histórico y las formas en que éste se desarrolla muestran claramente el carácter clasista de todo su accionar.

Bajo este enfoque se comprende el usufructo de los medios de comunicación de masas para legitimar y fomentar los parámetros con los cuales la población avala o rechaza las diversas acciones que el Estado y los grupos de poder llevan a cabo. Pero la influencia de los *mass media* no se limita al aspecto de lo económico y político. En el ámbito social también tienen una injerencia determinante, como sostienen Foladori y Melazzi:

Al capital no le es suficiente con sujetar el proceso de trabajo a su lógica; ésta se extiende también a las horas de ocio o recreo, para que incluso allí se realicen actividades que rindan ganancia. El mecanismo más utilizado para ello son los medios de comunicación, al señalarnos insistentemente que si no realizamos determinadas actividades o consumimos productos específicos no estamos «divirtiéndonos» ni «disfrutando el tiempo libre».

### 3.2.1.- La radio y la sustentabilidad social

Si los medios de comunicación son un factor determinante para la difusión y reproducción de modelos (en cuanto a conductas, hábitos, costumbres, tradiciones, preferencias, consumo e inclusive políticas) entre la audiencia, ¿hacia dónde se orientan o deberían orientarse dichos modelos?, es decir, ¿cuál es la lógica que rige los contenidos de los *mass media*?. Esencialmente están orientados hacia el mercado, es decir, hacia aquello que genere ingresos a los propios medios de comunicación. Lejos han quedado, si es que alguna vez realmente existieron, una orientación social y un compromiso para con el público. De modo que, en México, como en gran parte del mundo, los medios de comunicación convencionales forman parte del gran juego de poder que compete -en ocasiones con mayor peso- con el resto de los poderes de Estado. En este sentido, la monopolización de los medios es esencial para mantener el *status quo*, como en México donde existen sólo dos televisoras nacionales (Televisa y TV Azteca) que han impedido reiteradamente la entrada de nuevos competidores. En el ámbito de la radio ocurre algo similar, aunque el número de competidores es mucho mayor.

Bajo este panorama es que algunos movimientos sociales, sobre todo aquellos preocupados con el manejo mediático que se hace de su propio movimiento, suelen constituir su medio de comunicación. Algunos lo hacen por medio de folletos, periódicos o revistas, donde pueden expresar sus posiciones respecto a la vida social, política y económica de su contexto, pero otros deciden crear radios comunitarias como una respuesta alternativa. En tal caso, la decisión estaría basada en las posibilidades de una incidencia mayor a la que ofrece cualquier otro medio de comunicación (a excepción de la televisión que representa una inversión más alta).

Además, la consolidación de una radio comunitaria puede permitir la inclusión de otros movimientos y un mayor vínculo comunitario, considerando que una de sus principales motivaciones es la justicia social. Estas posibilidades se abren no solamente porque al colaborar con el medio se le da a la gente capacitación en los aspectos de la comunicación, sino también porque la radio comunitaria ofrece información que coadyuva al bienestar de las personas: información en materia laboral, jurídica, de derechos humanos, así como talleres de diferentes asuntos, dispensarios médicos y/o consultas, protección legal, entre muchas otras cosas. Todo con el fin de que los escuchas conozcan y puedan optar por herramientas que les permitan desenvolverse con mayor libertad en la vida cotidiana.

### **3.3.- La radio como medio de comunicación de masas en América Latina y México**

La radio en América Latina tuvo su aparición de manera paulatina entre 1920 y 1940. De inicio, estuvo principalmente en manos de la iniciativa privada como una forma novedosa de comercializar diversos productos, aunque es menester decir que, en México, la radio comercial estaba a la par de la radio estatal, siendo utilizada en este último caso, como un medio de divulgación de información noticiosa, educativa y cultural. Por lo cual, tanto en el ámbito comercial como en el estatal, la radio fungió como una herramienta para, además del entretenimiento, lograr una cohesión social.

En México, el Estado tenía un alto control de los medios de comunicación pero, «en 1941, el Estado renunció a su papel de desarrollar la radio, al vender las emisoras estatales a

inversores privados» (Fox, 1989). Ello no significó que el Estado dejara de intervenir en los contenidos radiales, por el contrario, el control de la información y la censura se agudizó como una manera de mantener el *status quo*.

Históricamente la radio ha jugado un papel determinante para la obtención de información, así como para la culturización de los escuchas y, sobre todo, como mediador en situaciones de algún tipo de desastre, tanto natural como humano, debido a que es por medio de la radio por donde se obtiene información de primera mano gracias a que, ante eventos particulares, los propios conductores aumentan la interacción con el auditorio para, por ejemplo, la localización de personas. No obstante, funciones como esta no se circunscriben a desarrollar una labor social, sino que están relacionadas con el aumento en el número de oyentes, lo que trae como consecuencia un incremento en los anuncios publicitarios. Uno de los casos más representativos de esta situación fue el ocurrido inmediatamente después del terremoto de 1985 en la Ciudad de México, donde la radio jugó un papel preponderante en la búsqueda de personas, ayuda para los rescates, y el acercamiento de víveres a personas que lo necesitaban, entre otras cosas. Pero también se utiliza a la radio en otros sentidos, por ejemplo, en la contienda electoral de 2006, el número de anuncios publicitarios relacionados con los partidos políticos aumentaron de manera notable durante ese período, de modo que la campaña negativa que emprendió el Partido Acción Nacional (PAN) en contra de la Alianza por el Bien de Todos, (PRD, PT y Convergencia), surtió efecto y logró modificar de manera significativa la opinión de los electores (esto ocurrió, cabe decir, con el apoyo de los propios medios de comunicación, de encuestas y demás recursos), aunque también es cierto que los anuncios que lograron un mayor impacto en el público fueron, en este caso, los que aparecieron en televisión. Alberto Betancourt y Claudia

García (2007: 91) comentan al respecto que «la mayoría de los medios contribuyeron a construir la imagen de López Obrador como un peligro para México, lo presionaron para invertir dinero y hacer presencia en los medios».

En las últimas décadas, el bombardeo de información mediática ha ido en aumento, y el tiempo que dedica una persona a los medios de comunicación es también mucho mayor. De acuerdo con la Encuesta Nacional de Prácticas y Consumos Culturales 2003, los medios masivos de comunicación presentan una importante actividad de la sociedad, como lo menciona el propio documento:

Resalta la gran presencia cotidiana de las industrias culturales, y en particular de los medios masivos de comunicación, en todos los ámbitos sociales y territoriales. Por ejemplo, más de 95% de los entrevistados acostumbra ver televisión y más de 87% acostumbra oír la radio. El tiempo dedicado a estos medios es significativo: casi la mitad de los encuestados (48.9%) ve entre dos y cuatro horas al día la televisión y más de la tercera parte (35.3%) escucha entre dos y cuatro horas diarias la radio.

Entre otras cosas, la información recibida a través de los medios de comunicación ha coadyuvado a la transformación de las dinámicas sociales, influida por otros factores socioculturales como la baja calidad educativa, el aumento de la jornada laboral, la incorporación casi plena de la mujer al ámbito laboral, la carencia de atención de los padres hacia los hijos. Uno de sus resultados más evidentes se refleja en la conducta de los jóvenes, quienes han terminado siendo educados por los medios de comunicación de masas, una educación fundada principalmente en el alto consumo, con información ya digerida y de escaso vocabulario, así

como en el predominio de imágenes visuales cada vez más explícitas por encima de la utilización de cualquier otro de los sentidos. Acaso sean estas nuevas generaciones las más susceptibles de ser manipuladas por una comunicación de masas dirigida por el mercado, acentuando los niveles de alienación en detrimento de la reflexión y el sentido crítico. Si bien el principal factor de ello pareciera aportarlo la televisión, la radio, por supuesto, tiene también su alto grado de participación.

### **3.3.1.- Características de la comunicación radiofónica**

Dentro de la comunicación de masas, la radiofónica es, quizá, la menos valorada en comparación con la televisión o la prensa, pero ello no significa que no posea características propias en contraste con la televisión, medio cuyas características provienen del teatro, cine, música, e incluso, la propia radio. Así según José Javier Muñoz y Cesar Gil (1988), la comunicación radiofónica tiene como características la rapidez, la economía, la amplitud de cobertura y la fugacidad, a las que bien puede agregarse el lenguaje oral, la inmediatez de asimilación, la facilidad de acceso al medio y una mayor retroalimentación en comparación con cualquier otro medio de comunicación. Por lo que especificando cada una de ellas se obtiene lo siguiente:

- 1) Amplitud de cobertura.- Es quizá una de las principales características, puesto que gracias a la infraestructura del propio medio, la cobertura radial puede ser mundial, de modo que una estación puede ser escuchada en cualquier lugar del planeta.



2) Rapidez.- Por cuestiones técnicas, la radio es la que presenta la mayor velocidad de transmisión de la información, por lo que cualquier acontecimiento es enviado casi de manera instantánea a los escuchas.

3) Economía.- De los medios de comunicación, la radio es el más económico; por un lado, el coste de infraestructura para montar una radio es mucho menor que el de cualquier otro medio y; por otro lado, el coste de inversión por parte de los usuarios para adquirir un aparato receptor es mínimo.

4) Lenguaje oral.- Por las propiedades de la radio, consistentes en la transmisión de información a través de ondas radioeléctricas, el lenguaje oral es el único posible que existe para transmitir un mensaje. Esto acota las posibilidades de percepción en comparación con la televisión, pero también estimula la imaginación al reconstruir mentalmente las imágenes planteadas por las palabras y sonidos transmitidos.

5) Inmediatez de asimilación de la información.- A diferencia de la prensa y, en menor medida, la televisión, la información transmitida por radio es inmediata, por lo que el proceso de escucha requiere de una pronta asimilación para la construcción de significados. De forma similar ocurre con la televisión, no obstante, esta otorga además elementos visuales que son los que terminan imponiéndose a la propia información dada. En el caso de la prensa, siempre será posible volver al documento para comprender mejor el mensaje.

6) Facilidad de acceso al medio.- Aún y cuando la televisión y la prensa son, en la actualidad, de fácil acceso para los usuarios, la radio tiene mayores posibilidades en este sentido, principalmente porque no requiere de una atención tan específica como los otros medios, lo que significa que puede utilizarse en el trabajo, en el auto y en lugares donde es difícil encontrar electricidad.

7) Mayor retroalimentación.- Aunque la retroalimentación en la radio comercial es escasa y las posibilidades de los usuarios para ser escuchados son muy limitadas, existe una mayor retroalimentación que en la televisión y la prensa. De hecho, es una de las principales razones del éxito de la radio y algo que, sobre todo los programas musicales y de entretenimiento general, tratan de explotar a su máxima capacidad. Por su parte, en la prensa aparecen unas cuantas cartas dirigidas al medio y en la televisión apenas y algunos pocos programas leen los comentarios del público.

Las anteriores son las principales características de la comunicación radiofónica, las más destacadas. Pero por supuesto, con la entrada de la digitalización están surgiendo nuevas opciones que en algún momento serán, sin duda, características del medio.

### **3.3.2.- Lenguaje radiofónico**

Como se mencionó anteriormente, la comunicación radiofónica supone una interpretación por

parte del escucha, lo que implica la construcción de determinados significados. Para ello se requiere por lo menos el conocimiento del mismo idioma y de la cultura. Pero esto tampoco representa que el mensaje llegue de manera correcta, puesto que, aunque se comparta una cultura, las variaciones que componen las culturas especializadas pueden modificar una interpretación. Además, como en todo proceso de comunicación, existen factores que pueden causar problemas en la comprensión del mensaje, el ruido es el principal, este puede ser de diversa índole, a saber:

- 1) Físico. Que se presenta cuando existe alguna interferencia, como sonidos externos causados por el bullicio de la ciudad, autos, lluvia, gritos, entre otros.
- 2) Técnico. Dado por interferencia de otra señal radiofónica, sonidos causados por el micrófono, música de fondo muy alta o ruidos causados por una mala señal.
- 3) Psicológico. El escucha también tiene su propio ruido interno, problemas personales, inquietudes, problemas de concentración, e incluso remembranzas causadas por algún comentario escuchado en la misma radio. Todas ellos pueden ocasionar que se pierda parte del mensaje.
- 4) Cultural. Las diferencias culturales pueden ocasionar que se tergiverse la información recibida o, en todo caso, ocasionar un choque cultural de manera que se rechace el mensaje de inmediato cuando el escucha percibe que se vulnera su identidad.

5) De significación connotativa. Es quizá uno de los más comunes. El uso de ironías, sarcasmos, o determinada entonación, puede llevar a causar errores de interpretación. Esto va íntimamente relacionado a los aspectos culturales pero se separan de los anteriores porque aunque se comparta una misma cultura, el significado connotativo dependerá de cada individuo.

Para que el mensaje sea captado de manera óptima se tendrían que eliminar los aspectos antes mencionados para que no exista ruido posible que lo limite o tergiversarse. Sin embargo, casi nunca es posible, puesto que se requeriría de una atención focalizada que pocas personas están dispuestas a aportar.

El lenguaje radiofónico debe considerar los factores antes mencionados, puesto que su principal herramienta es la palabra, los efectos de sonido y la música. Dicho en palabras de López Vigil (2005) «la radio es sólo sonido, sólo voz. Pero una voz triple: La voz humana, expresada en palabras. La voz de la naturaleza, del ambiente, los llamados efectos de sonido. La voz del corazón, de los sentimientos, expresada a través de la música». El silencio suele considerarse también como parte del lenguaje radiofónico, aunque también suele hacerse la aclaración entre el bache y la pausa, siendo la primera un error en la transmisión y que generalmente suele pasar desapercibido, a menos por supuesto, que sea un silencio muy prolongado; el segundo, la pausa, es la que forma parte del lenguaje. López Vigil (2005) dice al respecto que: «hacer pausas es tomarse el tiempo necesario para subrayar una frase o una situación... Todas las emociones se intensifican con pausas oportunas que las siguen o preceden». De manera que las pausas son importantes para crear atmósferas, una ambientación que ayude a

imaginar e interpretar de manera acertada el mensaje. Es importante señalar que las pausas no deben considerarse completamente por separado de los otros elementos, puesto que se intercalan con ellos para complementarse. Otros elementos propios del lenguaje radiofónico pero no supeditados exclusivamente al mismo son la claridad, la sencillez y la concisión, aunque en la actualidad, el uso del doble sentido y de palabras altisonantes, está llegando a formar parte del lenguaje radial, algo que no ocurre con tanta frecuencia en la televisión y, sí, en todo caso, en la prensa sensacionalista. El uso de metáforas, comparaciones, símiles, parábolas y demás figuras literarias, son utilizadas con frecuencia por los locutores radiales, puesto que sirven para reforzar la representaciones mentales de los mensajes transmitidos. Otros elementos que comparte el lenguaje radiofónico con la televisión y la prensa es el uso de atenuaciones, exageraciones y síntesis, de modo que permiten orientar la interpretación hacia fines específicos.

El contenido de la radio es sumamente diverso en cuanto a programación, se pueden encontrar desde programas musicales, de entrevistas, noticiosos, de opinión, educativos, culturales, deportivos, entre muchos otros, no obstante, las radios convencionales, al perseguir fines lucrativos, dejan en segundo término aquello que no genere grandes ingresos, como es el caso de la mayoría de los programas con contenido social. Esto, aunado a una verticalidad en la dirección de los programas y a una especialización del quehacer radiofónico, limitan el acceso a la sociedad (escuchas) a participar en la locución y planeación de los programas y contenidos, por lo que estos están sujetos a las líneas editoriales de las propias emisoras. Dentro del contenido temático y discursivo, se puede hacer una primera división en cuantitativo, que he mencionado es vasta la cantidad de información que puede encontrarse; y cualitativo, siendo donde radica el principal problema.

La calidad del contenido radiofónico presenta a su vez diversas variantes, por lo que generalizar y juzgar todo el contenido por igual sería tener una mirada reduccionista y poco crítica. Por tanto, para hablar de la calidad de los contenidos es menester abordarla desde las ausencias, es decir, desde aquella información que no está presente o, en todo caso, de la falta de diversificación de la misma.

## 4 - Historia y tipología de la radio

La radio apareció en algunos países latinoamericanos poco después de haber surgido en Estados Unidos, en el año de 1920, siendo Argentina, México, Puerto Rico y Uruguay, los primeros países en explotar este medio de comunicación como una forma novedosa de entretenimiento. Esto se logra por parte de la iniciativa privada, puesto que fueron sectores de las jóvenes burguesías quienes adquirieron el manejo de la radiodifusión. En el caso de México, además de la participación privada el Estado tuvo un injerencia importante en la radio a partir de 1921, aunque todavía no propiamente como radio pública, sino en la experimentación y emisión de algunas señales y programas. Arturo Merayo, en el libro *La radio en Iberoamérica: evolución, diagnóstico y prospectiva* (2007), elabora un cuadro determinando cuáles son las primeras estaciones radiales, (cuadro 1) mostrando que fue Argentina, en 1920, con la emisora *Sociedad Radio Argentina* el primer país en montar una radio, y Panamá fue el último, en 1934, con *Radio Miramar*.

El auge de la radiodifusión ocurrió rápidamente en Latinoamérica, y casi en todos los países a través de la iniciativa privada. Arturo Merayo comenta al respecto que:

Sólo Colombia, Paraguay, El Salvador y Venezuela comenzaron la aventura radiofónica de la mano de radios públicas: en Colombia, con HJN (más tarde llamada Radiodifusora Nacional) en 1929; en Paraguay, vinculadas a las necesidades estratégicas del ejército; en El Salvador, con Radio Difusora Nacional de El Salvador, una emisora cuyo identificador tenía las iniciales del presidente de la república AQM, Alfonso Quiñónez Molina; y en Venezuela, fruto de la decisión

de otro dictador, Juan Vicente Gómez.

**Cuadro 1 / Primeras radios en América Latina**

País	Fecha	Emisora
Argentina	27.08.20	Sociedad Radio Argentina
Bolivia	29.09.28	Radio Chuquisaca
Brasil	20.04.23	Radio Sociedade
Chile	26.03.23	Radio Chile
Colombia	07.08.29	HJN, Radiodifusora Nacional
Costa Rica	? .05.23	NRH, La Voz de Costa Rica
Cuba	22.08.22	2LC
Ecuador	? - 1926	Radio París
El Salvador	01.03.26	AQM
Guatemala	15.09.26	Radio Nacional, TGW
Honduras	? - 1928	La Voz del Trópico, HRV
México	27.10.21	XEH
Panamá	? .12.34	Radio Miramar
Paraguay	20.07.24	ZP5 Radio Paraguay
Perú	20.06.25	OAX
Puerto Rico	3.12.22	Radio Corporation of Puerto Rico, WKAQ
R. Dominicana	21.09.26	Radio Club Santo Domingo
Uruguay	19.09.22	Radio Paradizábal
Venezuela	23.05.26	Radio AYRE

Fuente: Merayo, 2007.

