

UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA

LA RADIO Y LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

T E S I S

QUE PRESENTA :

MERCEDES CAROLINA FLORES MELÉNDEZ

PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN PEDAGOGIA

DIRECTOR DE TESIS

Dr. Raúl Enrique Anzaldúa Arce

México, D.F.

Julio 2004

DEDICATORIA

A Horacio Guerrero Zayas, mi esposo y cómplice de la vida. A mi hijo Alfonso Ivan que ilumina todos mis días.

AGRADECIMIENTO

Agradezco enormemente a mi maestro Raúl Anzaldúa por todo su tiempo y paciencia ante la postergada entrega de este trabajo así como a mis profesores y amigos que estuvieron interesados por esta investigación y por sus atinadas correcciones y sugerencias.

Asimismo todo mi amor y agradecimiento a mis padres, Maria Meléndez y Roberto Flores y a todos aquellos que conforman mi hermosa familia.



“LA RADIO
Y LA
PARTICIPACIÓN
DEMOCRÁTICA

INDICE

Introducción	6
CAPÍTULO I. Hacia una definición de la radio	9
1.1 La señal radiofónica	10
1.1.1 Los procesos del signo	12
1.2 Características de la radio como medio de comunicación	15
1.2.1 La radio desde lo auditivo	15
1.2.2 La radio desde lo social	16
1.2.3 La radio desde lo psicológico	18
1.2.4 La radio desde la producción	21
1.2.5 La radio educativa	23
CAPÍTULO II. Etapas de la radio	26
2.1 Radio difusión	26
2.2 Radio imitación	27
2.3 Radio espectáculo	27
2.4 Radio música y noticias	29
2.5 Radio tocadiscos, CK, MP3, MINIDSC...	29
2.6 Funciones de la radio	31

CAPÍTULO III. ¿Qué es la democracia?	36
3.1 La democracia y los medios de comunicación en México	42
3.2 Esbozo de la relación medios y Estado	45
3.3 La participación como valor de la democracia	49
3.4 La formación de valores y la participación democrática	52
CAPÍTULO IV. Derecho a la información y educación Ciudadana	57
4.1 Alcances de la participación	65
4.2 La participación en la radio	67
4.3 Objetivos de la investigación	71
4.4 Metodología utilizada	72
4.5 Muestra de datos obtenidos	75
4.6 Análisis de la muestra	86
4.7 Análisis de contenido	87
CONCLUSIONES	94
BIBLIOGRAFÍA	99

INTRODUCCIÓN

La presente investigación se acerca una vez más al estudio de los medios de comunicación y específicamente al de la radio. Mucho se ha escrito y dicho sobre este tema ya que durante el inicio de éstos han regido gran parte de nuestras vidas, sin embargo hoy más que nunca su poder económico y político, así como su tecnología inmediata, penetran en cada una de las mentes sociales.

Esto significa que la ideología que transmiten los medios de comunicación influye fuertemente en la sociedad, ya que son estos los que nos señalan "cómo vestir, cómo vivir, qué pensar, qué sentir, qué aspiraciones y cómo lograrlas". De tal manera que la realidad se muestra mitificada, descontextualizada así como los procesos históricos y la lucha de clases, es lo que menos importa.

La ciudadanía no tiene voz en los medios de comunicación colectivos pues, los movimientos sociales que alcanzan un nivel de organización no cuentan con el interés de éstos para ser difundidos o presentados ante la sociedad. El uso social que pudieran tener los medios ha quedado determinado por la presencia de un fuerte contexto económico y político que condiciona el uso social de los mismos.

En este mismo tenor, el Estado no ha sido responsable del papel rector de los medios, simplemente a sido un gran negociador, así como su profundo interés por censurar a quienes no emiten mensajes en su beneficio.

Debido a que no se ha permitido la participación de la sociedad en los grandes grupos de medios electrónicos, se prolonga la desvinculación social del análisis consecuente real que padece la ciudadanía, impidiendo por tanto un verdadero desarrollo nacional.

En una sociedad en donde se vive una democracia "plena", se necesitan de: actores, ciudadanos activos, participativos, los cuales constituyan dicha democracia. No es suficiente vivir una gobernabilidad democrática en donde sólo depende de que se organicen elecciones limpias y transparentes; se necesita de la participación constante, crítica, activa y reflexiva de la sociedad, si este derecho no se ejerce, la vida política así como su estado de derecho será intrínseca. La plenitud de la democracia depende de cada uno de nosotros, así como de los partidos políticos, del gobierno, de los medios de comunicación, de la escuela, etcétera.

Por ello se espera que esta investigación contribuya al conocimiento de las actuales necesidades sociales como educativas; en donde la educación cívica pueda tener alcances en los medios de comunicación a través de la participación democrática. Necesidades que requieren de profesionistas pedagogos, ya que los problemas no solo se dan y se resuelven en las aulas, las necesidades sociales deben ser estudiadas desde los diversos campos profesionales y uno de ellos es la pedagogía.

CAPÍTULO I.

Hacia una definición de la Radio



CAPÍTULO I.

HACIA UNA DEFINICIÓN DE LA RADIO

Para desarrollar el presente capítulo es necesario conocer a la radio ya que esta puede ser un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o solamente de comunicación tecnificada, esto dependerá siempre del juicio que se utilice, sin embargo la radio al igual que otros medios masivos de comunicación cuenta con cuatro características, que los han hecho trascendentes, por que:

- Esta dirigida a públicos amplios.
- Cuenta con contenidos públicos, abiertos a grupos sociales diversos.
- La relación entre emisor y público es impersonal.
- El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí.

Así pues la radio como medio es fundamentalmente un elemento de lo que se ha dado en llamar "comunicación social"¹ ya que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes. La BBC de Londres menciona que los medios de comunicación social tiene tres funciones: informar, educar y divertir, aunque la radio en México solo

¹ ESTEINOU Madrid, Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. Ed. Nueva Imagen México 1983.

se ha ocupado de divertir, entretener y persuadir a la audiencia, muy pocas veces se informa objetiva y verazmente.

La función educativa ha sido cuestionable y limitada ya que ha prevalecido el fomento del consumismo que llega a imponer estereotipos de lo que debe ser una mujer, hombres y niños así como los diferentes roles a los que deben responder.

1.1 LA SEÑAL RADIOFÓNICA



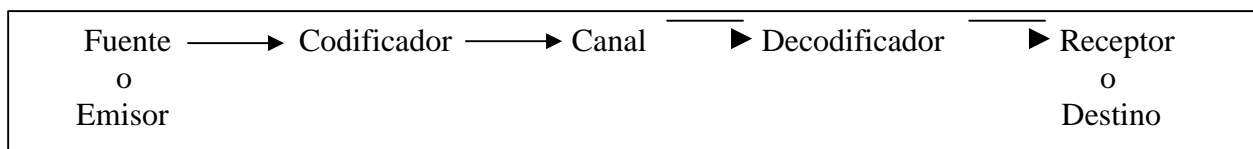
La radio es un sistema que transmite señales, en el modelo comunicativo de Barlow² los elementos con que cuenta este sistema son:

- a) Fuente o emisor, que es la estación radiofónica la que genera una corriente alterna a una determinada frecuencia.
- b) El codificador es el que modula o cambia algunas de las características del mensaje transformándolo en señales propiamente dichas.
- c) El tercer elemento del sistema es el canal que no es otra cosa que el mismo aire por donde se desplaza la información por medio de ondas hertzianas.

² BARLOW, Eric. Acercamiento a los procesos de la radio. Edit.Colmenares, México, 1978.

- d) El canal cumple su cometido y transporta la información que es recibida por el aparato receptor de radio que, a su vez, capta, detecta, la amplifica y la decodifica, transformándola en el mensaje original que dio lugar a la señal.
- e) El destino que es el elemento central de nuestro sistema, el radioescucha.
- f) El ruido, es otro atributo del sistema y uno muy importante, porque se presenta en todas partes, invade a todo el sistema, distorsionándolo y provocando que el mensaje no sea tan fiel como fue emitido.