En todos los casos, en pocos años la iniciativa privada pediría ayuda a los gobiernos en turno para solventar las necesidades en la actividad, y, a partir de 1930, las radios públicas proliferaron en todos los países latinoamericanos.



#### **4.1.- La radio en Latinoamérica**

La popularidad de la radio fue tan vasta que pronto hubo diversos sectores de la población que vieron en ella una posibilidad para acercar información a una audiencia cada vez más dispuesta a pasar las horas frente al aparato receptor. Así, no nada más el sector privado, con sus fines comerciales, o el Estado, con una clara intención ideológica-social, participaron en la producción radiofónica. Por su parte, los sindicatos encontraron en la radio un medio para la difusión y fortalecimiento de una comunidad y de movimientos obreros, campesinos y demás. Países como Perú, Colombia y Bolivia, son los que destacaron en este sentido. Igual función cumplieron las primeras radios comunitarias, las cuales aportaron un espacio de expresión a diferentes movimientos sociales, grupos étnicos, y grupos de personas que hicieron del medio un difusor de informaciones alternativas promoviendo, entre otras cosas, tradiciones, costumbres y educación a sus escuchas. Las organizaciones no gubernamentales también vieron en la radio un medio para difundir información y construir una ciudadanía preocupada por determinados temas de interés local, regional o nacional. Si bien la diversificación de medios radiales ha sido vasta a lo largo de la historia, también es cierto que ha sido difícil mantener dicha diversidad cuando los medios no persiguen fines comerciales sino sociales. Las dictaduras militares en Argentina, Chile, El Salvador, Venezuela y demás países latinoamericanos, lograron, en su momento, controlar, aislar o desaparecer múltiples medios de comunicación. Aunque esto también existió y existe en países que no han tenido propiamente una dictadura militar, como México. El control de la información es esencial cuando se quiere mantener un *status quo*. La libertad de expresión ha sido uno de los principales problemas que ha enfrentado la comunicación, en sus múltiples facetas y, por

supuesto, la radial no ha quedado exenta. A partir de la masificación de la radio, tanto los gobiernos como la iniciativa privada han logrado orientar la construcción de los discursos mediáticos para controlar la opinión pública. Es por ello que las legislaciones a este respecto son muy variadas en América Latina, dependiendo del grado de democracia y de participación ciudadana que cada país posea, por lo que, por ejemplo, en países como Ecuador y Argentina, las leyes en materias de radiodifusión han logrado contemplar no sólo a los medios comerciales sino también a los comunitarios o a aquellos otros que persiguen fines sociales.

#### **4.1.1.- La radio en México**

De acuerdo a Fernando Mejía (Revista de Comunicación y Cultura, No.1, 2007), debido a las múltiples experimentaciones que se dieron en diferentes ciudades de México es difícil afirmar cuál fue la primera transmisión radial que se llevó a cabo en el país, no obstante, el autor hace mención de los primeros registros logrados, los que estuvieron vinculados a los festejos del centenario de la Independencia:

En agosto de 1921, el general Álvaro Obregón, Presidente de la República, visita el estado de Veracruz con motivo del centenario de la firma de los Tratados de Córdoba mediante los cuales se oficializa la independencia de México. Durante las fiestas conmemorativas se llevan a cabo fiestas populares, desfiles militares y de carros alegóricos, demostraciones de aviación, carreras de autos, funciones de teatro y cine, conciertos y, por primera vez en México, transmisiones radiofónicas.

Así pues, múltiples experimentos se suscitaron entre 1921 y 1923, casi todos ligados al Estado, y mayormente a la iniciativa privada. De tal modo que en 1922:

[...] se encuentran, entre otros, Jorge Peredo, quien transmite desde su casa en el barrio de Mixcoac; Salvador Francisco Domenzáin, cuya emisora se localiza en Azcapotzalco; Juan Buchanan, que coloca su equipo transmisor en la colonia San Rafael; José Allen..., que transmite desde la calle de La Soledad; así como José de la Herrán, José Fernando Ramírez y Guillermo Garza Ramos, quienes experimentan desde las calles del Relox (hoy República de Argentina)... De manera simultánea a las transmisiones y experimentos efectuados en el Distrito Federal, se realizan muchos más en diversos lugares del país: Pachuca, Cuernavaca, Guadalajara (donde el señor Manuel Zepeda Castillo transmite desde los altos del Teatro Degollado), Morelia (con don Tiburcio Ponce que instala una emisora llamada "7 A Experimental"), San Luis Potosí, Chihuahua y Ciudad Juárez, entre otras poblaciones.

En 1925 y hasta 1930, la estación XEB que transmitía desde la Ciudad de México fue precursora en «lanzar artistas, estrenar canciones, apoyar a nuevos locutores, crear promociones» (Garza, 2004). No fue sino hasta el año 1930 que la radio en México adquiere carácter nacional e inclusive internacional con la entrada de la XEW, propiedad de Emilio Azcárraga Vidaurreta, y transmitiendo desde la Ciudad de México, convirtiéndose, dicha estación, en la más influyente del país desde sus inicios hasta la actualidad.

La radiodifusión fue creciendo y las posibilidades que brindaba fueron explorándose más ampliamente. Se menciona en uno de los pocos estudios locales sobre historia de la radiodifusión que, «fue un 12 de diciembre de 1931, cuando se realizó el primer control remoto de larga

duración: ¡17 horas seguidas! Desde la Basílica de Guadalupe. Lo realizaron el vate Ricardo López Méndez y Emilio Azcárraga Vidaurreta» (Garza, 2004).

En 1937 nace la radiodifusión universitaria con la estación de la Universidad Nacional Autónoma de México y, en 1938, surge la emisora de la Universidad de San Luis Potosí. Sus fines se enfocaron en el ámbito cultural, educativo y científico no obstante las precarias condiciones en las que se encontraban y la dificultad para la obtención de permisos por parte del Estado. Ello ralentizó el surgimiento de nuevas radios universitarias hasta los años setenta cuando las políticas cambiaron a este respecto.

En 1947 la XEW implementó la incorporación de testimonios en vivo abriendo múltiples posibilidades que, entre otras, le daban un giro a los formatos de transmisión vistos hasta ese momento, lo que se considera como «un recurso clave en la construcción de la credibilidad de la información radial y, también, un antecedente fundamental de las posibilidades de inclusión de la voz de los ciudadanos en las nuevas condiciones de la esfera pública mediática» (Winocur, 2002: 58).

La aparición de la frecuencia modulada (FM) en 1952, significó uno de los momentos más importantes de la radio, como lo comentan Gabriel Sosa y Perla Rodríguez (2007: 253), «el crecimiento de las emisoras de FM fue, sin embargo, lento a causa de la escasa venta de receptores. De un lado, la mayoría de ellos no incluían esa banda por su elevado coste; por otro, no todos conocían o estaban convencidos de las bondades de este nuevo tipo de radio». Acaso llevó algo de tiempo su consolidación, no obstante, el número de emisoras radiales creció rápidamente de modo que para «1985, según datos de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) funcionaban en el país 856 emisoras en total, 660 de amplitud

modulada y 196 en frecuencia modulada» (Rebeil, 2000). Pero datos más actualizados presentados por la Comisión Federal de Telecomunicaciones (COFETEL) muestran que a diciembre de 2009 existen 1494 estaciones de radio tanto en amplitud como en frecuencia modulada, divididas en estaciones permisionadas y concesionadas (cuadro 2).

#### **4.1.1.1.- La radio en Nuevo León**

En 1921, el ingeniero Constantino de Tárnava lanzó al aire la TND (Tárnava Notre Dame, en alusión a la universidad donde estudió) en Monterrey, antes que la XEB y la XEW existieran. De acuerdo a Ramiro Garza (2004):

En 1921, en la sala de su casa ubicada en las calles de Guerrero y Padre Mier en la ciudad de Monterrey nació la primera estación de radio en Latinoamérica: TND, Tárnava Notre Dame. Un transmisor sencillo de unos cuantos watts, hizo el milagro: Todo se escuchó en receptores primitivos de audífonos que el mismo Ing. Constantino de Tárnava había repartido entre sus conocidos y parientes. Ya en 1923 recibió el permiso oficial de transmisión y se convirtió en CYA y años después sería XEH.

La XET es la segunda estación en monterrey, e inicia transmisiones el 19 de Marzo de 1930, se encontraba ubicada en las calles de Hidalgo y Galeana y era propiedad de Emilio Azcarraga Vidaurreta quien poco después iniciaría la XEW en la Ciudad de México. En abril de 1931 inicia transmisiones la XEFB de Gilberto Quintanilla y Alejandro Stevenson. Un ejemplo interesante

**Cuadro 2 / Número de estaciones de radio en México<sup>45</sup>**

No.	Entidad Federativa	Permisos			Concesionarios			Totales	
		AM	FM	Radio	AM	FM	Radio	AM	FM
1	Aguascalientes	1	4	5	11	4	16	12	8
2	Baja California	2	5	7	32	30	63	34	35
3	Baja California Sur	2	0	2	12	10	22	14	10
4	Campeche	5	1	6	9	2	14	14	3
5	Coahuila	2	22	24	37	27	67	39	49
6	Colima	0	2	2	10	5	17	10	7
7	Chiapas	9	8	17	26	7	35	35	15
8	Chihuahua	2	2	4	52	27	81	54	29
9	Distrito Federal	2	6	10	25	22	48	27	28
10	Durango	1	3	4	18	2	23	19	5
11	Guanajuato	2	3	5	36	14	57	38	17
12	Guerrero	7	2	9	24	11	42	31	13
13	Hidalgo	7	6	13	6	4	12	13	10
14	Jalisco	2	16	18	44	25	73	46	41
15	México	5	7	12	13	8	21	18	15
16	Michoacán	4	18	22	36	6	49	40	24
17	Morelos	1	6	7	3	14	17	4	20
18	Nayarit	2	1	3	16	3	20	18	4
19	Nuevo León	1	16	18	28	23	51	29	39
20	Oaxaca	12	32	44	22	6	31	34	38
21	Puebla	1	9	10	21	14	35	22	23
22	Querétaro	2	2	4	9	7	17	11	9
23	Quintana Roo	4	5	9	9	2	17	13	7
24	San Luis Potosí	2	2	5	19	8	28	21	10
25	Sinaloa	2	3	5	35	10	50	37	13
26	Sonora	2	34	36	51	28	84	53	62
27	Tabasco	2	2	4	16	7	24	18	9
28	Tamaulipas	3	16	19	42	48	73	45	44
29	Tlaxcala	0	2	2	2	2	4	2	4
30	Veracruz	3	8	12	67	24	102	70	32
31	Yucatán	2	9	11	15	6	25	17	15
32	Zacatecas	0	1	1	13	4	17	13	5
Totales		92	253	350	759	390	1235	851	643

45 Fuente: COFETEL. Las diferencias en las sumas de las radios se debe a que no se muestran las señales de onda corta ni los canales adicionales en FM para estaciones de AM.

del tipo de orientación cultural de la radio en Monterrey, es el programa “Monterrey habla”, uno de los primeros programas de entrevistas que se realizaron en la ciudad, dirigido por Daniel Mir desde la XET en 1948. El conductor entrevistó a numerosos regiomontanos de clase media y alta, presentados siempre como ejemplo de éxito basado en el trabajo y esfuerzo personal, ideología altamente arraigada en la cultura regiomontana. Las opiniones y concepciones vertidas por los entrevistados, hacen gala de una autoproyección como hombres *hechos a sí mismos*. (Palacios; 2007).<sup>46</sup>

El objetivo de la radio, tanto nacional como localmente, ha tenido fines comerciales desde sus inicios. Hasta diciembre de 2009, en Nuevo León, se contabilizaban 68 estaciones radiales, de las cuales sólo 17 son permisionadas y vinculadas principalmente al sector público (cuadro 2).

#### **4.2.- Tipología de la radio**

Como medio de comunicación, los objetivos de la radio son diversos y dependerán de la intencionalidad del medio en cuestión, así como de la manera en que presentará la información y elegirá difundir determinados contenidos. Por ello es que se puede establecer una tipología de la radio que dependerá en una primera instancia del marco legal vigente en México y; en una segunda, de las metas trazadas por cada medio. Una primera división es en dos tipos de radios: las permisionadas y las concesionadas; el tercer tipo es el de las alternativas<sup>47</sup> que usa la red de

46 Lyliá Palacios, “De la cultura de trabajo a la cultura de la competitividad”, en Víctor López Villafañe (coord.) Apertura y globalización. *De la crisis de 1982 al fin de siglo*, Ed. Fondo Editorial Nuevo León, 2007.

47 Si bien a las radios comunitarias también se les ha llegado a denominar alternativas, para el caso de la presente investigación se ha preferido utilizar el término desde el punto de vista de la operación técnica para designar a

internet para su difusión y; el cuarto, son aquellas que están en la ilegalidad. Cada tipo tiene a su vez divisiones que se explicarán más adelante, por el momento, cabe especificar que dicha tipología se sustenta por el marco legal, pero además por sus contenidos, objetivos, formatos, discursos y formas de organización al interior del medio.

Llegado este punto, surgen algunas preguntas que sería necesario contestar, ¿cuáles son los parámetros que permiten que una estación de radio pertenezca a un tipo de clasificación determinado?, ¿cómo se pueden distinguir al encender la radio? Aunque en la clasificación que se presenta aparecen algunos tipos cuyas diferencias son muy sutiles, se tratará de ser lo más específico posible para evitar que sea confusa.

Por tanto, y hablando de aquellas radios que están dentro del marco legal, pueden clasificarse de acuerdo a la estructura que conforma cada tipo; de modo que las radios permitidas presentan dos subcategorías, las públicas y las comunitarias (haciendo la aclaración de que ambas no son reconocidas en la ley como tales). Por otra parte, de las concesionadas sólo se desprenden las comerciales (esquema 2). Así, generalmente, cuando uno enciende el radio, son estas últimas las que proliferan en el espectro radioeléctrico, por lo que hacer una distinción no solamente es pertinente, sino necesario. Regresando a la subdivisión de las permitidas, en las públicas se encuentran las radios universitarias y las estatales, y dentro de las comunitarias están las populares, ciudadanas, indígenas, religiosas y de organizaciones no gubernamentales. Por su parte, dentro de las alternativas se encuentran las que proponen las nuevas tecnologías como la radio por internet. Cabe mencionar que éstas últimas pueden subdividirse, sin embargo, la presente investigación plantea concentrarse en aquellas que caben en la legislación vigente.

---

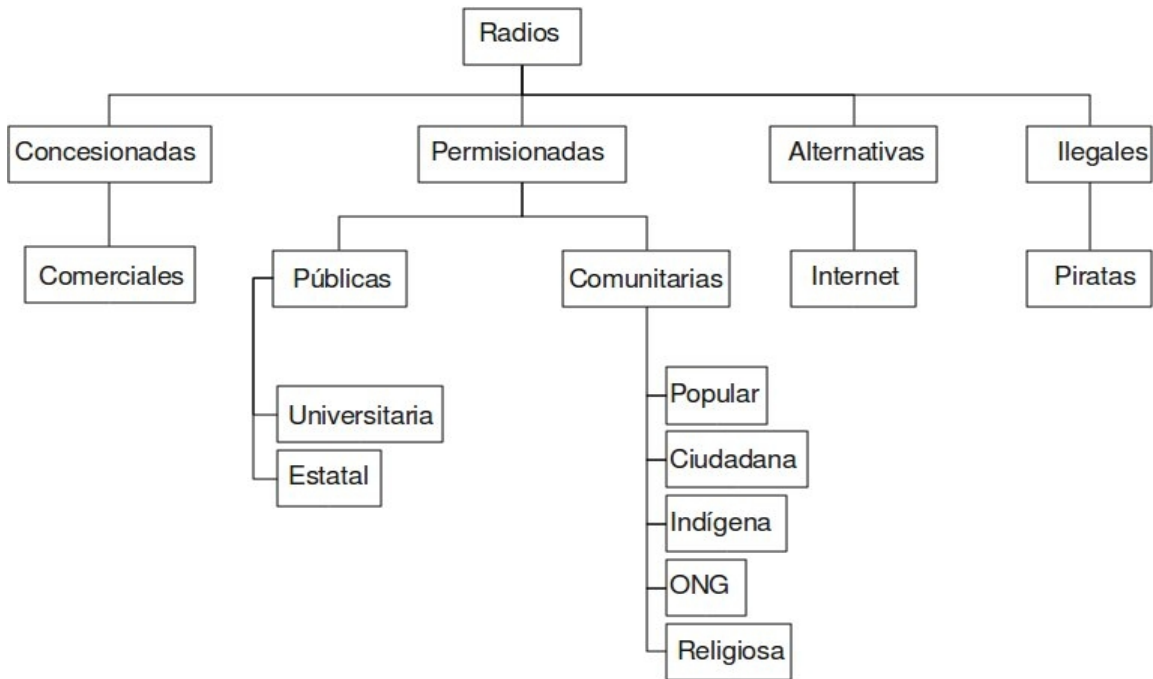
aquellas radios que presentan métodos poco convencionales de transmisión.



Si bien ya existen tipologías realizadas por otros autores como José Luis Aguirre, Jaime Reyes, Carlos Arroyo, Andrés Geerts y Víctor van Oeyen, entre otros, de quienes tomo las debidas referencias para la propuesta de la presente investigación, es importante señalar que es preciso la elaboración de una tipología propia que considere el contexto específico en el que se presentan, es decir, el mexicano, y que permita dilucidar las posibles confusiones en torno a los diversos tipos de radios comunitarias.

Dicho lo anterior, es que a continuación se definen las siguientes:

### **Esquema 2 / Clasificación de la radio**



#### **4.2.1.- Radios concesionadas**

En México, del mismo modo que ocurre en gran parte del mundo, las radios concesionadas son las que ocupan el mayor espacio en el espectro radioeléctrico. Según la Ley Federal de Radio y Televisión, las concesiones son otorgadas a través de licitación pública y su objetivo consiste en instalar, operar, usar, aprovechar o explotar el espectro radioeléctrico en el territorio nacional, para lo que se otorga una concesión a una persona física o sociedades, siempre y cuando sean de nacionalidad mexicana, para aprovechar dichos recursos hasta por veinte años, y, al cabo de este tiempo, dicha concesión puede renovarse hasta por un período igual de tiempo. Por tanto, los concesionarios son prestadores de servicios al ocupar un bien nacional, es decir, no es que los concesionarios sean dueños del espectro por el cual transmiten sus señales sino que únicamente hacen usufructo del mismo por un tiempo determinado, en caso de contravenir lo que dicta la propia ley en materia de radiodifusión, la concesión puede ser revocada.

Al utilizarse un bien de la nación, su uso tendría que ser principalmente social y cultural, lo que no significa que tengan que limitarse a ello puesto que la misma ley prevé las posibilidades para que el medio en cuestión pueda ampliar sus contenidos siempre y cuando no afecten intereses nacionales.

Las concesiones a las radios comerciales generalmente son otorgadas a empresarios con la suficiente capacidad económica como para adquirir la infraestructura óptima y el contratar personal requerido para el desarrollo del medio.

Son las concesiones, además, las únicas que tienen la posibilidad de acceder a recursos por medio de la venta de espacios y de publicidad, lo que llevó a convertirse a este tipo de radio

en un medio muy popular de comercialización de servicios y mercancías.

#### **4.2.1.1.- Radio comercial**

Como parte de las radios concesionadas, la comercial es la más conocida. Sus intereses son tanto económicos como de incidencia en la sociedad, entendida ésta como una forma de culturizar mediante la reproducción y/o difusión de un discurso hegemónico cada vez más orientado al consumismo y la banalización, que enaltecen el individualismo y rebaja la solidaridad a acciones asistencialistas. Darío Ramírez Salazar (UNESCO; 2008: 176) comenta al respecto que:

La discusión de la transformación de los medios va más allá de la simple forma de hacer la noticia. Se inserta -cada vez más- el elemento económico a la hora de formular la información. Esto nos lleva, inevitablemente, a revisar si los encargados de los medios son periodistas o bien, éstos se comienzan a volver encargados de negocios que valoran simplemente “qué se venderá más” y no la selección de las noticias por su calidad.

Si bien el tema económico es relevante para la sostenibilidad de los medios de comunicación, tampoco debería pensarse en éste como el único fin. El locutor de la radio comercial, salvo casos excepcionales, tiene poco margen de libertad de expresión supeditándose a la línea editorial de la estación. Si bien la radio comercial es la que ha tenido una mayor difusión y posibilidades de incidencia social, ha sido también la que, históricamente, menos cambios ha tenido en su estructura, esquemas y contenidos a pesar de los constantes cambios sociales de nuestro entorno, por lo que se ha quedado rezagada y ha olvidado por completo su función de interés público, si

bien también es la que tiene mayor acceso al financiamiento y a la tecnología y por ende se propone como innovadora en cuando calidad de transmisión.

Lo económico es el principal eje que motiva a las radios comerciales, pero su éxito principal consiste en hacer del entretenimiento el motor que la sustenta socialmente (lográndolo primordialmente a través de la difusión de música), de tal manera que presenta una gran variedad de programas para todo tipo de audiencia, lo que ha significado mantener a lo largo del tiempo a un público cautivo que, al no conocer otras opciones, alternativas y esquemas, mas que los reproducidos por los mismos medios comerciales, difícilmente accede a otras formas de comunicación.

Debido a la gran difusión y promoción de los medios comerciales es que se han convertido en uno de los principales formadores de opinión pública, valores y sistemas de pensamiento. Tanto, que han logrado, junto con la televisión y los periódicos, imponer estilos de vida y modificar las dinámicas sociales de acuerdo a sus propios intereses.

#### **4.2.2.- Radios permisionadas**

Dentro de las radios permisionadas caben todas aquellas que no persiguen fines de lucro, porque su objetivo es brindar un servicio social a la población. Esto se logra a través de transmitir información educativa, noticiosa, cultural, social, entre otras. Las radios permisionadas tienen a su vez la limitante de no tener acceso a grandes recursos ya que la publicidad está limitada y, en la mayoría de los casos, es inexistente, por lo que no es posible considerarlas como competencia

de la radio comercial.

Cabe destacar que la Ley Federal de Radio y Televisión engloba sin distinciones en esta categoría tanto a las radios públicas (todas aquellas ligadas a las instituciones públicas) como a las radios comunitarias, lo que coloca a ésta última en situación de desventaja legal y económica debido a que el Estado y las instituciones tienen acceso a recursos públicos que permiten por lo menos un mediano funcionamiento de esas radios y, por el contrario, las comunitarias, que no reciben ningún tipo de apoyo estatal, legalmente quedan imposibilitadas para adquirir recursos que no sean mediante donaciones y aportaciones de la misma gente vinculada al medio o de algún tipo de asociación no gubernamental.

En esta gran división se encuentran las radios públicas: estatales y universitarias; y a las comunitarias: populares, indígenas, ciudadanas, religiosas y de las organizaciones no gubernamentales.

#### **4.2.2.1.- Radio pública**

Se conoce como radio pública a todas aquellas que están ligadas a alguna institución, ya sea gubernamental, paraestatal, o educativa. Lo que las diferencia del resto de las radios permitidas, además del vínculo institucional y lo que ello significa en términos económicos, es el contenido, la estructura interna con la que funcionan y el discurso que manejan. Así, dentro de la radio pública puede verse el predominio de los mismos esquemas que manejan las radios comerciales en cuanto a formatos, dirección de la gestión del medio, contenidos oficiales y un

discurso que fomenta la continuidad de hábitos, costumbres y valores hegemónicos. Esto en términos generales, aunque existen excepciones, principalmente en lo que a radios universitarias se refiere, que dependerán más de los propios valores de la institución en cuestión. No obstante, toda radio pública, según sus leyes, tendría que tener como finalidad una función social, objetivo que muchas veces no se cumple del todo. Arturo Merayo (2007) nos presenta una definición al respecto:

[...] lo que a mi juicio convierte de verdad en pública a una emisora no es tanto el régimen de propiedad como sus contenidos cuando éstos se orientan verdaderamente a la construcción de ciudadanías. Por eso es posible que una emisora pertenezca al Estado y no cumpla la finalidad propia de las emisoras públicas si realmente sirve a los intereses de un grupo particular.

El posicionamiento anterior es compartido, sin embargo, y al igual que lo propone Merayo, la función social y su relación con las instituciones es lo que determina a la radio pública, más allá de las enormes deficiencias que se presentan en la realidad en muchas ocasiones.

#### **4.2.2.1.1.- Radio universitaria**

La radio universitaria si bien se presenta dentro de un espacio muy delimitado al funcionar al interior de una institución educativa, tiene una importancia determinante al ser promotora de una orientación político/social que, invariablemente, repercute principalmente en el estudiantado de las universidades al convertirse en emisores, pero también en el resto de la población académica

y en la población general como receptores. Así, la radio universitaria es comúnmente la primera aproximación a un proceso comunicativo por parte de jóvenes cuya preparación académica les posibilita una herramienta para experimentar en materia de producción, contenidos y estéticas. Las posibilidades que brinda este tipo de radio son múltiples y dependerá de las libertades editoriales que la institución respete a los estudiantes y a la comunidad académica.

De acuerdo a Daniel Cazés (Álvarez Enríquez; 1999: 28), «en 1968 la transmisora de la UNAM fue la única abierta a la información veraz y a la crítica mientras permaneció en el aire entre julio y septiembre, hasta que fue silenciada con la toma militar de Ciudad Universitaria». La labor educativa, cultural, crítica y reflexiva de la radio universitaria se ha convertido en un elemento imprescindible para toda institución educativa que busque mejorar su calidad, aunque también es preciso mencionar que, en la actualidad, son pocas las universidades que le dan la importancia merecida, y, en muchas ocasiones, es solamente parte de los requisitos académicos, pues distan mucho de tener contenidos óptimos y su calidad está por debajo de los estándares de cualquier medio público.

#### **4.2.2.1.2.- Radios estatales**

En México, la historia de la radio gubernamental se remonta al año 1923, cuando «sale al aire CYZ, planta de los Establecimientos Fabriles Militares, y dos estaciones gubernamentales más, la CZA y la CZZ» (Rebeil, Alva y Zárate, 1989). La función principal de la radio estatal en aquel entonces consistía en la transmisión de conciertos, noticias y conferencias científicas y literarias.

Dicha función fue ampliándose conforme los avances tecnológicos se hicieron presentes, no solamente por el mejoramiento en los equipos de producción radiofónica, sino, principalmente, por el mayor acceso a la radio por parte de la sociedad. Según Pablo Arredondo, la primera radio estatal es la XEJB y surge en Jalisco en febrero de 1941. Los objetivos son, de acuerdo a la Ley en materia de radiodifusión, el apoyo a la educación popular, la difusión de la cultura estatal e internacional, informar veraz y oportunamente al auditorio, vincular económica, política y culturalmente a los habitantes de la entidad, y proporcionar esparcimiento sano y de calidad al auditorio. En la práctica, las radios estatales, presentan una programación diversa dependiendo de la localidad donde se sitúen, aunque se pueden encontrar algunas generalidades en común como la promoción de la música mexicana y regional, los programas de servicio a la comunidad, los programas educativos, infantiles, literarios, y por supuesto, oficiales. Uno de los principales problemas de las radios estatales es la verticalidad de la propuesta radiofónica, donde si bien se abordan temas que son importantes para la sociedad regional, las soluciones que se plantean son comúnmente con una óptica paternalista e impositiva. Otro problema en muchos de los casos es la falta de creatividad para la producción de los programas, que en más de una ocasión terminan por alejar al auditorio debido a la falta de dinamismo y alto grado de monotonía. Un problema más que se presenta con mucha frecuencia ocurre al abordarse los temas artísticos, no nada más por la solemnidad que se suele utilizar, sino también porque, en ocasiones, se le concibe a partir de definiciones complejas, obsoletas, y de difícil comprensión para la mayoría de los escuchas, convirtiéndolo en una temática elitista y de difícil acceso.<sup>48</sup>

---

48 También es común que la audiencia de las radios estatales tengan poca o nula participación e incidencia en los contenidos y estructuras de los programas y contenidos, manteniéndose al margen simplemente como escuchas cautivos debido a la falta de propuestas de los medios comerciales.



#### **4.2.2.2.- Radios comunitarias**

La definición de radio comunitaria se extenderá un poco más para esclarecimiento de nuestro objeto de estudio. Su objetivo es el brindar un espacio donde la gente pueda expresarse libremente y brindar una información alterna a la oficial, tratando de cubrir los espacios que los medios de comunicación convencionales dejan de lado, y escapando al establecimiento de la agenda de los grandes consorcios de comunicación, pero más allá de ello, la radio comunitaria busca mejorar la calidad de vida de las personas a las que sirve, que son a su vez quienes hacen el medio en cuestión, por tanto, la radio comunitaria requiere de una organización por parte de la comunidad, no solamente porque es la que les da legitimidad, sino porque es en la organización donde encuentran la fortaleza para sacar adelante un proyecto que en ocasiones dura poco debido a las grandes barreras que con las que se encuentran en el camino.

La posición de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) es muy clara en este sentido:

[una] de las características de las radios comunitarias es la relación que establecen con su audiencia. Las radios comunitarias son proyectos fundamentalmente antisistémicos, ya que se organizan y construyen con una lógica que no es la del mercado, pero tampoco es la dinámica del estado. (Diez, Bermúdez, Correa y Jiménez, 2008).

Su funcionamiento interno es muy diverso, pero independientemente de esa diversidad, la toma de decisiones dentro del medio comunitario siempre considera a la gente involucrada en el mismo. Los contenidos y formatos generalmente están trazados por un objetivo común que han

elaborado los mismos colaboradores, pero están abiertos a modificar sus estándares. Al no tener fines de lucro, tienen mayores posibilidades de experimentación y de flexibilidad, por lo que suelen involucrar a diversos grupos y movimientos sociales afines para que formen parte del medio. Las modalidades en que se presenta son variadas como se mencionará más adelante, muchas de estas brindan una información contrahegemónica que las coloca en una situación conflictiva con los grupos de poder, llámense Estado, empresarios, caciques o cualquier otro.

Uno de los principales problemas que enfrentan las radios comunitarias es el escaso reconocimiento por parte de las autoridades legales y políticas, así como la desventaja legal en la que se encuentran al no contar con un marco regulatorio claro. Lo que significa que aquellos que colaboran dentro del medio no son reconocidos como periodistas y se encuentran desprotegidos de cualquier conflicto relacionado con su quehacer. Otra dificultad radica en la obtención de recursos para solventar los gastos que propone una radio comunitaria, al estar sumamente limitadas por las leyes en cuanto a la venta de espacios publicitarios la mayor parte de los recursos provienen de la propia comunidad a la que sirven y de los propios integrantes del medio en cuestión.

Cabe hacer la aclaración que debido a las dificultades para la obtención de los permisos y la negativa por parte del Estado para otorgarlos, muchas de las radios comunitarias permanecen en la ilegalidad, lo que no significa que sean piratas y lo que tampoco significa que todas aquellas que sean ilegales sean comunitarias, esto se definirá más adelante.

#### 4.2.2.2.1.- Radio popular

Andrés Geerts y Víctor van Oeyen (2001) comentan que la radio popular:

[...] surge a partir de dos vertientes: una católica que nace a partir de las experiencias de la radio educativa y otra sindical, que tiene su origen en las emisoras mineras en Bolivia de los años 50 y 60. Ambas quieren responder al permanente y creciente clamor latinoamericano por la justicia y la paz. Ambas aportan experiencia e inspiración en el desarrollo de la radio popular. Por un lado está la lucha reivindicativa política inspirada por los ideales socialistas, por otro el compromiso social basado sobre la Teología de la Liberación y la Pedagogía Liberadora de Paulo Freiré. El encuentro entre ambas vertientes se da hacia fines de los años 70 y principios de los 80, cuando de hecho se acuña el término «Radio Popular».

Al igual que sucede con la radio comunitaria, la radio popular es otra de las que tienen una difícil clasificación, y diferentes autores han de debatir su definición, puesto que si bien toda radio comunitaria e indígena es popular, hay algunos que la separan, en este caso, debido a que aquella tiene objetivos, problemáticas y situaciones específicas. Así, se engloba para este caso dentro de la radio popular a aquellos medios sociales ligados no a una comunidad geográficamente determinada, sino a un grupo social determinado que se une en torno a una particularidad. De este modo, los grupos de trabajadores, sindicalizados o no, que constituyen una radio en torno a su área de trabajo constituyen una radio popular. Generalmente dichos medios tienen un alcance muy limitado, puesto que se instalan dentro del rango de su desempeño laboral y abordan temas relacionados con el mismo, así como algunos otros temas sociales que les sean de interés. La

conformación de una radio popular depende de los mismos trabajadores, así como sus contenidos y su estructura interna, aunque generalmente son muy limitados.

#### **4.2.2.2.2.- Radio ciudadana**

Dentro de la radio ciudadana se encuentran dos vertientes, la primera, se refiere al medio que busca la ciudadanía, su funcionamiento interno es igual al de cualquier otra radio comunitaria, no obstante, la diferencia radica casi siempre en que surge a partir de un proceso de conciencia acerca de las diferentes problemáticas sociales y no debido a necesidades inherentes a una comunidad en específico. Suele además estar inserta en ciudades grandes o medianas, atendiendo no a una comunidad en particular sino a un auditorio mucho más amplio, es, pues, una radio comunitaria urbana que intenta hacerse de un público por medio de la concienciación social. Según Arturo Merayo (2007):

Para analizar si una radio está ligada o no a la construcción de ciudadanía es sustancial el manejo de la información. Si refleja la mayor verdad posible en la información que transmite, si trata de hacer periodismo de opinión e interpretativo, si hace seguimiento a las noticias, si utiliza diversidad de fuentes para una misma noticia estamos ante una radio ciudadana.

Existen diversos autores que utilizan los términos radio comunitaria y ciudadana de manera indistinta, puestos que ambos persiguen fines comunes. A este respecto, la AMARC (Calleja y Solís, 2005) señala que fue en los años 80 cuando el concepto de radio comunitaria amplió su

definición a la de radio ciudadana, llamándose así porque su misión se relaciona directamente con el ejercicio de los derechos ciudadanos. Siguiendo con esta idea, Ernesto Lamas y Claudia Villamayor comentan que, «las radios comunitarias y ciudadanas son espacios de recomposición del tejido social, son lugares de representación de diferentes identidades culturales y de construcción de la democracia, pues ejercer ciudadanía es dejar de ser neutrales» (Citado en Calleja y Solís, 2005).

Pero, por otro lado, y en contraposición a las definiciones antes mencionadas se encuentra una segunda vertiente de interpretación de la radio ciudadana, que consiste en la radio personal que suele tener un dueño, quien dicta la orientación y línea editorial del medio en cuestión. En este sentido, no aspira a ser un medio democrático, sino por el contrario, suele ser un medio que gusta de manipular la información en torno a intereses particulares. De este modo, cualquier persona puede montar su propia radio, para sus propios fines, desde un ciudadano común, pasando por los empresarios o políticos, hasta gente vinculada con las instituciones religiosas. Su fin no es lucrar económicamente pero sí socialmente al dirigir de manera determinada su contenido, en cuanto a forma y fondo. Aquí, por tanto, baste hacer una aclaración por demás pertinente, pues entendida en esta segunda variante, el término radio ciudadana no significa que busque la ciudadanía, sino que pertenece a un individuo, a un ciudadano. Suele confundirse, porque se vende como una radio comunitaria aunque no lo sea, puesto que no busca la construcción de ciudadanía. Para el caso que compete a este documento, se optará por entender como radio ciudadana este segundo sentido y, para el primero que se mencionó, se preferirá el término de radio comunitaria.

#### **4.2.2.2.3.-Radio indígena**

La radio indígena surge a partir de la necesidad de reivindicación de los grupos étnicos, del rescate de la lengua y, principalmente, debido al alto nivel de necesidades de los diversos grupos y a la poca relevancia que tanto medios convencionales como medios públicos dan a los pueblos indígenas. Por tanto, en México, se encuentran radios que transmiten en lengua triqui, purépecha, nahuatl, mazateco, otomí, totonaca, entre otras. Sus objetivos son la recuperación de la propia cultura, la difusión de mensajes e información de diversa índole, la ayuda social, entre otras. Cabe mencionar que existen también iniciativas gubernamentales y de diversas instituciones para abrir radios en lenguas indígenas, no obstante la diferencia principal reside en que la radio indígena, es una radio autogestiva, que es conformada en cuanto a colaboradores, contenidos y estructura por la misma comunidad donde se encuentra ubicada. En el caso de las radios institucionales en lengua indígena esto no siempre se da, y los contenidos, formatos y directrices vienen de la propia institución, lo que limita en gran medida las posibilidades de abordar problemáticas determinadas y, en todo caso, se enfocan más en aspectos culturales y tradicionales.

#### **4.2.2.2.4.- Radio de organizaciones no gubernamentales (ONG)**

La radio de las ONG nacen con el desarrollo de una sociedad civil más organizada. Principalmente a partir de la década de 1960, diversos organismos y asociaciones civiles se han

interesado en, a través de un medio de comunicación, difundir información que coadyuve a mejorar la calidad de vida de la sociedad. Por supuesto que dentro de las organizaciones civiles se pueden encontrar de todas las tendencias y orientaciones ideológicas, lo que representa una pluralidad muy interesante, limitada solamente por los intereses políticos que son los que al final determinan el otorgamiento de los permisos radiales. Otro rasgo característico de la radio de las ONG es la gran diversidad de contenidos que presenta, pues se puede encontrar un medio especializado en mujeres, niños, cultura general, arte, entre muchos otros temas, tratando siempre de profundizar y mostrar la gran cantidad de información que existe al respecto. En este sentido, se pueden encontrar radios que brindan información de manera más institucional y formal, así como aquellas que gustan por mostrar una información alternativa a la ofrecida por el grueso de los medios de comunicación.