Llamar atributo al ruido, no significa que sea un elemento indispensable del sistema, sino que es un elemento que se presenta aun cuando se trate de evitar.



QUE ES LO MISMO A



Ahora bien, el estudio del proceso de transmisión de la señal no tiene ningún sentido, si no hacemos un análisis del proceso del mensaje así como algunas de las características de la radio como medio de comunicación y la función ideológica que ejerce en las masas.

1.1.1 LOS PROCESOS DEL SIGNO

La comunicación radiofónica se presenta como un sistema, que cuenta con elementos definidos, los cuales, a su vez, cuentan con funciones específicas que les permiten relacionarse. En el proceso de comunicación radiofónica es la fuente en donde el comunicador (el guionista, locutor, actor, comentarista, etcétera) envía un mensaje con un determinado contenido este tiene que tener relación directa con el receptor, de lo contrario no se emitiría una buena información.

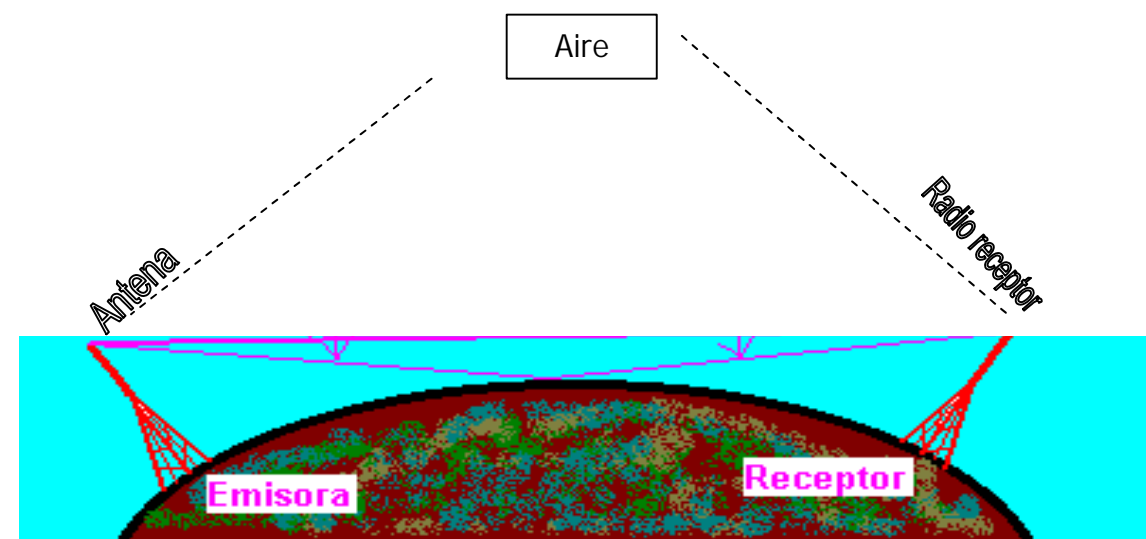
El siguiente paso es hacer una primera codificación, la cual será la utilización del lenguaje, en donde la presentación de un estilo, debe ser acorde con el contenido, que serán comunes al



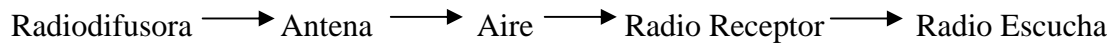
receptor de manera que se asegure que el destinatario recibe el mismo mensaje original. Maletzke,³ habla de dos presiones que pesan sobre el comunicador que es la presión del mensaje y la presión del medio sobre sí mismo, pues el mensaje que se desee enviar debe ser en relación al receptor y al código adecuado al medio.

De la fuente o comunicador, el mensaje pasa al transmisor en donde se realiza una segunda codificación que entra de lleno en la radio difusión, es decir el mensaje se trasforma en una señal capaz de pasar a través del aire (canal) para que pueda llegar al receptor. De la fuente, del codificador y del canal se obtiene una señal o signo, este es lo que significa y lo que contiene el mensaje.