#### **4.2.2.2.5.- Radio religiosa**

Las radios religiosas se presentan de diversos modos dependiendo de la religión, secta o culto, así como de la zona geográfica donde se ubique la estación y por supuesto del contexto social de la comunidad. De acuerdo a Tito Ballesteros (2008), en lo que respecta a las radios católicas se pueden encontrar tres tipos de clasificaciones. La primera es aquella que propone la evangelización explícita, «La emisora es un medio de comunicación eclesial directo. Vertical. Con una carga evangelizadora que privilegia lo espiritual, los actos piadosos, los tonos lentos, la música religiosa. El culto». La segunda las ubica como radios implícitas, sociales y culturales:

Suelen ser radios con otra interpretación de la evangelización. Su dinámica es más social. Escasamente presentan signos eclesiales. Su comunicación interna es más circular. Es menos parecida al orden jerárquico y con mayor participación de una «asamblea» que en este caso está representada por el bombero, el transportador, el sacerdote, la madre soltera, los ambientalistas, educadores, etc.

Y la tercera a la que llama intermedias:

Su norte no es el sur. Es la mezcla. Está fusionada entre el culto y lo social. Su identificación se visualiza de manera más clara en la Parrilla de Programación. Pero, en últimas es una mezcla de todo. Su identidad no está claramente definida y cada semana nace una pregunta sobre la conveniencia de pasar esto o aquello, de emitir una canción, de vender o no publicidad, en fin. No tiene un espíritu concreto y palpita con la necesidad del día.

Como se mencionó anteriormente, se suele identificar a aquellas radios católicas que tienen un sentido social más amplio con la doctrina de la Teología de la Liberación, puesto que usualmente son estas las que tienen un mayor vínculo con las comunidades.

#### **4.2.3.- Radios alternativas**

Quizá una de las definiciones más difíciles sea la que presenta la radio alternativa. Ello se debe a



que algo es alternativo en contraposición a otro algo que no lo es, es decir, se es alternativo a algo convencional, oficial o común, dependiendo de cómo se aplique el término. «Lo «alternativo» no implica necesariamente una propuesta comunicacional y de sociedad propia, sino una oferta que es «otra» y difiere de los medios comerciales y dominantes» (Geerts y van Oeyen, 2001). Así, se encuentran dos variantes en las definiciones del término: una, en el contenido; y la otra en la forma. Con la primera nos referimos a una radio independiente, plural, democrática, donde la participación social es posible, con un discurso crítico o contrahegemónico y por ende, con contenidos diversos y diferentes al que presentan las radios convencionales. La segunda se relaciona con aquellos medios convencionales que presentan nuevos (o diferentes) modelos en los formatos de los programas o en los contenidos, sin que ello represente (aunque pudiera ocurrir), una diferencia sustancial con los contenidos y la orientación de la comunicación.

Todos los tipos de radios pueden entrar en esta clasificación, desde la comunitaria hasta la convencional, dependiendo de la interpretación que se haga de lo alternativo.

Por otra parte, la nueva modalidad de radio por internet también se ve inmersa en esta problemática, puesto que si bien la presentación por dicho medio presenta características que claramente la definen como alternativa por el hecho de ser vía web, porque cualquier persona puede montar su propia radio, así como porque la mayoría son independientes, entre otras cosas.

No obstante, en la presente investigación, se adopta la primera definición de radio alternativa, con el objetivo de marcar una diferencia significativa de las radios convencionales que, por lo general, proponen esquemas tradicionales pero además, se incluye en la definición a aquellos medios de comunicación que escapan por completo a las formas tradicionales, en este caso, las radios por internet.

#### **4.2.3.1.- Radio por internet**

La radio por internet es una de las nuevas modalidades de radio que han surgido gracias a la tecnología informática y a la globalización. Quizá, el tema dé para una disertación y clasificación propia debido a la gran diversidad de opciones que se pueden encontrar en la web, no obstante, en lo particular, abordaré de manera limitada el tema únicamente por la importancia que ha tenido en los últimos años.

La internet se ha convertido, a partir del correo electrónico, los blogs, las redes sociales, y algunas otras páginas, en una herramienta esencial para que cualquier ciudadano pueda participar activamente en cualquier asunto que desee. Así, las radios por internet nacen a raíz de la facilidad técnica con que se puede montar una estación radial vía web. Los costos de producción se ven reducidos de manera importante cuando no se tiene que mantener un transmisor y cuando no se requiere sacar un permiso para la transmisión. Puesto que no hay limitantes a ese respecto es que han surgido por lo menos en los últimos cinco años decenas, sino es que cientos de estaciones de radios en internet en México. Las dificultades son menores que las que tiene una radio de frecuencia pero similares en cuanto a la profesionalización del quehacer radiofónico. En México, por ejemplo, la únicas radios por internet que forman parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC) es SomosUno Radio, de Monterrey, Nuevo León; y Radio Guadalupe, del Distrito Federal, lo que ha significado un cambio importante en el reconocimiento de medios alternativos y en la construcción de comunidades virtuales. Por supuesto, dentro de internet se encuentran radios de todos los tipos: comunitarias, ciudadanas, religiosas, institucionales, culturales e incluso, radios individuales, donde una sola

persona se encarga del funcionamiento de su propia radio, de sus contenidos, crea su propio formato y demás. También es menester decir que los propios medios de comunicación convencionales han incursionado en el terreno de la web, de modo que les da la posibilidad de trascender las barreras nacionales de manera sencilla y con muchos mayores recursos que aquellas estaciones alternativas, pero donde, por lo menos en ese ámbito, se colocan en una posición más similar a éstas en cuanto a competencia.

#### **4.2.4.- Radios ilegales**

La ilegalidad puede estar en todos los ámbitos y por supuesto las radios no son la excepción. Pero aquí se pueden encontrar dos vertientes, aquellos medios que permanecen en la ilegalidad porque no se dan las condiciones para convertirse en legales; y aquellos medios que han decidido permanecer en la ilegalidad por interés propio. De este modo, cabe mencionar que, de hecho, la mayor parte de las radios comunitarias en México han iniciado en la ilegalidad y muchas aún lo continúan haciendo, pero es menester decir que la mayoría de estas radios comunitarias ilegales no viven en esa condición por gusto, sino por la dificultad de obtener un permiso de transmisión. Existen casos documentados donde se ha visto que tanto los múltiples trámites y garantías, así como el nulo interés del Estado por otorgar permisos han ocasionado que las radios comunitarias estén durante años en la indefensión legal. Por ello es que se considera a México como uno de los países cuyo reconocimiento a los medios comunitarios es casi inexistente y donde no se garantiza una la libertad de expresión plena. Por otro lado, están a aquellas radios que han

decidido permanecer en la ilegalidad como una forma de explotar una actividad lucrativa, dichas radios son conocidas como piratas y se explican a continuación.

#### **4.2.4.1.- Radios piratas**

Las radios piratas no pueden pertenecer a ninguna de las clasificaciones anteriores por el simple hecho de que sus objetivos son vivir en la ilegalidad, lucrar plenamente con el quehacer radiofónico y, generalmente, robar un espacio del espectro radioeléctrico para concretar sus fines. A diferencia de las radios comunitarias, no surgen a partir de una organización social, sino en todo caso a partir de una búsqueda económica o política. Por supuesto que ninguna radio pirata permanece mucho tiempo al aire a menos que tenga por lo menos el apoyo de algún grupo de poder, o de algún personaje importante dentro de la función pública. Sus formatos, contenidos y estructura interna son similares a los de cualquier medio comercial, e incluso puede ocurrir que sus colaboradores no sepan que están en la ilegalidad. También generalmente tienen un área de cobertura limitada puesto que su intención no es causar un gran impacto social, sino que, en todo caso, es permanecer al aire por motivos tanto económicos como políticos, según sea el caso. Para ejemplificar lo anterior basta mencionar el caso de Radio Josna, en el Estado de México, propiedad del regidor municipal priísta de Nezahualcóyotl, Josué Nava, quien estableció la radiodifusora sin permiso, invadiendo la frecuencia 102.9 FM y pagándole a sus empleados con recursos del erario público. Los contenidos de la estación compiten con los de cualquier radiodifusora comercial y sus objetivos son principalmente políticos.

## **5. Discursos mediáticos y análisis de casos de radios comunitarias en México**

Hasta el día de hoy en el país son sólo 19 las radios comunitarias que cuentan con permiso, no obstante, según señala Aleida Calleja, vicepresidenta de la AMARC, son cerca de 200 las que se encuentran operando.<sup>49</sup> Por ello es imprescindible conocer el funcionamiento de las mismas así como los discursos que manejan, con el objetivo de hacer una valoración del cumplimiento de los cometidos de su función social, además de servir para la evaluación de las leyes mexicanas y Tratados y Declaraciones Internacionales en la materia que se han firmado. Por ello, este capítulo es un punto medular de la investigación. En los estudios de caso que se presentan están incluidas Radio Teocelo, considerada como la primera radio comunitaria en México; SomosUno Radio, una de las pocas radios que transmiten por Internet y que forman parte de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias en México. Se encuentran también Radio Tierra y Libertad, una de las múltiples radios comunitarias que se vieron obligadas a cerrar por no contar con permiso para transmitir; Radio Totopo, quien tampoco posee permiso, y destaca por su activa participación comunitaria así como en su trabajo de reivindicación de los pueblos indígenas; La Voladora Radio, del Estado de México, una radio cuyos integrantes han sufrido amenazas y; por último, Radio Erandi, una radio en Michoacán, cuya historia puede constatar las vicisitudes de las radios comunitarias. Esta pequeña muestra, no es, quizá, la que permita mostrar todas las situaciones por las que han pasado y en las que se encuentran las radios comunitarias en México, pero sí

---

<sup>49</sup> Información obtenida en: [www.radioycomunicacionindigena.blogspot.com/2009/07/el-estado-reprime-el-trabajo-de-las.html](http://www.radioycomunicacionindigena.blogspot.com/2009/07/el-estado-reprime-el-trabajo-de-las.html)

brinda un panorama general de las mismas que puede contribuir a entender la compleja situación por la que atraviesan.

### **5.1.- Discursos de la radio en México: Comercial vs Comunitario**

Es de destacar que, contrariamente a lo que ocurre en otros ámbitos de la vida, la información que es tomada y transmitida a través de los medios de comunicación regularmente no pasa por un proceso de verificación, contrastación, ni mucho menos crítica por parte de quienes la eligen para incluirla en los noticieros y programas diversos. La selección que se hace de la información, es elegida generalmente de acuerdo al posible impacto mediático. Por su parte, los periodistas, que son quienes transmiten la información al aire y en quienes recae la legitimidad de la misma, la mayor parte del tiempo tampoco tienen la posibilidad de investigar acerca de la misma, como lo comenta Pascual Serrano (2009):

El periodista -generalmente mal pagado, no especializado, con gran presión de tiempo y un contrato precario, temeroso de perder su puesto de trabajo- va a un lugar al que le ha citado alguien que tiene gran interés en hacer saber algo, toma nota de lo que le cuentan, con frecuencia no puede preguntar, resume lo más llamativo y fácil de entender y con eso elabora la noticia. Si es mentira, no lo sabrá ni tendrá tiempo de comprobarlo antes de que la noticia se emita.

Los periodistas son, pues, un elemento legitimador ante un auditorio, más ello no significa que lo sean ante la información misma. No obstante, la información que se recibe determina nuestro

referente, que posteriormente compartimos con padres, amigos, parejas, y demás conocidos. Estos referentes, acaso sean apenas fieles a la información transmitida originalmente. Nuestra disposición a interpretar y parafrasear también son determinantes para la comprensión de nuestro entorno y atribuir significados a nuestra vida. Habermas (1999) comenta al respecto que:

[...] el concepto abstracto de mundo es condición necesaria para que los sujetos que actúan comunicativamente puedan entenderse entre sí sobre lo que sucede en el mundo o lo que hay que producir en el mundo. Con esta práctica comunicativa se aseguran a la vez del contexto común de sus vidas, del mundo de la vida que intersubjetivamente comparten. Este viene delimitado por la totalidad de las interpretaciones que son presupuestas por los participantes como un saber de fondo.

El tipo de información, por tanto, es esencial para conformación de la opinión pública, pero no nada más el tipo de información es relevante, sino también la forma en que se presenta, esto tendría que llevarnos al análisis de la fonética, la demagogia y la retórica, que se ponen de manifiesto al momento en que un periodista nos transmite una noticia.

Una de las estrategias que utilizan los medios de comunicación para adherir al auditorio hacia un punto de vista determinado es la presunción de objetividad. Suelen proponerse además como objetivos ante la audiencia defendiendo una neutralidad que en la praxis es imposible que exista. Ello debido a que todo discurso plantea un modo particular de abordar un tema, desde la redacción del texto, al seleccionar determinadas palabras y por ello signarlo con una intencionalidad determinada; la tonalidad que se le da al mismo al momento de leerlo; las opiniones vertidas por el periodista al momento de comentarla, entre otras. «El sistema consiste

en que el lector tenga siempre la sensación de que se está recibiendo una información aséptica, virginal, que casi no ha pasado por la mano humana» (Serrano, 2009).

Aunado a lo anterior están los intereses generados por los gobiernos en turno o los grupos de poder, quienes ven en el medio de comunicación una herramienta por la cual es posible influir directamente en la audiencia y en la forma en que ésta se relaciona con los intereses de aquéllos. A este respecto, Althusser (2009) nos habla de los aparatos ideológicos de Estado (AIE), donde se clasifican, entre otros, a lo que se ha denominado medios de comunicación convencionales:

[...] designamos con el nombre de aparatos ideológicos de Estado cierto número de realidades que se presentan al observador inmediato bajo la forma de instituciones distintas y especializadas... Poco importa si las instituciones que los materializan son «públicas» o «privadas»; lo que importa es su funcionamiento... Se debe decir que, por su propia cuenta, los aparatos ideológicos de Estado funcionan masivamente con la ideología como forma predominante pero utilizan secundariamente, y en situaciones límite, una represión muy atenuada, disimulada, es decir simbólica.

Los medios de comunicación convencionales no son los únicos que plantean la conformación, implementación o modificación de un sistema político, económico y social, a estos pueden agregarse otros AIE como lo plantea el propio Althusser, entre estos se encuentran las iglesias, las escuelas, la familia, los sindicatos y el sistema jurídico, político y social. En conjunto, aunque no como bloque, trazan y moldean una perspectiva que es adoptada por un gran sector de la población «lo que unifica su diversidad es ese mismo funcionamiento, en la medida en que la



ideología con la que funcionan, en realidad está siempre unificada, a pesar de su diversidad y sus contradicciones, bajo la ideología dominante, que es la de «la clase dominante». Jesús Martín-Barbero plantea algo similar:

[...] al ser desplazados los medios de su función política, el dispositivo económico se apodera de ellos -pues los Estados mantienen la retórica del servicio social de las ondas, tan retórica como la función social de la propiedad, pero ceden a los intereses privados el encargo de manejar la educación y la cultura- y la ideología se torna ahora sí vertebradora de un discurso de masa, que tiene por función hacer soñar a los pobres el mismo sueño de los ricos.<sup>50</sup>

No obstante, tanto el Estado, como los grupos de poder y los medios de comunicación, saben medirse en relación con el tipo, forma y fondo de la información que transmiten, ya que el abuso de la manipulación de la información puede repercutir en la credibilidad de la misma y de los propios medios. Estíbaliz Sánchez comenta que:

La acción del poder consiste en crear, difundir e imponer códigos de información. La realidad no es importante, importa el impacto mediático. En el mundo de los medios de comunicación, quien genera un nuevo tipo de programa de televisión, o red en Internet afecta directamente a nuestras categorías mentales. Aunque nuestra reacción sea negativa, implica la aceptación de esos códigos.<sup>51</sup>

Por ende, esta información que es recibida supone, a su vez, una reestructuración de los

<sup>50</sup> Martín-Barbero Jesús. De los medios a las mediaciones.

<sup>51</sup> Sánchez Rondón Estíbaliz. ¿Información o manipulación? La utilización de la prensa, la radio y la publicidad en unas elecciones municipales y su aplicación en el aula E/LE. XIV Congreso Internacional de Asele. Burgos, 2003. Documneto obtenido en: [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/14/14\\_0551.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_0551.pdf)

esquemas mentales, que son, en parte, los que constituyen nuestra identidad. Como seres humanos, se puede tener una o más identidades, lo que, de acuerdo a Manuel Castells (2009), «tal pluralidad es una fuente de tensión y contradicción tanto en la representación de uno mismo como en la acción social». De acuerdo al citado autor, las identidades son las que dan sentido al individuo y agrega, «las identidades pueden originarse en las instituciones dominantes, sólo se convierten en tales si los actores sociales las interiorizan y construyen su sentido en torno a esta interiorización». Lo que suele ocurrir a menudo si se toma en cuenta el funcionamiento del resto de los AIE, como bien lo decía Althusser. En este sentido, puede explicarse que el capitalismo en su actual fase neoliberal y de consumismo, apoye y fomente la importancia de los medios de comunicación convencionales.

Las radios comunitarias, por su parte, plantean como uno de sus puntos principales una alternativa a este discurso cada vez más mercantil. Ello no significa que sean medios plenamente objetivos, pero sí que tienen una tendencia diferente, puesto que surgen a raíz de la organización social donde la participación comunitaria es el eje que aglutina a los medios en cuestión. Otro aspecto importante en las radios comunitarias es el planteamiento de una comunicación para el cambio social que modifique los referentes mercantiles por aquellos donde la construcción de ciudadanía (y la participación) sean parte fundamental.

De modo similar a lo que ocurre con las radios convencionales, las radios comunitarias suelen compartir algunas líneas editoriales, como el sentido de justicia, la reivindicación de los pueblos indígenas, la solidaridad y el cooperativismo, la diversidad cultural, entre otros. Cada uno con modos, formas y contenidos diferentes, puesto que se centran en las necesidades propias de las audiencias a la que llega su señal. No obstante, dichos discursos parten de la colaboración

de la propia comunidad que es la que conforma al propio medio, por tanto, suelen tener una mayor pluralidad y, generalmente, una visión progresista, siendo medios con una gestión interna donde se realza la horizontalidad de la toma de decisiones. El sentido de pertenencia al medio suele ser más fuerte que en los medios convencionales; del mismo modo, las radios comunitarias regularmente buscan que la audiencia deje de tener una participación pasiva para, en caso de así quererlo, tener una participación activa, punto nodal que los medios de comunicación convencionales practican de manera muy limitada.

El discurso que manejan, por tanto, está sustentado en la función social del medio frecuentemente contrahegemónico, lo que más de una vez ha llevado a los medios comunitarios a colocarlos en situaciones de conflicto por los discursos críticos a los sistemas dominantes. Es de destacar que otro de los principales elementos discursivos que conforman a las radios comunitarias es la posibilidad de, en la información que transmiten, coadyuvar al mejoramiento de calidad de vida de la audiencia, por lo que el abordaje de temas locales es de suma relevancia para llevar a cabo dicho aspecto. Asunto que los grandes medios comerciales, en su afán de abordar los temas nacionales, cada vez dejan más de lado. Así, y dependiendo del contexto donde se encuentre la radio, se le dará determinada profundidad a uno u otro tema. En Oaxaca, por ejemplo, las radios comunitarias suelen tener programación donde se aborda a profundidad el alcoholismo, tema que es considerado como un fuerte problema social en la zona.

Dicho lo anterior se puede afirmar que si bien muchos de los temas pueden ser los mismos tanto en medios convencionales como comunitarios, la diferencia radica en el enfoque que se le dan a los mismos, puesto que para los últimos lo importante no es el impacto mediático o el *rating*, sino brindar información más crítica, profundizando en los temas permitiendo la

reflexión o, por lo menos, un punto de vista diferente al que transmiten la mayoría de los medios convencionales. No obstante, dentro de la radio comercial existen algunas excepciones, más por parte de conductores o productores que por parte de la radiodifusora, tal es el caso de Carmen Aristegui en el noticiero matutino de MVS, o el de Javier Solórzano en Radio Trece. Cristina Romo (1991) hace algunas referencias al respecto:

Algunas emisoras intentan innovar en la programación, buscando música menos comercial, reduciendo la duración de los cortes, contratando personal para locución con más sentido social o por lo menos con valor estético, pero los anunciantes se asustan, comienzan a reducir sus contratos de publicidad con la emisora, hasta que esté garantizado el rating.

### **5.1.1.- El establecimiento de la agenda**

El establecimiento de la agenda (agenda setting) es uno de los elementos más importantes al momento de realizar un estudio en relación con la conformación de la opinión pública. Ello plantea que son los medios de comunicación los que deciden cuáles son las noticias que serán importantes para la sociedad. «Son los medios y los hacedores de los medios, es decir, los periodistas, los que inciden en la definición de los temas que van a ser de dominio público, situación que conduce a un proceso directo de formación de la opinión pública en una sociedad» (Botero, 2006). Lo que significa que aquello que no sea difundido por un medio de comunicación no puede ser tomado en cuenta por la sociedad y, por tanto, no existe. El establecimiento de la agenda por parte de los medios de comunicación convencionales es el

recurso por el cual se mantiene el control del *estatus quo*, «aquellos temas que no sean del interés de las élites, pues simplemente los desconocen o no existen» (Botero, 2006). Existen innumerables casos que pueden poner en evidencia lo anterior, por ejemplo, el 1 de septiembre de 2008, se publicó un artículo donde se recogen las primeras planas de los principales diarios del país de los días 31 de agosto y 1 de septiembre, en ellas se muestran las fotografías y titulares que se presentan como las noticias del día más relevantes. En las primeras planas del 31 de agosto de 2008, aparecen las fotografías de la marcha *Iluminemos México*, conformada y organizada principalmente por los sectores de derecha y extrema derecha de nuestro país, así como por la clase media y media-alta; el día 1 de septiembre, por su parte, la Resistencia Civil Pacífica, ligada a la propuesta política de Andrés Manuel López Obrador, organizó una marcha en nueve estados del país, en protesta por la reforma energética propuesta por Felipe Calderón. La importancia de la noticia no era menor; no obstante, la difusión del evento fue mínima y el tratamiento que le dieron la mayoría de los *mass media* fue de descalificación (imagen 1).

La situación en radio no es diferente, puesto que la forma de operar el establecimiento de la agenda no sólo parte de la selección de las noticias, también se debe tomar en cuenta quiénes son los personajes entrevistados que legitiman dicha información, así, se encuentra que en los medios convencionales, con sus respectivas excepciones, buscan legitimar su información a través de los canales oficiales o especialistas acordes a intereses particulares, mientras que los medios comunitarios presentan generalmente entrevistados que no representan dichos intereses y, en todo caso, aportan puntos de vista desde una óptica social.

Imagen 1 / Primeras planas de periódicos de circulación nacional del 31 de agosto y del 1 de septiembre de 2008.<sup>52</sup>

Periódicos del domingo 31 de agosto de 2008



Periódicos del lunes 1 de septiembre de 2008



52 Garza García, Francisco Javier. ¿Cuál cerco informativo?. SomosUno Radio. 1 de septiembre de 2008. Disponible en: [www.somosunoradio.org/?p=4316](http://www.somosunoradio.org/?p=4316)

## 5.2.- Resultados de casos de radios comunitarias en México

La muestra de casos que se realizó para esta investigación parte de la idea de seleccionar a medios en diferentes puntos del país, de modo que se pudiera abarcar, aunque de manera limitada, la diversidad de radios comunitarias que existen en México. Como ya se ha dicho, los contextos de cada radio tienen sus propias características, por lo que hacer una caracterización general no es lo más recomendable. La ruta que se decidió para esta muestra parte de analizar seis casos en particular ubicados en cinco estados mexicanos: Nuevo León, Michoacán, Veracruz, Oaxaca y Estado de México (imagen 2).

**Imagen 2 / Mapa de casos estudiados de radios comunitarias**



### 5.2.1.- Radio Teocelo (Veracruz)

Nombre	Radio Teocelo
Ciudad	Teocelo, Veracruz
Fecha de inicio	1965
Estatus legal	Permisiónada
Watts de potencia	1000

Radio Teocelo es considerada la primera radio comunitaria en el país. Su aparición data del año de 1965 en un contexto donde los movimientos sociales (estudiantiles, obreros, entre otros) se encontraban inaugurando una nueva etapa de la manifestación social. Ello también repercutió en el área de la comunicación en un México que había logrado consolidar a grandes artistas del espectáculo y donde la competencia en materia de medios de comunicación era realmente mínima. En este contexto, en un pequeño pueblo de Veracruz llamado Teocelo, se gestó un movimiento más, ligado a los campesinos de la región, que terminó siendo el referente de toda radio comunitaria en la actualidad en México, aunque la labor, según dicen los propios colaboradores del medio, no ha sido fácil. Así, este grupo tuvo el nombre de Centro de Promoción Social y Cultural, A.C. (CEPROSOC) y estuvo integrado en sus inicios por Antonio Homero Jiménez García, Ramón Cortés Díaz, Rosa María López, Jesús Melgoza Osorio, Pascual Landa, Abelardo Martínez Ruiz, Raúl Cosío Villegas, Santiago Vázquez Huerta, Felipe Sánchez Blázquez, Eusebio Rubén Rea Anell y Raúl Martínez, quienes vieron en 1965 el inicio de XEYT Radio Cultural, lo que al pasar de los años sería mejor conocida como Radio Teocelo.

Como la mayor parte de las radios comunitarias, la XEYT Radio Cultural inició transmisiones sin permiso, por lo que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes les advirtió



que, de no conseguirlo, la estación sería cerrada. Fue entonces que Homero Jiménez acudió a Fomento Cultural y Educativo, A.C., una asociación que ya tenía experiencia radiofónica puesto que había operado Radio Huayacocotla, también en Veracruz. En entrevista, Alma Torres comenta respecto a los inicios de la radio:

Don Homero y el grupo [que fueron] les ofrecieron la radio porque no podían operarla, y Fomento Cultural les hizo ver que era importante la radio, y ellos estaban dispuestos a formular un proyecto de comunicación popular para esta emisora. Hubo un convenio, y fue así que Fomento Cultural y Educativo vinieron a la radio, vinieron varios asesores y entonces formularon el proyecto en general de comunicación por temas de interés: de la mujer, de los niños, de los jóvenes... estaba incipiente, pero sí se tomó en cuenta también el medio ambiente, e hicieron varios proyectos.<sup>53</sup>

El nombre de la radio cambió, y se hizo llamar Radio Cultural Campesina; además del mejoramiento de equipo, se logró aumentar de manera significativa la programación, pasando de dos a catorce horas diarias. El trabajo en colaboración dio como resultado la conformación de una nueva organización, la Asociación Veracruzana de Comunicación Popular (AVERCOP, A.C.). Al respecto, Alma Torres dice que:

Hubo posibilidades de financiamiento de fundaciones extranjeras y se echó a andar todo este proyecto. Esto fue hace unos 20 o 22 años. Hubo cierta disponibilidad de algunos fondos, se pudo apoyar a algunos grupos, a veces a una sola persona en algunas comunidades que fungieron como

---

<sup>53</sup>Torres Romero, Alma Eva, colaboradora de Radio Teocelo, entrevista, 1 de Mayo de 2010.

corresponsales por un lado, [y] por otro, como reporteros.<sup>54</sup>

Y agrega que a lo largo de la historia de la radio:

[...] se han tenido que sortear diversos retos y problemas, desde una aguda crisis económica hasta el cierre de la estación en 1998, pasando por lamentables conflictos de orden legal y político. No obstante todo lo anterior y gracias al apoyo de sus oyentes, de los grupos de la sociedad civil, de algunos ayuntamientos, de la buena disposición de la SCT y de la sensibilidad del CEPROSOC, en Diciembre de 1998 la AVERCOP obtuvo la titularidad del permiso de operación de XEYT, quedando registrada ahora como “XEYT, Radio Teocelo” cuyo lema es *Comunicación para el desarrollo*». <sup>55</sup>

Radio Teocelo dirige su programación a una población rural-urbana calculada en 500 mil habitantes de los municipios que la circundan, entre los que se encuentran el propio Teocelo, Ayahualulco, Ixhuacán, Cosautlán, Coatepec, Tlaltetela, Totutla, Emiliano Zapata, Jalcomulco, Acajete, Banderilla y parte de la capital del estado Xalapa a la que es posible que llegue la señal.

La vinculación de la comunidad para con la radio se da principalmente a partir de la programación que se presenta. En este sentido, la entrevistada comenta que:

Hubo un programa muy interesante de las comunidades que se transmitía semanalmente de cada comunidad, se llamaba *si no lo digo reviento*, en donde la gente se involucraba en escenificar alguna situación de la comunidad, se transmitía y se escuchaban, y había algunas reacciones de

---

54 *Idem*

55 Disponible en <http://www.radioteocelo.org/historia2.html>

las autoridades locales e inclusive de autoridades de mayor nivel, porque de algunos se tocaban ciertos intereses, y ahí fue cuando la gente pudo darse cuenta de que el medio está para ellos, y que es un instrumento que les puede dar fuerza e identidad.<sup>56</sup>

Como parte de su quehacer radiofónico, Radio Teocelo da capacitación y talleres a todos aquellos que comienzan a involucrarse con el medio, desde personas que tienen algún programa hasta aquellos ciudadanos que sirven de voz desde las comunidades. Dicha capacitación corre a cuenta de la misma radio, pero también han tenido el apoyo de diversas asociaciones civiles como la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER), Fomento Cultural, y la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC), quienes han brindado cursos «tanto de capacitación para la comunicación, el periodismo, la dramatización y sus diferentes recursos».<sup>57</sup>

Uno de los principales obstáculos de las radios comunitarias es el del financiamiento para la puesta en marcha de la misma así como su manutención, por ello, cada radio tiene sus propios métodos para la obtención de recursos. En el caso de Radio Teocelo, una de estas estrategias es la conformación de un club de amigos conformado por la propia comunidad, que les aportan entre 10 y 20 pesos mensuales por cada persona y «en reciprocidad la radio les brinda una felicitación grabada el día de su cumpleaños sale su felicitación cosa que a ellos, a las personas les agrada y están pendientes de que salga su felicitación grabada y se les saluda cada sábado hay un programa de los aficionados»<sup>58</sup>. El monto depende de las posibilidades financieras de cada persona, aunque el hecho de que se aporte o no una colaboración no limita la participación y el acceso de la comunidad en el medio. La radio cuenta además con otros servicios que sirven a su

---

<sup>56</sup>Torres Romero, Alma Eva, colaboradora de Radio Teocelo, entrevista, 1 de Mayo de 2010.

<sup>57</sup> *Idem*

<sup>58</sup> *Idem*

vez para obtener algo de ingresos:

Tenemos el servicio de avisos y mensaje en donde la gente viene a poner un mensaje..., de un extravío, de un fallecimiento, de rosarios, en fin, y también les solicitamos un donativo que entienden muy bien que es para apoyar a la radio, que es para que la radio pueda continuar transmisión, y entonces varia un poco cuando son avisos más personales, es una cantidad de 15 pesos por cada emisión, y en el caso de que sea un aviso de alguna organización, como los del Consejo del Café, pues les solicitamos un poquito más, creo que son 20 pesos.<sup>59</sup>

La posibilidad de acceder al medio es fundamental y es lo que da sentido al mismo, no se trata, pues, de la radio como un fin en sí mismo, como ocurre con las radios comerciales, se trata de buscar los modos en que la radio comunitaria sirva también de enlace y busque satisfacer, en la medida de lo posible, las necesidades básicas de las personas. La situación financiera se ha visto afectada con la entrada del Impuesto Empresarial de Tasa Única (IETU), debido a que se les está exigiendo a las asociaciones civiles su pago, algo que, bajo la situación financiera con la que operan, resulta muy difícil porque:

Es bastante alto para nuestros ingresos y nuestras posibilidades, y pues ahí va, porque de otra forma nos cancelan el permiso, nos ponen multas, entonces sí esta opción de los medios de comunicación operados por la ciudadanía se ha venido haciendo más difícil por este tipo de gobiernos neoliberales que no permiten aperturas, ni siquiera pequeñas, para poder sacar la ciudadanía sus necesidades.<sup>60</sup>

---

59 *Idem*

60 *Idem*

En lo relativo a los temas de interés local o regional, la radio funciona como intermediario:

[El] programa de Cabildo Abierto invitaba a los diferentes ayuntamientos a hablar de su gestión, de su actuación, y a estar en comunicación con su pueblo, con la gente. A que la gente también le hablara les dijera sus demandas, sus peticiones, que pudiera haber esa comunicación entre autoridades y ciudadanía. Este proyecto, este programa de Cabildo Abierto, creo que hace dos años, obtuvo el premio nacional de periodismo precisamente por esta labor, por la actuación y por la calidad del programa.<sup>61</sup>

Esto ha tenido consecuencias y repercusiones, puesto que las posiciones críticas de la ciudadanía, y las exigencias de la misma en torno a las actuaciones de los funcionarios municipales, hizo que que dichos funcionarios ya no quisieran participar en el programa:

«Los presidentes y los ayuntamientos dijeron -no pues ya no vamos a participar-, porque no les gustó el cuestionamiento, no les gustó que la gente les esté señalando, que les esté pidiendo, que les esté exigiendo que haya calidad en su actuación, en su gestión, que haya calidad y transparencia..., y pues dijeron que no participaban en el programa de Cabildo Abierto porque se les cuestionaba mucho».<sup>62</sup>

No obstante, la incidencia de la radio en la comunidad es importante:

Hay programas y campañas a base de cápsulas y lo que llamamos spots, esto de algún modo va

---

61 *Idem*

62 *Idem*

influyendo en la población y esta parte del Cabildo, al participar la gente, al cuestionar, de algún modo presiona a las autoridades a que hagan estrategias en función de las necesidades de la gente, y ahí tiene que ver un poco con las políticas locales que se van desarrollando... En Xico, hace algún tiempo, no sé, unos dos o tres años, estaba la posibilidad de instalar una antena de celular. La ciudadanía de Xico no estaba de acuerdo, pues estuvo ahí presente la radio, en el Cabildo se le preguntaba al presidente, la gente llamaba, y no se instaló la antena.<sup>63</sup>

En este sentido, la participación de la ciudadanía por medio de Radio Teocelo, ha logrado incidir en el ámbito local en determinadas políticas públicas, empero, la poca disposición de las autoridades para apoyar a las radios comunitarias y, por el contrario, la implementación de obstáculos por parte de las mismas para su sobrevivencia, hacen que los ciudadanos vean mermadas su participación en las decisiones económicas, políticas y sociales que afectan a las propias comunidades.

### 5.2.2.- Radio Totopo (Oaxaca)

Nombre	Radio Totopo
Ciudad	Juchitán, Oaxaca
Fecha de inicio	2006
Estatus legal	Sin permiso

Radio Totopo surge a raíz de una organización social que buscaba obtener información del

---

63 *Idem*

proyecto del Plan Puebla-Panamá; sin embargo, al no obtener respuesta, decidieron crear su propio medio de comunicación con el objetivo de mantener informada a la población. Así, nace en el 2006 con ese objetivo principal, que fue sumando otros tantos como el rescate de la lengua y costumbres de Juchitán, donde se ubica la radio. Su propósito se orienta al rescate de la lengua zapoteca, para ello cuenta con una programación casi completamente en dicha lengua, lo que significa un punto nodal para la cohesión por medio de la consolidación de la identidad. Radio Totopo no cuenta con permiso para transmisión, pero las necesidades propias de la comunidad los insta a mantener funcionando la radio. No obstante, están buscándolo sin tener una respuesta a este respecto. En un contexto social con grandes carencias y en el olvido social por parte de las autoridades, Radio Totopo organiza eventos de diversa índole, principalmente culturales, realiza y apoya calendas,<sup>64</sup> hace entrevistas, y se acerca a compositores y músicos zapotecos para lograr su cometido; pero también cuenta con un espacio donde se ubica un área para galería donde se exponen pinturas, y demás creaciones estéticas de las personas y, cuenta con una biblioteca donde se prestan libros y se enseña a leer y a escribir (tanto en zapoteco como en español) a la gente de la misma comunidad, lugar muy visitado por los niños de la escuela cercana quienes buscan hacer trabajos escolares; se cuenta además con una computadora que es prestada para fines escolares.

La participación de la comunidad es de suma importancia para este proyecto comunicativo, no nada más por ser un medio que coadyuva al bienestar del pueblo, sino también porque es gracias al apoyo popular que siguen transmitiendo. En entrevista con integrantes de Radio Totopo, dijeron:

---

<sup>64</sup> Las calendas son fiestas populares que celebran a los santos patronos de los templos de Oaxaca. En ellas hay música, bailes, cohetes y en algunas ocasiones consignas.

Hace dos años hubo un intento de desalojo, nosotros sabemos el riesgo que corremos de participar en una radio que no tiene permiso, cada uno de nosotros tenemos familia, tenemos papás, tenemos hijos, esposos o esposas, creo que sabemos el riesgo que corremos... y varias ocasiones nos han mandado una señal de que - ahí vienen... van a desalojar a las radios comunitarias - y en otras radios vemos que levantan sus equipos y cierran, y salen del aire por uno o dos días mientras pasa el peligro. Lo que hacemos es hacer un llamado al pueblo, a la gente, que pues de una u otra forma nos respaldan con su apoyo, y la gente se acerca, llegan con un entusiasmo de apoyar -a Radio Totopo no lo tocan por nada, y aquí los esperamos-.<sup>65</sup>

La utilidad de la radio y la transmisión en zapoteco, son dos de los factores que permiten a la comunidad un sentido de pertenencia al medio de comunicación. Los colaboradores, no obstante, saben el riesgo que significa la transmisión sin permiso, el Estado se convierte así en el enemigo.

Bajo el gobierno de Ulises Ruiz la situación social en Oaxaca ha vivido momentos de grandes conflictos, como lo acontecido con la Asamblea Popular de Pueblos de Oaxaca (APPO) y con la sección 22 del sindicato de maestros, pero también la situación para las radios comunitarias ha vivido momentos de tensión, donde la no intervención del gobierno, se convierte en una acción del mismo. En este contexto, se manifiestan varias ocasiones en que Radio Totopo ha sido agredida, una de ellas por un empresario oaxaqueño:

Fuimos agredidos por una empresa radiofónica que tiene el monopolio de las radios en Oaxaca... nosotros no denunciamos, sino que alertamos a la población de la intimidación... la población amenazó al empresario de que si no va a haber una radio comunitaria tampoco va a haber

---

<sup>65</sup>Anónima 1, colaborador de Radio Totopo, entrevista, 28 de junio de 2010.



comerciales, amenazando con levantar las dos radios comerciales.<sup>66</sup>

El contexto específico, donde existe una violencia y discriminación hacia las comunidades indígenas suponen una respuesta más fuerte por parte de las mismas comunidades.

En relación con el discurso, Radio Totopo propone decirle a la ciudadanía que tiene derechos, que los pueblos indígenas tienen derechos y que se debe luchar por la autonomía, del mismo modo también manejan un discurso de género, puesto uno de los grandes problemas que se reconocen en la comunidad es el machismo. La programación, por tanto, la realizan los propios colaboradores de la radio y buscan diversificar sus contenidos en aras con abordar las diferentes problemáticas sociales.

La cuestión financiera es otro problema más que enfrenta Radio Totopo, puesto que al no contar con permiso, las posibilidades de vender algún tipo de publicidad son nulas. Acaso dan avisos relacionados con la propia comunidad pero sin obtener ingresos por ello y mas bien, lo hacen como un servicio a la propia comunidad, «[las personas] nos dan arroz, azúcar, lo que puedan, y unos que otros nos dan una cooperación de 10 pesos, 5 pesos, lo que les alcance. No hacemos anuncios, o comerciales, por lo mismo la radio mantiene una imagen».<sup>67</sup>

---

<sup>66</sup>Anónima 2, colaborador de Radio Totopo, entrevista, 28 de junio de 2010.

<sup>67</sup>Anónima 1, colaborador de Radio Totopo, entrevista, 28 de junio de 2010.

### 5.2.3.- Radio Erandi (Michoacán)

Nombre	Radio Erandi
Ciudad	Tangancícuaro, Michoacán
Fecha de inicio	2001
Estatus legal	Permisiónada
Watts de potencia	500

Radio Erandi nace en el año 2001 en Tangancícuaro, Michoacán, a raíz del deseo de usufructo por parte del ayuntamiento en turno de un área verde de la cabecera municipal que era utilizado como campo de fútbol y que se encontraba ubicado en una zona urbana. Dicho proyecto iba beneficiar a gente conocida de los promotores de la iniciativa sin tomar en cuenta a la población del lugar, esto dio como consecuencia una inconformidad por parte de la gente que, organizados, toman la presidencia municipal y logran rescatar el predio en cuestión, pero se inicia una batalla legal por el uso del predio por lo que no se puede utilizar ni para una cosa ni para otra. La gente, por tanto, seguía interesada en obtener información de la problemática y no se podía obtener información al respecto y en los medios de comunicación no había noticias de ello, «el presidente municipal tenía ciertos convenios, contratos con los medios de comunicación, que no se atrevían a generar un problemas».<sup>68</sup> A partir de ello, y al acercarse a una radio de una comunidad vecina, nació la idea de gestionar su propia radio comunitaria, naciendo así, en mayo de 2001, Radio Erandi.

Es hasta el año 2004, que a través de AMARC se gestiona el permiso para transmisión,

---

<sup>68</sup>Rosales Montes, Antonio, colaborador de Radio Erandi, entrevista, 19 de junio de 2010.

por lo que durante los cuatro años que se transmitieron sin permiso «se sufrieron acosos, se sufrieron visitas de inspectores de SCT, de la Agencia Federal de Investigaciones...»<sup>69</sup>, y así fue hasta el año 2005 que obtuvieron el permiso.

La programación de Radio Erandi está basada en lo que el propio Antonio Rosales, miembro de la radio define como líneas estratégicas, entre las que se encuentran el derecho de las mujeres, la migración y la ecología. Ello a razón del contexto en se encuentra la propia zona de Tangancícuaro, que presenta altos índices de migración, ocasionando dificultades tanto para los que se van como para quienes se quedan; un alto índice de discriminación hacia la mujer; y debido a que la zona se encuentra ubicada en una zona boscosa con áreas protegidas. Dicha programación es elaborada por los propios miembros de la radio, tratando de cubrir las necesidades propias de la comunidad.

La participación de la comunidad reside principalmente por medio de apoyo solidario, económico, y de opinión, puesto que se les ha dificultado el involucramiento directo de la comunidad con el medio, no obstante, el espacio está abierto a la posibilidad de la gente a participar directamente en cualquier área del medio.

El principal sustento de la radio proviene de los donativos de la ciudadanía, patrocinios de servicios sociales y, principalmente de las aportaciones del gobierno municipal a través de un convenio de colaboración firmado entre Radio Erandi y el ayuntamiento, (logrando un avance importante en la relación en comparación con el presidente municipal anterior) en dicho convenio se establece que:

---

<sup>69</sup> *Idem*

El municipio apoya a los movimientos de las radios comunitarios y por lo tanto hará empleo de una cantidad mensual a cambio de que la radio se comprometa a pasar todos los avisos de tipo social que el propio ayuntamiento emita a la comunidad, esta enmarcado en un convenio escrito en donde dice que tipo de anuncios.<sup>70</sup>

En este caso, el gobierno no se ve como un enemigo, sino como un grupo de poder más que puede sentirse incómodo con las críticas pero con quienes, se ha logrado tener una buena relación.

#### 5.2.4.- La Voladora Radio (Estado de México)

Nombre	La Voladora Radio
Ciudad	Amecameca, Estado de México
Fecha de inicio	2000
Estatus legal	Permisiónada
Watts de potencia	300

La Voladora radio se establece en el año 2000 en Amecameca, Estado de México, a raíz de la contingencia volcánica del volcán Popocatepetl. En aquel entonces, es presidente municipal Federico del Valle del PRD, quien tiene a Esperanza Rascón como colaboradora y propone que hubiera un medio que le hablara a la comunidad, esto porque si bien llegaban todos los medios de comunicación del Estado de México y del Distrito Federal, no había ninguno originario de la

---

70 *Idem*

localidad. La Voladora, por tanto inició con gente que venía del D.F., pero que poco a poco se fueron estableciendo ahí. Inicialmente transmitía solamente los domingos desde el quiosco, pero a razón de la actividad del volcán se vieron en la necesidad de instalarse permanentemente. En entrevista, Verónica Galicia Castro, directora general de la Voladora Radio sostiene que:

Todos los medios, particularmente Televisa y TV Azteca, estaban haciendo la cobertura de lo que había pasado en el volcán, y resulta ser que uno de los periodistas de Televisa, Pablo Reyna en ese entonces, se le ocurrió decir que a Amecameca la estaban evacuando, cuando no era cierto, cuando solamente una de las delegaciones de Amecameca..., estaba siendo evacuada, entonces a partir de esta información que genera este periodista, se genera todo un caos..., es allí cuando a la Voladora Radio empiezan a acercarse personas de la comunidad, autoridades de la comunidad, protección civil municipal y estatal, y empiezan a usar los micrófonos de la radio tratando de controlar la situación dando información que realmente estaba pasando, y no esta histeria que había generado esta información [falsa].<sup>71</sup>

La Voladora inició sus transmisiones sin permiso pero con la anuencia de la autoridad municipal, quienes incluso les facilitaron los espacios para que pudieran realizar sus transmisiones. Una vez que se instalaron de manera definitiva, hubo un recambio en los integrantes de la radio, de manera que la misma gente de la comunidad se fue involucrando con el medio. Esta buena relación que existía entre ayuntamiento y medio comunitario, permitió que se elaborara un programa donde el presidente municipal entraba en contacto con la gente, quienes le felicitaban y cuestionaban cuando lo creían oportuno. La radio se propone, pues, como un espacio para que la comunidad pueda tener voz; no obstante, el vínculo de la radio con el ayuntamiento despertó la

<sup>71</sup>Galicia Castro Verónica, directora general de La Voladora Radio, entrevista, 7 de junio de 2010.

desconfianza de la comunidad «pensaban que era la radio del presidente».<sup>72</sup> Cabe mencionar que una de las ventajas para La Voladora es el no contar con competencia en cuanto radio comercial se refiere.

En el 2003, cuando se cambia la administración municipal perredista a una panista salen de la Casa de Cultura, que es el espacio que les habían prestado para transmitir, un mes después llega un operativo de la SCT con el objetivo de cerrar la radio y llevarse el equipo, sin lograrlo debido a que por medio de la radio dieron aviso a la comunidad. En ese entonces detienen la transmisión para facilitar la negociación del permiso. En México, para acceder a un permiso para transmisión es necesario consolidarse como asociación civil por lo que conformaron una con siete socios. Un año después de ello, en el 2005, lo obtuvieron:

Nos dimos cuenta que la frecuencia que nos habían asignado, la 97.3, estaba ocupada por una radio comercial de Morelos, una radio concesionaria, que transmite con 31000 watts de potencia y a nosotros nos habían asignado 300, entonces dijimos, bueno, está bien, metimos la solicitud informado esto, pidiéndoles que o nos cambiaran de frecuencia o que ellos tomaran la decisión que tuvieran que tomar para que no pasara esto. Hasta el momento no nos han respondido nada.<sup>73</sup>

La interferencia limita de manera importante una buena recepción por parte de la comunidad, no obstante se sigue transmitiendo a pesar de ello.

En materia de discurso, la radio se enfoca en la defensa de los derechos humanos, el apoyo a los movimientos sociales y al zapatismo, aunque también se ha abierto el espacio a diversos grupos aunque estos no compartan los mismos ideales que la radio tuvo en su origen. La

---

<sup>72</sup> *Idem*

<sup>73</sup> *Idem*

construcción de alianzas con diversas organizaciones no gubernamentales ha sido fructífera y ha permitido la difusión de información y la cooperación para diversos fines.

En cuanto a financiamiento, ocurre lo mismo que con el resto de las radios comunitarias, sus principales ingresos residen en patrocinios, lo captado por la organización eventos, las donaciones de la propia comunidad y las aportaciones de los socios, la situación por tanto es difícil. Verónica Galicia, directora general de la radio lo resume en tres palabras, «administramos la pobreza».<sup>74</sup> Sin embargo, los diversos eventos que han realizado, además de servir para donativos, tiene una función esencial que es la aproximación con la comunidad, darse a conocer como medios comunitario y lograr la cohesión por parte de la ciudadanía en torno al medio.

La posición crítica de La Voladora Radio los llevó, en 2006, a recibir amenazas de muerte a través de correos electrónicos donde se señalan datos específicos de los integrantes del medio, asunto que han denunciado a las autoridades correspondientes sin lograr resolver la situación, como lo comenta Verónica Galicia:

Levantamos la denuncia correspondiente, en Amecameca nos dijeron que el tema de las amenazas no es un delito o no es algo que se persiga, entonces... nos fuimos al D.F., y ahí nos canalizaron a la fiscalía de atención a delitos cometidos para periodistas..., nos la pasamos..., así un año, año y medio..., y lo que nos dijeron fue que uno de los correos había salido de Oaxaca, otro de Ciudad de México, pero en realidad nunca pasó nada con su investigación. Al final del día la investigación había dado un vuelco muy torcido en el cual estaban a punto de decirnos que nosotros nos habíamos autoamenazado, entonces dijimos ya, osea, ha sido todo un martirio tenerlos que soportar, porque aparte era tener a la policía cada casi ocho días en la radio

---

74 *Idem*

fotografiando las computadoras, fotografiando el lugar, entonces dijimos ya, estamos hartos.<sup>75</sup>

### 5.2.5.- Radio Tierra y Libertad (Nuevo León)

Nombre	Radio Tierra y Libertad
Ciudad	Monterrey, Nuevo León
Fecha de inicio	2001
Estatus legal	Permisiónada
Watts de potencia	100

La Asociación Civil Tierra y Libertad (ACTyL) nace en Monterrey, Nuevo León, resultado de la movilización urbano-popular de la década de 1970. Su lucha original consistía en la búsqueda de terrenos y viviendas para familias marginadas. Una vez que esto fue logrado, la lucha buscó nuevos objetivos: regularización de terrenos, acceso a la educación, a los servicios de salud, a la defensa de los derechos laborales, entre muchos otros. En algún momento, la ACTyL decide crear un medio de comunicación para mantener informada a la comunidad. Comenzaron con un micrófono y bocinas y se llamaron Radio Tierra y Libertad; no obstante, ello no era suficiente, puesto que la comunidad cada vez se extendía más. Por ello, en 1999, decidieron acercarse a estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) quienes tenían una radio comunitaria. Los estudiantes apoyaron a la asociación facilitándoles un transmisor y capacitación para algunos de sus integrantes. Así, en 2001, Radio Tierra y Libertad ocupa una frecuencia.

---

<sup>75</sup> *Idem*



Como era común, la radio surge sin permiso, sin embargo, se acercaron a la SCT para tramitarlo, algo que les fue negado reiteradamente. En el año 2002, un funcionario de la SCT les realizó una advertencia para que dejaran de transmitir, por lo que la radio ratificó su solicitud de permiso sin lograr, de nuevo, obtenerlo.

El 6 de junio de 2008, la policía federal Preventiva (PFP) se presentó en las instalaciones de Radio Tierra y Libertad para desmantelarla. En el operativo participaron cerca de 120 elementos de la policía quienes aseguraron aparatos de transmisión, computadoras y micrófonos, sin dejar copia de la diligencia del equipo asegurado. La gente de la comunidad se reunió en torno a la estación, y a pesar de las posibilidades de enfrentamientos, los líderes comunitarios decidieron no arriesgar a la población. La radio por tanto, dejó de transmitir y a Héctor Camero, uno de los principales responsables de la radio, se le fincaron responsabilidades que ocasionaron que le dictaran el auto de formal prisión el 30 de junio de 2009, sin embargo, al contar con un amparo, no fue arrestado.

La lucha legal continúa hasta el presente; sin embargo, por medio de la consolidación de una nueva asociación civil llamada Por la Igualdad Social, la comunidad Tierra y Libertad logra obtener el permiso de transmisión en la frecuencia 98.5.

La Radio Tierra y Libertad es el órgano de difusión de la asociación civil del mismo nombre, además funge como intermediario entre la comunidad y dicha asociación. Sus objetivos, por tanto, se concentran en labores sociales de ayuda a la comunidad, entre las que se encuentran asesorías jurídicas en cualquier materia, consultas médicas y apoyo en general a cualquier necesidad propia de la comunidad. La gestión de la radio recae principalmente en Héctor Camero, quien es el líder más visible del movimiento. La conformación de la radio la integran la

misma comunidad aunque la programación y línea editorial son propuestas principalmente por la misma asociación civil. Su clara identificación con la corriente marxista-leninista le ha provocado una serie de contrariedades y una limitación muy evidente en la penetración del medio fuera de la comunidad Tierra y Libertad. Sin embargo, no es algo que preocupe a la radio, su atención se concentra en su propia comunidad y no en el resto del área.

El financiamiento de la radio proviene de la ACTyL y las aportaciones que cualquiera desee dar. Por la situación propia de la comunidad, ello no genera grandes problemas a la radio, puesto que han logrado convenios con la mayor parte de los prestadores de servicios lo que significa que pagan cuotas mínimas de los mismos.

#### **5.2.6.- SomosUno Radio**

Nombre	SomosUno Radio
Ciudad	Monterrey, Nuevo León
Fecha de inicio	2006
Estatus legal	N/A (Radio por internet)

SomosUno Radio surgió a raíz de la organización social generada tanto antes como después de las elecciones de 2006. Sus integrantes originales participaron en el movimiento encabezado por Andrés Manuel López Obrador, candidato a la presidencia de México en el mismo año. Después de su participación en la promoción del voto, algunos de sus integrantes formaron parte de la defensa del voto en los conteos distritales. Ahí, fueron testigos del fraude electoral y, al no

encontrar medios de comunicación que presentaran las evidencias que tenían, decidieron crear una radio por Internet para difundir esa información. Así, el 4 de diciembre del 2006, inicia transmisiones vía web desde la ciudad de Monterrey, Nuevo León, bajo la consigna de romper los cercos informativos. Con el tiempo fueron estableciendo lazos con distintas organizaciones sociales y asociaciones civiles, quienes ocasionalmente participan en la radio, brindando información y colaborando con los programas o elaborando los propios. Como en todos los demás casos de radios comunitarias, SomosUno Radio fue abriendo espacios a otros temas que se convirtieron en parte fundamental del proyecto: Defensa de los derechos humanos en todos sus ámbitos, justicia social, democratización de las instituciones, construcción de ciudadanía, entre muchos otros.

A diferencia de lo que ocurre con las frecuencias radiales, la Internet no tiene una legislación en México, por lo que este medio se constituye como uno de los más plurales en cuanto al manejo de información. Entre los aspectos positivos de su uso, se encuentra la posibilidad de llegar a cualquier lugar del mundo que se desee y a la libertad de expresión que aún existe en la web; entre sus aspectos negativos, se encuentran la imposibilidad de llegar al grueso de la población en el estado de Nuevo León o en México en general, puesto que el acceso a la web sigue siendo muy limitado y, en algunos casos de comunidades con grandes carencias, inexistentes.

De las radios que transmiten únicamente por Internet en Monterrey, (una de las principales ciudades de México y con un número de habitantes en su Estado de cerca de 5 millones) SomosUno Radio es la única que tiene una orientación social. Muchas de las otras que existen tienen de entretenimiento y lucrativos.

Las dificultades en cuanto al aspecto económico no son muy distintas a las demás radios comunitarias, salvo que por Internet se puede publicitar sin tantas restricciones, punto que no han sabido aprovechar del todo, por lo que básicamente sus ingresos residen en las propias aportaciones de los colaboradores y en los donativos que distintos ciudadanos realizan al medio.

La gestión interna tiende a la horizontalidad, puesto que cualquier miembro o colaborador de la radio puede expresar sus opiniones abiertamente, no obstante, se sigue teniendo verticalidad en las decisiones relevantes, algo que se ha discutido abundantemente entre sus integrantes y que ha llevado a más de uno a alejarse de la misma. Esto tampoco debe parecer muy extraño, todo medio comunitario está abocado a subsanar necesidades inmediatas que nos remiten a la misma comunidad. En el caso de una radio cuya comunidad es virtual, dicha comunidad se encuentra diluida y se dificulta su aproximación y apropiación del medio por parte del auditorio, principalmente debido a que, al ser vía web, requiere de una disposición y precisión para encender una computadora, escribir una dirección web de la cual ya se debe tener cierta referencia, y quedarse a escuchar el programa. Por ello, las decisiones que se toman pocas veces pueden considerar a la comunidad a la que sirven, teniendo que buscarse formas más convencionales para hacerlo. Debido a esto, para SomosUno Radio ha significado un gran logro el mantenerse en pie cerca de 4 años desde su creación y con un buen número de colaboradores participando en la estación.

La construcción discursiva está basada principalmente en los derechos humanos. De sus integrantes, la mayoría cuentan con estudios universitarios, algo que no ocurre con el resto de las radios comunitarias. Reúnen, entre sus colaboradores, una amplia gama de áreas y niveles académicos, desde doctores, hasta estudiantes universitarios. Esto es otro punto relevante, puesto

que si bien, al igual que otros medios de comunicación, pocos de sus integrantes son, de origen, conocedores del tema de comunicación, la mayoría de ellos han logrado de manera relativamente sencilla, tener acceso a cursos, talleres y diferentes formas de capacitación.

El servicio que brindan a la comunidad es principalmente informativo, pocas son las posibilidades reales (al ser vía Internet) que tienen para participar activamente en las comunidades de manera que no es del todo posible una incidencia en la conformación de una identidad para con el medio, como ocurre en otros casos. Talleres y cursos, fiestas, tocadas, aniversarios y algunos otros eventos, son los que realizan con el objetivo de acercarse a la gente, empero, los resultados no han podido ser los óptimos.

Por tanto, las radios por internet son una buena opción en cuanto a la libertad de expresión; sin embargo, distan aún, por los diferentes factores en contra que intervienen, en convertirse en una opción real que logre consolidar una cohesión social local en cualquier zona en la que se encuentre, principalmente si se habla de México, un país con un gran rezago en el acceso a la Internet.

### **5.3.- Convergencias entre las radios comunitarias estudiadas**

Las radios comunitarias estudiadas comparten un punto desde su origen, el estar conformadas por un movimiento social que buscaba mecanismos para informar a su comunidad sobre algún asunto de interés general: Radio Teocelo, la situación de los campesinos; Radio Totopo brindar información sobre el Plan Puebla-Panamá; Radio Erandi, el uso de un campo de futbol; La

Voladora Radio, brindar información sobre el volcán Popocatepetl; Radio Tierra y Libertad, el derecho a la vivienda y la defensa de los trabajadores y; SomosUno Radio, la denuncia del fraude electoral en las elecciones federales del 2006. Todas las radios mencionadas además se dieron cuenta que si bien iniciaron transmisiones con un objetivo particular, las problemáticas sociales eran diversas, por lo que decidieron abrir sus objetivos hacia otros asuntos. Los problemas para la obtención de permisos también es una constante, puesto que todas las radios citadas han tenido dificultades con las autoridades por este motivo, excepto SomosUno Radio, que transmite por internet. Otro punto que comparten es la vulnerabilidad económica en la que se encuentran, que les ha significado un gran esfuerzo para mantenerse al aire.

El número real de radios comunitarias en México es desconocido, pero como se pudo constatar en los casos analizados, cada una de ellas presentan un discurso que tiende a promover como eje central la defensa de los derechos humanos a raíz de la situación de vulnerabilidad en la que se encuentran los ciudadanos. Es esa vulnerabilidad la que fomenta, en determinado caso, la participación social en diversos ámbitos. Una de las expresiones de dicha participación reside, precisamente, en la conformación de radios comunitarias como una medida para eliminar la censura mediática al que están expuestas muchas comunidades. No se trata solamente de la creación de un medio de comunicación para el entretenimiento, sino de un medio para cumplir una función social en torno a las diferentes problemáticas en las que se encuentran. Por ello, el objetivo de las radios comunitarias es la justicia social. Dicho de otro modo, son medios para integrar las voces de la comunidad, la reafirmación de la identidad y la transmisión de una información donde son los propios ciudadanos quienes deciden qué es importante, cuándo lo dirán, cómo lo plantearán y, principalmente, por qué es necesario exponerlo a la luz pública. Ello

significa una crítica al establecimiento de la agenda que manejan los medios de comunicación convencionales, quienes han decidido manejar un discurso de acuerdo no a las necesidades de la población sino a intereses propios.

## 6. Conclusiones

Las radios comunitarias son una forma de comunicación que cumplen primordialmente una función social, ésta puede ser la construcción de ciudadanía, la reivindicación de los pueblos indígenas, la defensa de los derechos laborales, el acceso a información alternativa, entre muchas otras, pero todas se enmarcan en la defensa de los derechos humanos y están respaldadas por el libre acceso a la información y a la comunicación que diversos organismos internacionales han reconocido reiteradamente y, en algunos casos, en las legislaciones nacionales.

Las radios comunitarias, además de ser una forma de expresión de la ciudadanía, están constituidas principalmente por las comunidades, por lo que su programación dependerá de las necesidades específicas de cada contexto. La participación de las comunidades tanto en las acciones sociales como en los medios de comunicación, es un signo inequívoco de apertura democrática. Una democracia participativa que, de acuerdo a Enrique Suárez Íñiguez (2003), es por medio de la cual tanto el propio ciudadano como la organización social ejercen su capacidad de acción, de decisión. Este punto es sustancial para la integración de la sociedad en la vida económica, política y social. Lo que representa una búsqueda por una mejor calidad de vida de las personas, puesto que las radios comunitarias sirven como puente entre las necesidades de las comunidades y las políticas públicas que se llevan a cabo, tomando en cuenta a los ciudadanos involucrados. Por ende, dichos medios no son un fin en sí mismos, ya que de hacerlo dejarían de cumplir su primer objetivo de función social, sino el medio que busca mejorar el bienestar de la comunidad, por lo que persigue, en primera instancia, la justicia social.



## **6.1. Reconocimiento internacional de los medios comunitarios**

En el aspecto internacional se puede constatar que existen diversas Declaraciones, Acuerdos, Tratados y demás, que reivindican el acceso a la libertad de difusión de la información, e incluso en algunas leyes nacionales de diversos países latinoamericanos se puede ver que la orientación tiene una tendencia a legitimar sus políticas de medios de comunicación en torno a dichas manifestaciones y Declaraciones internacionales, lo que significa el reconocimiento de los ciudadanos a conformar medios comunitarios. No obstante, en México no ocurre lo mismo. La diversidad de tipos de radios que se encuentran en los medios comunitarios no se encuentran respaldados por las leyes mexicanas y, por el contrario, existe una persecución de Estado y de diversos grupos de poder hacia estos medios ha ocasionado que se encuentren en una situación de conflicto constante. Es, por lo tanto, una actividad de riesgo que tendría que estar respaldada por los diversos pronunciamientos internacionales que el mismo Estado mexicano ha hecho al respecto.

## **6.2. Ideología y poder**

Los medios de comunicación son vistos desde los grupos de poder como un método de control de población, puesto que la opinión pública es generada a partir de ellos. Las dificultades que en México se ha tenido en cuanto a una legislación que contemple a las radios comunitarias pasa por dicho análisis; es por esa razón que el número de radios comunitarias en México es tan

restringido. Según datos de Rafael Borbón, presidente del Consejo Consultivo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, en México «existen 1300 radios comerciales»,<sup>76</sup> que son protegidas por las leyes mexicanas y, para el caso de las radios comunitarias, el número de las que funcionan como tales es mínimo y viven una persecución legal basada en el nulo interés de las autoridades para regularlas. Hasta el día de hoy en el país son sólo 19 las radios comunitarias que cuentan con permiso, no obstante, según señala Aleida Calleja, vicepresidenta de la AMARC, son cerca de 200 las que se encuentran operando.<sup>77</sup> Pero las radios comunitarias no se enfrentan solamente al Estado, sino también a los grupos de poder quienes en los últimos años se han convertido en los encargados de legitimar a las mismas autoridades. Así, cuando se pretendía abordar el tema en el Senado de la República al incluirse una iniciativa a consideración del pleno por parte del senador Carlos Sotelo, La Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT) se ha abocado a tratar de deslegitimar a las radios comunitarias, aludiendo que es parte de un complot internacional promovido por el Presidente de Venezuela Hugo Chávez para la instauración del socialismo en el continente americano. Parte del desplegado que publicó la CIRT donde aparece su posicionamiento se muestra a continuación:

4.- El dictamen que el Senador Sotelo pretende someter hoy a votación, establece en México la creación de estos mal llamados “medios comunitarios”, con el objeto de entregarlos discrecional e indiscriminadamente, buscando imponer el modelo de comunicación chavista en México.

5.- La ley que pretende impulsar, busca regularizar a las estaciones de radio ilegales, cuyo

---

<sup>76</sup> La información que presenta Rafael Borbón en la noticia publicada por la Jornada, alude a un tema diferente al de las radios comunitarias, sin embargo, da las cifras del número de radios comerciales que existen en la actualidad en el país.

<sup>77</sup> Información obtenida en: [www.radioycomunicacionindigena.blogspot.com/2009/07/el-estado-reprime-el-trabajo-de-las.html](http://www.radioycomunicacionindigena.blogspot.com/2009/07/el-estado-reprime-el-trabajo-de-las.html)

financiamiento es de dudosa procedencia.<sup>78</sup>

La determinante posición de la CIRT, donde les dice «mal llamados» a los medios comunitarios, nos hace notar no sólo la poca cooperación de la CIRT en compartir el espectro, sino además, la percepción que tiene de los medios comunitarios y la importancia ideológica que para ellos tienen los medios de comunicación, lo que corrobora la tesis de Althusser al llamar a los medios de comunicación Aparatos Ideológicos de Estado. No se trata pues, del impedimento a que existan radios comunitarias, sino más bien, a que existan medios de comunicación que salgan de los parámetros establecidos por la propia CIRT, que son los propios de los grupos dominantes, de intereses particulares y, por tanto, los más convenientes para el Estado. En este entendido, para la CIRT podrían permitirse las radios comunitarias siempre y cuando su ideología fuera afín a sus intereses. No obstante, otro de los puntos importantes por lo que tanto la CIRT como los diversos grupos de poder han puesto tanta resistencia a una reforma en la ley de medios, es por la posible modificación de esquemas mentales que propone una radio comunitaria, debido a que apuesta por una forma alternativa de construcción social, alejándose de los modelos hegemónicos establecidos por los *mass media* que proponen una reflexión crítica de la información. Ello significa también un modo diferente de vinculación con el medio de comunicación que permite un mayor grado de cohesión social y de identidad en torno a fines distintos a los que interesan a los grandes grupos empresariales. Sumado a lo anterior está el nulo control que la CIRT puede ejercer sobre las radios comunitarias, definidas por su independencia de cualquier interés que no sea el social, aunque bien, en su mayoría, se les puede definir dentro del espectro ideológico y

---

78 Fragmento del desplegado que publicó la CIRT en los principales medios impresos del país. Fechado el 7 de diciembre de 2009. Información obtenida en: [www.amedi.org.mx/index.php?option=com\\_content&view=article&id=245:desplegado-de-la-cirt-contra-los-medios-comunitarios&catid=45:externas](http://www.amedi.org.mx/index.php?option=com_content&view=article&id=245:desplegado-de-la-cirt-contra-los-medios-comunitarios&catid=45:externas)

político de izquierda. Es por ello que la iniciativa en el Senado se detuvo, a presión de estos grupos de poder y de la Presidencia de México, lo que representa no sólo sometimiento del Estado a los grupos de poder, sino también una evidencia de la falta de democracia en cuanto al acceso a la libertad de expresión y a la información por parte de las políticas que se llevan a cabo en el país.

### **6.3. Las radios comunitarias y la situación en conflicto en la que se desenvuelven**

Si bien las radios comunitarias casi siempre vivieron en la clandestinidad, en la presidencia de Vicente Fox (2000-2006) hubo intentos de legitimar a los medios comunitarios, no obstante no fue posible a pesar de que se lograron algunos permisos para éstos. Con la entrada de Felipe Calderón a la presidencia de México inicia una nueva etapa en la vida de los medios comunitarios, pues comenzó una persecución sistemática de los mismos por parte del Estado, de modo que éste se reafirmó como uno de los principales obstáculos a vencer. Según datos de la AMARC, del 2006 al 2009 se cerraron cerca de 100 radios comunitarias, muchas de ellas con un uso abusivo de la fuerza. Por ejemplo, en el caso del cierre de la estación de la Radio Tierra y Libertad, en el operativo participaron aproximadamente 120 elementos de la policía y dicho operativo se realizó mientras se transmitía un programa infantil realizado por niños de la propia comunidad.

El posicionamiento crítico de las radios comunitarias es otro de los factores por lo que poco se ha hecho para avanzar en su reconocimiento. Aun y cuando ha habido acercamientos a

funcionarios y las radios han podido tener una relación cordial con ellos, la mayoría de los mismos no están dispuestos a ser cuestionados y a que la ciudadanía les demande el cumplimiento de sus deberes. Por tanto, el no reconocimiento de las radios comunitarias se traduce, para una buena parte de los políticos, en la posibilidad de ejercer funciones sin hacer rendición de cuentas a la ciudadanía. Algo que ha formado parte de la historia política mexicana y que muchos funcionarios desean que continúe así.

Además del Estado se encuentran a los grupos de poder que son quienes controlan buena parte de la economía nacional. Si bien los grandes grupos mantienen un ataque a las radios comunitarias desde el terreno político, no ocurre lo mismo con aquellos grupos locales quienes sí se ven afectados por las líneas editoriales de los medios comunitarios que muchas veces promueven la difusión de información en contra de estos grupos de poder. Esto se da principalmente en las zonas rurales de algunos estados como Oaxaca, Chiapas, Guerrero o Michoacán, donde las radios comunitarias se han visto agredidas por empresarios locales, caciques, funcionarios públicos e inclusive grupos paramilitares.

#### **6.4. Periodistas comunitarios**

El periodismo en México se ha convertido en un oficio peligroso, pero más aún si se habla del periodismo comunitario puesto que en la gran mayoría de los casos se hace una diferencia, por parte de diversas instituciones y organizaciones, entre periodistas de medios comerciales y periodistas comunitarios. En el caso de México, eso puede significar una diferencia importante,

puesto que el ámbito de influencia de los primeros es mucho mayor, por lo que se les suelen dar mayores garantías y prerrogativas; en el caso de los segundos, principalmente si no se cuenta con permiso de transmisión, puede significar desde la negativa a otorgar una entrevista hasta hacer caso omiso en caso de un atentado. México se ha convertido en uno de los países más peligrosos del mundo para los periodistas y, de 2006 a la fecha, según datos de la Comisión Nacional de Derechos Humanos, se contabilizan 36 periodistas asesinados, pero ello no incluye a varios periodistas comunitarios que, al no ser reconocidos como tales, no son contabilizados. En un comunicado, la CNDH subrayó la responsabilidad del Estado de erradicar la impunidad que atenta contra la libertad de expresión. Como ejemplo de lo anterior se puede mencionar el asesinato en el 2008 de dos mujeres, Teresa Bautista y Felicitas Martínez, quienes eran comunicadoras de la radio comunitaria *La voz que rompe el silencio*, ubicada en territorio Triqui en el estado de Oaxaca. Estos asesinatos no han sido esclarecidos ni se han presentado avances de las investigaciones correspondientes. La situación, por tanto, no es sencilla para los comunicadores comunitarios ya que se encuentran en un estado de vulnerabilidad al no ser reconocidos como tales, quedando expuestos a diversos grupos, quienes al sentirse impunes, pueden cometer cualquier tipo de acto delictivo en contra de los periodistas sin que haya un respuesta contundente por parte del Estado. Pero la situación ha llegado más lejos con la guerra que el Estado mexicano ha entablado con el narcotráfico en México, ello ha llevado a los periodistas, tanto comerciales como comunitarios, a vivir en una situación de paranoia y terror. En entrevista radiofónica con Carmen Aristegui, en MVS radio, Gustavo de la Rosa Hickerson, visitador en Ciudad Juárez de la Comisión Estatal de Derechos Humanos, comentó que no hay

ninguna fiscalía contra asesinatos de periodistas,<sup>79</sup> haciendo alusión a la tardanza por parte de las autoridades correspondientes para investigar el asesinato del periodista Luis Carlos Santiago Orozco de *El Diario de Juarez*. La presunta inactividad, demora y/o colusión, de algunas autoridades en el tema de los delitos contra periodistas es una de las principales causas por las que la denuncia de hechos es muy baja, como lo comenta la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en su informe preliminar sobre derecho a la libertad de opinión y expresión presentado en agosto de 2010:

Ssegún la información recibida, la gran mayoría de las agresiones contra periodistas locales o regionales, no se denuncian por falta de confianza en la gestión de las respectivas autoridades. Las cifras reportadas así como la información adicional recibida permiten afirmar que desde el año 2000 México es el país más peligroso para ejercer el periodismo en las Américas.<sup>80</sup>

Por tanto, la situación se ve difícil en materia de periodismo y aún más cuando se habla del comunitario.

---

79 De acuerdo a la definición que se encuentra en su página de Internet, la Fiscalía Especial para la Atención de Delitos cometidos contra Periodistas, representa a la sociedad mexicana en la investigación y persecución de todas aquellas conductas probablemente delictivas, cometidas en contra de periodistas, que tengan como propósito impedir el libre ejercicio de su actividad profesional, de mantener bien informada a la sociedad, con estricto apego a los principios de legalidad, certeza, seguridad jurídica, y absoluto respeto a los derechos humanos, conservando el Estado de Derecho. Información obtenida en <http://www.pgr.gob.mx/Combate%20a%20la%20Delincuencia/Delitos%20Federales/FPeriodistas/Quienes%20Somos.asp>

80 Informe preliminar sobre derecho a la libertad de opinión y expresión presentado en agosto de 2010. Información obtenida en: <http://www.libertad-expresion.org.mx/wp-content/uploads/2010/08/Informe-preliminarOEA-ONU.pdf>

## **6.5. Resultados de los casos de radios comunitarias**

Los casos analizados en la presente investigación nos demuestran la diversidad de situaciones que se presentan para la conformación de una radio comunitaria. Sin embargo, todas parten de la organización social de la comunidad en busca de justicia social en diferentes ámbitos, como por ejemplo: problemáticas con campesinos, situaciones de carácter medio ambientales o de posibles desastres naturales, necesidades de vivienda y educación, o sencillamente, el deseo de participación ciudadana por motivos censura en los medios de comunicación convencionales. De este modo, se nos presentan una serie de dificultades que las radios comunitarias sufren en el camino a su consolidación como medio de comunicación.

Además de los problemas ya mencionados, deben considerarse las dificultades económicas en las que se encuentran y la falta de una ley adecuada para, por lo menos, satisfacer sus necesidades básicas de subsistencia. En este sentido, es menester hacer hincapié en las modificaciones a las leyes que complican aún más la situación de las radios comunitarias al hacerlas susceptibles de impuestos que anteriormente no tenían.

Las radios comunitarias son un espacio de libertad de expresión de las diferentes comunidades. Posibilitan principalmente la participación política y social de los ciudadanos, además de abrir espacios para información de poca o nula difusión en los medios comerciales. Permiten, además, la vinculación de diversos sectores sociales convirtiéndose realmente en un «medio» que coadyuva a la cohesión y participación social, lo que representa una reafirmación identitaria.

Como se ha visto, algunos medios comunitarios son parte sustancial de la vida



comunitaria al ofrecer otros servicios a la población, ya sea en materia educativa, de capacitación, de defensa de derechos humanos, legales, médicos, entre otros, ello implica una búsqueda en el mejoramiento de la calidad de vida de sus escuchas, de su comunidad.

## **6.6. Propuestas en materia de radiodifusión comunitaria**

Muchos han sido los escritos que se han realizado en México en materia de una nueva ley de radio y televisión que incluya a las radios comunitarias. Además de la AMARC, la Asociación Mexicana del Derecho a la Información (AMEDI)<sup>81</sup> integrada por periodistas, intelectuales, artistas, académicos, investigadores y especialistas en el tema, presentó en septiembre del 2007 una propuesta ante los senadores de la República. En ella se estipuló la necesidad de libre acceso de los ciudadanos a los medios de comunicación comunitarios para dar respuesta a las necesidades inmediatas, alegando que ya es hora de el Estado mexicano les dé reconocimiento:

Creemos que la legislación no puede ni debe ignorar una realidad que el mundo democrático ha recogido, y cuya necesidad está a la vista en nuestro país con el surgimiento frecuente de estaciones que se instalan al margen de los procesos legales, a lo que conduce no una voluntad de

---

81 La AMEDI está conformada por las siguientes personas: En el Consejo directivo: Javier Corral Jurado, Jorge Fernando Negrete , Beatriz Solís Lerée, Gabriel Sosa Plata, Mónica Lozano Serrano, Aleida Calleja, Dolores Béistegui , Virgilio Caballero Pedraza, José Agustín Pineda Ventura , Leoncio Acuña Herrera. En el Consejo Consultivo : Miguel Ángel Granados Chapa, Gustavo Reyes Terán , Carlos Padilla Ríos, Jorge Carpizo Macgregor, María Teresa Gómez Mont, Raúl Trejo Delarbre, José Antonio Crespo, Alberto Aziz Nassif, Denise Dresser , Carmen Aristegui Flores, Gustavo Esteva , Luis Javier Solana, Gael García Bernal , Jesús Cantú Escalante, Carlos Ortiz Tejeda, Ernesto Velásquez Briseño, Raúl Padilla, Loretta Ortiz Ahlf, Ricardo Ráphael de la Madrid , Daniel Giménez Cacho, Agustín Ramírez, Felipe Cazals, Elena Poniatowska , Néstor García Cancilini, Fernando Serrano Migallón, Inna Payán, Francisco Toledo, Francisco José Paoli Bolio, Francisco Valdés Ugalde, Jaime Cárdenas Gracia, Jose Woldenberg, Aleida Calleja.

ilegalidad sino lo complejo y discriminatorio que representa el trámite actual. Darle una justa solución, mediante un proceso de asignación transparente y simplificado, que reconozca sus reales posibilidades económicas, logrará conducir el ejercicio de este derecho por la vía de la ley (AMEDI, 2007).

Por ello apoyan a la propuesta de la AMARC. No obstante, no hubo un replanteamiento en las leyes en materia de radiodifusión pero sí una disposición por parte del Senado y de diversos actores involucrados para plantear reformas. En diciembre de 2009 el senador Carlos Sotelo, del PRD, presentó una propuesta que si bien no representaba grandes adelantos sí una modificación en la ley vigente, no obstante, no prosperó, decidiendo postergar su discusión. Sin embargo, desde 2008 se trabajaba en una reforma integral en materia de radiodifusión, que concluyó en la iniciativa de Ley de Telecomunicaciones y de Contenidos Audiovisuales que está avalada por la AMEDI y por la AMARC. En el presente año (2010), se concluyó la nueva iniciativa de ley que plantea grandes modificaciones a comparación de la ley anterior en la materia. Si bien permanece aún hoy como iniciativa y aún falta su discusión, esta nueva ley está apoyada por legisladores de diferentes bancadas y su aprobación significaría un adelanto muy significativo en materia de telecomunicaciones.

### **6.7. La internet como medio de comunicación alternativo**

La aparición de la internet ha provisto de nuevas herramientas a los movimientos sociales para la difusión a escala global de los malestares sociales, aunque también debe tomarse en cuenta que

el acceso a la internet sigue siendo sumamente limitado, sobre todo en países con una pobreza tan acrecentada como México. Por ello es que los medios de comunicación tienen una gran relevancia social, ya que la difusión de la información es elemental para la conformación de una conciencia acerca de la realidad nacional. Por supuesto, los juegos de poder que prevalecen en las altas esferas políticas limitan de manera importante la difusión de dicha información. En su mayoría, los medios de comunicación convencionales han decidido jugar sus propias cartas en relación con el poder político, de modo que establecen una agenda mediática que persigue fines muy particulares de acuerdo al interés del propio medio. Es bajo ese contexto que los medios de comunicación alternativos, presentan una posibilidad para los movimientos sociales, pues permiten la difusión de información alternativa a la oficial así como la vinculación directa de las comunidades tanto en el quehacer propio de la radio como con la vinculación de las propias comunidades.

## Bibliografía

- Althusser, L. (2009). *Ideología y aparatos ideológicos del Estado*. México: Quinto Sol.
- Álvarez Enríquez, Lucía. (1999). *Creación de alternativas en México*. México: UNAM.
- Arjona, Juan Carlos y otros. (2008). *Bases para una política pública en materia de libertad de expresión y medios comunitarios*. México: AMARC.
- AMEDI. (2007). *Propuesta de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información al grupo plural para las reformas de las leyes de radio y televisión y telecomunicaciones del senado de la república*. México: AMEDI.
- Aziz Nassif, Alberto y Jorge Alonso. (2009). *México una democracia vulnerada*. México: CIESAS; Porrúa.
- Botero Montoya, Luis Horacio. (2006). *Teoría de públicos: lo público y lo privado en la perspectiva de comunicación*. Colombia: Universidad de Medellín.
- Calleja, Aleida y Beatriz Solís. (2007). *Con permiso la radio comunitaria en México*. México: AMARC; AMEDI; Comunicación comunitaria; CMDPDH.
- Calva Jose Luis y Alberto Arroyo Picard. (2007). *Volumen II de empleo, ingreso y bienestar*. México: UNAM
- Castells, Manuel. (2009). *La era de la información: Economía, sociedad y cultura. vol II, El poder de la identidad*. México: Siglo XXI.
- De Sousa Santos Boaventura. (2005). *Foro social mundial: manual de uso*. España: Icaria.
- Diez, Eloisa y otros. (2008). *Radios comunitarias y contexto de conflicto en México*. México: AMARC-México.

- Escudero Chauvrel, L. y C. García Rubio. (2007). *Democracias de opinión*. Argentina: La Crujía.
- Etchegoyen, Miguel A. (2006). *Educación y ciudadanía. La búsqueda del buen sentido en el sentido común*. Argentina: La Crujía.
- Ferrari, German. (2001). *La comunicación principio fin y dilema de los medios masivos*. Argentina: Longseller.
- Foladori Guillermo y Gustavo Melazzi. (2009). *La economía de la sociedad capitalista y sus crisis recurrentes*. Uruguay: Universidad de la República, Comisión Sectorial de Extensión y Actividades en el Medio (CSEAM).
- Fox, Elizabeth. (1989). *Medios de Comunicación y Política en América Latina*. México: Gustavo Gili.
- Foucault, Michel. (1991). *La arqueología del saber*. México: Siglo XXI
- Freire, Paulo. (1970). *Pedagogía del oprimido*. Uruguay: Tierra Nueva.
- García Canclini, Nestor. (1990). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. México: Grijalbo.
- Garza, Ramiro. (2004). *Radiomanías. Apuntes, ideas y recuerdos*. México: Tomo.
- Geert, Andrés y Víctor van Oeyen. (2001). *La radio popular frente al nuevo siglo: estudio de vigencia e incidencia*. Ecuador: Aler.
- Gil Covarrubias, Cesar y José Javier Muñoz. (1988). *La radio: Teoría y práctica*. España: Instituto Oficial de la Radio y la Televisión.
- Gómez, Gustavo y Carolina Aguerre (coord). (2009). *Las mordazas invisibles. Nuevas y viejas barreras a la diversidad en la radiodifusión*. Argentina: AMARC.

- Habermas, Jürgen. (1999). *Teoría de la acción comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social*. España: Taurus.
- Lamas, Ernesto. (2003). *Gestión integral de la radio comunitaria*. Ecuador: FES; Promefes.
- León, Osvaldo y otros. (2005). *Movimientos sociales y comunicación*. Ecuador: ALAI.
- London Jack. (2003). *El pueblo del abismo*. España: Valdemar.
- López Paniagua, Rosalía. (2004). *Pobreza urbana y neoliberalismo en México: formas de acceso a la vivienda y alternativas de política social*. México: UNAM.
- Martín-Barbero, Jesús. (2010). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Anthropos; UAM.
- Mattelart, Armand y Michele Mattelart. (1997). *Historia de las teorías de la comunicación*. España: Paidós.
- Mattelart, Armand y Érik Neveu. (2004). *Introducción a los estudios culturales*. México: Paidós.
- Merayo Pérez, Arturo (coord). (2007). *La radio en Iberoamérica; evolución, diagnóstico y prospectiva*. España: Comunicación Social.
- Moreira Carlos, Diego Raus y Juan Carlos Gómez Leytón. (2008). *La nueva política en América Latina: ruptura y continuidades*. Uruguay: Trilce.
- Ornelas, Ana. (2007). *Comunicación, doble vínculo y educación en la sociedad contemporánea*. México: Plaza y Valdés.
- Ortega y Gasset, José. (1993). *La rebelión de las masas*. España: Espasa.
- Paoli, J. Antonio. (1983). *Comunicación e información: Perspectivas teóricas*. México: Trillas; UAM.
- Peppino Barale, Ana María. (1993). *Radio popular en América Latina. Inventario de*

- organizaciones*. México: UAM; Gernika.
- Peppino Barale, Ana María. (1999). *Radio educativa, popular y comunitaria en América Latina*. México: Plaza y Valdés.
- Prieto, Daniel. (2004). *Retórica y manipulación masiva*. México: Coyoacán.
- Rebeil Corellas, María Antonieta y otros. (2000). *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. México: Trillas.
- Romo, Cristina. (1991). *Ondas, canales y mensajes: un perfil de la radio en México*. México: ITESO.
- Sen, Amartya y Esther Rabasco. (2000). *Desarrollo y libertad*. España: Planeta.
- Serrano, Pascual. (2009). *Desinformación. Cómo los medios ocultan el mundo*. España: Península.
- Solís, Beatriz (coord). (2005). *Retos y perspectivas de la comunicación en el marco de la reforma del Estado*. México: Fundación Konrad Adenauer, A.C.
- Suárez Iñiguez Enrique. (2003). *Enfoques sobre la democracia*. México: UNAM.
- Thompson, John B. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM.
- UNESCO. (2008). *Voces para acallar el silencio: Libertad de expresión y de prensa*. Costa rica: UNESCO.
- Vega Montiel, Aimeé y otros. (2008). *Las claves necesarias de una comunicación para la democracia: libro colectivo de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación 2007*. México: Universidad Juárez Autónoma de Tabasco.
- Winocur, Rosalía. (2002). *Ciudadanos mediáticos: La construcción de lo público en la radio*. México: GEDISA.

Zizek, Slavoj. (2001). *El sublime objeto de la ideología*. México: Siglo XXI.

Libros en soporte web:

Ballesteros López, Tito. (2008). *Radios católicas*. Colombia. Disponible en:  
[www.radioteca.net/cap/1300006.zip](http://www.radioteca.net/cap/1300006.zip)

Gómez Puerto, Ángel B. (2008). *Ciudadanía, estado social y desarrollo sostenible. Reflexiones para reforzar los valores democráticos y constitucionales*. España:  
[www.publicatuslibros.com](http://www.publicatuslibros.com). Disponible en: <http://www.publicatuslibros.com/bibliotec/libro/ciudadania-estado-social-y-desarrollo-sostenible>

López Vigil, José Ignacio. *Manual urgente para radialistas apasionados*. Ecuador. Disponible en: [www.radialistas.net/manual\\_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf](http://www.radialistas.net/manual_urgente/ManualUrgenteRadialistas.pdf)

Tesis:

Galarza, Teodoro. (2003). «Estrategias interactivas en la radio comunitaria educativa. El caso IRFEYAL». Tesis doctoral; Universidad Autónoma de Barcelona.

Revistas en línea:

Mejía Barquera, Fernando. (marzo – mayo 2007). «Historia mínima de la radio mexicana». *Revista de Comunicación y Cultura*. Año 1, Edición 1. Disponible en:



web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf (acceso mayo 15, 2010).

Salvador Benitez, Lorenzo. (enero-marzo 2008). «Desarrollo, educación y pobreza en México».

*Papeles de Población*, núm.55, Universidad Autónoma del Estado de México. Redalyc.

UAEMEX. Disponible en: [http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?](http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11205510)

[iCve=11205510](http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=11205510) (acceso abril 5, 2010).

Thompson John B. (octubre 1991), «La comunicación masiva y la cultura moderna;

Contribución a una teoría crítica de la ideología» (Trad. Silvia Gutierrez). *Versión.*

*Estudios de comunicación y política*, núm.1, Universidad Autónoma Metropolitana-

Unidad Xochimilco. Disponible en: [http://148.206.107.10/biblioteca\\_digital/](http://148.206.107.10/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=7&tipo=ARTICULO&id=2128&archivo=71402128yrr.pdf&titulo=La%20comunicaci%F3n%20masiva%20y%20la%20cultur%20moderna:%20Contribuci%F3n%20a%20una%20teor%EDa%20cr%EDtica%20de%20la%20ideolog%EDa)

[estadistica.php?id\\_host=7&tipo=ARTICULO&id=2128&archivo=71402128yrr.pdf&titulo=](http://148.206.107.10/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=7&tipo=ARTICULO&id=2128&archivo=71402128yrr.pdf&titulo=La%20comunicaci%F3n%20masiva%20y%20la%20cultur%20moderna:%20Contribuci%F3n%20a%20una%20teor%EDa%20cr%EDtica%20de%20la%20ideolog%EDa)

[=La%20comunicaci%F3n%20masiva%20y%20la%20cultur%20moderna:%20Contribuci](http://148.206.107.10/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=7&tipo=ARTICULO&id=2128&archivo=71402128yrr.pdf&titulo=La%20comunicaci%F3n%20masiva%20y%20la%20cultur%20moderna:%20Contribuci%F3n%20a%20una%20teor%EDa%20cr%EDtica%20de%20la%20ideolog%EDa)

[%F3n%20a%20una%20teor%EDa%20cr%EDtica%20de%20la%20ideolog%EDa](http://148.206.107.10/biblioteca_digital/estadistica.php?id_host=7&tipo=ARTICULO&id=2128&archivo=71402128yrr.pdf&titulo=La%20comunicaci%F3n%20masiva%20y%20la%20cultur%20moderna:%20Contribuci%F3n%20a%20una%20teor%EDa%20cr%EDtica%20de%20la%20ideolog%EDa)

(acceso mayo 15, 2010).

Sitios web:

Chomsky, Noam. «El control de los medios de comunicación». ([www.rebelion.org](http://www.rebelion.org))

<http://www.rebelion.org/noticia.php?id=1399> (acceso abril 18, 2010).

Garza García, Francisco Javier. «¿Cuál cerco informativo?». SomosUno Radio (septiembre de

2008): [www.somosunoradio.org/?p=4316](http://www.somosunoradio.org/?p=4316) (acceso julio 18, 2010).

Morales Carlos. (28 de noviembre de 2004). «El profeta del apocalipsis», entrevista con Armand

Mattelart, *suplemento Domingo de La Prensa*. Disponible en:

[www.globalizacion.org/entrevistas/MattelartApocalipsis.htm](http://www.globalizacion.org/entrevistas/MattelartApocalipsis.htm) (acceso el 10 de octubre de 2009).

Sánchez Rondón, Estíbaliz. «¿Información o manipulación? La utilización de la prensa, la radio y la publicidad en unas elecciones municipales y su aplicación en el aula E/LE». XIV Congreso Internacional de Asele, Burgos, 2003. (Centro Virtual Cervantes): [http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca\\_ele/asele/pdf/14/14\\_0551.pdf](http://cvc.cervantes.es/ensenanza/biblioteca_ele/asele/pdf/14/14_0551.pdf) (acceso junio21, 2010).

Otros documentos:

Declaración de Principios sobre Libertad de Expresión emitida por la Comisión Interamericana de Derechos Humanos en octubre del año 2000. Información obtenida en [www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm](http://www.cidh.org/Basicos/Basicos13.htm) (acceso el 16 de octubre de 2009).

Declaración Universal de los Derechos Humanos, aprobada por la Asamblea General de las Naciones Unidas el 10 de diciembre de 1948. Información obtenida el 16 de octubre de 2009 en [www.un.org/es/documents/udhr/](http://www.un.org/es/documents/udhr/)

Resolución 59(1) aprobada el 16 de diciembre de 1946 por la Asamblea General de la Organización de las Naciones Unidas. Información obtenida en [www.un.org/spanish/documents/ga/res/1/ares1](http://www.un.org/spanish/documents/ga/res/1/ares1) (acceso el 15 de octubre de 2009).

Convención Americana sobre Derechos Humanos (Pacto de San José) suscrita en la Conferencia Especializada Interamericana sobre Derechos Humanos en noviembre de 1969. Información obtenida en [www.oas.org/juridico/\\_spanish/Tratados/b-32.html](http://www.oas.org/juridico/_spanish/Tratados/b-32.html) (acceso el 16

de octubre de 2009).

Declaraciones sobre el Fomento de Medios de Comunicación Independientes y Pluralistas emitidas como resolución del Seminario sobre el desarrollo de los Medios de Comunicación y la Democracia en América Latina y el Caribe, llevado a cabo la ONU-UNESCO-PNUD en 1994 en Santiago de Chile. Información obtenida en UNESCO. *Voces para acallar el silencio: libertad de expresión y de prensa*. (San José, Costa Rica: UNESCO, 2008).

Entrevistas:

Anónima 1, colaborador de Radio Totopo, entrevista, 28 de junio de 2010.

Anónima 2, colaborador de Radio Totopo, entrevista, 28 de junio de 2010.

Galicia Castro Verónica, directora general de La Voladora Radio, entrevista, 7 de junio de 2010.

Rosales Montes, Antonio, colaborador de Radio Erandi, entrevista, 19 de junio de 2010.

Torres Romero, Alma Eva, colaboradora de Radio Teocelo, entrevista, 1 de Mayo de 2010.