La decodificación es realizada por el público que entiende el mensaje. Uno de los problemas que se tiene al decodificar es de igual manera la presión del medio sobre el emisor y la imagen que tiene el receptor del medio. El receptor del mensaje o sea el auditorio, es al mismo tiempo el decodificador del mismo.

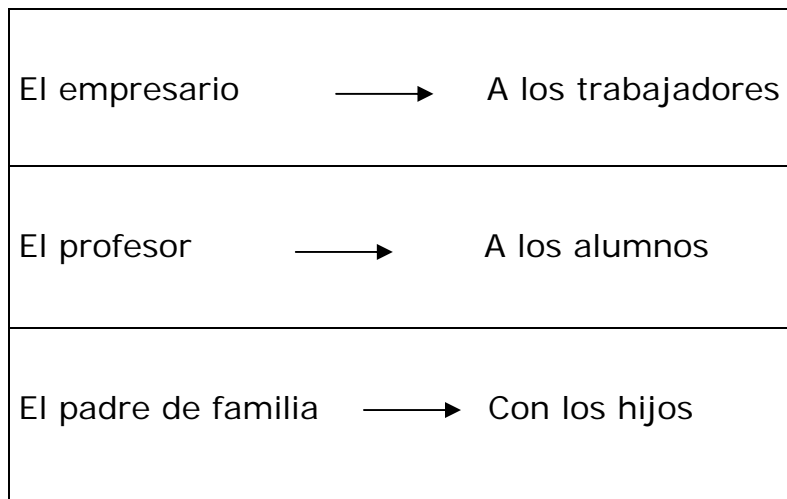


³ Maletzke, Gerhard, Sociología de la comunicación. CIESPAL, Quito, 1976



Este modelo que sigue vigente explica el proceso de la comunicación radiofónica, que se asemeja a lo que Paulo Freire lo define como educación bancaria el cual “el educador deposita conocimientos en la mente del educando”.

Con este modelo vertical la información que recibe el destinatario o receptor es limitada y con nulas posibilidades de generar procesos reflexivos, este es un esquema que se presenta en los distintos ámbitos sociales por ejemplo:



Este modelo es cuestionado no sólo en lo educativo, sino en lo comunicativo y en lo social pues habitúa a la formación de individuos receptivos, limitando sus capacidades para razonar.

Otro punto es que establece una diferencia de status en donde solo una minoría pensante domina a un grupo, el cual muestra indiferencia ante la subordinación.

1.2- CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN

Las características de la radio, pueden analizarse desde cinco puntos de vista: auditivo, social, psicológico, de producción y educativo. Estos en conjunto permiten conocer las ventajas y desventajas que tiene la radio como medio de comunicación.



1.2.1 LA RADIO DESDE LO AUDITIVO

Desde el punto de vista auditivo la radio es solamente un medio que emite sonidos, por lo que obviamente tienen vetado el acceso a los demás sentidos. "El sonido no tiene límites ni en cuanto a su origen ni en cuanto a su difusión; se esparce naturalmente, en contraposición

con lo que ocurre con la visión, que está completamente sujeta a la voluntad”⁴. El estímulo auditivo se escucha necesariamente.

Por lo tanto la radio tiene características puramente auditivas, puede ser un vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualquier condición social y educativa y sobre todo sin exigir demasiado esfuerzo. Por esta razón puede ser el medio de comunicación idóneo para ciertos estratos de la sociedad. Al respecto, Mario Kaplún establece que en América Latina, la radio “llega al 61% de la población (...) dentro de ese 61% (...) se encuentran los sectores más humildes, es decir, los más carentes y necesitados de educación”⁵.

1.2.2. LA RADIO DESDE LO SOCIAL

La radio nació en un principio, como un medió de comunicación bidireccional⁶, en donde su función era por una parte servir de enlace entre dos sujetos alejados físicamente que necesitaban estar en constante comunicación; la segunda es la emisión y recepción, que se operaba en ambos sujetos.



⁴ MCQUAIL, Dennis. Características de los medios de comunicación masiva. Incluida en “los medios de comunicación colectiva, compilado por Jaime Poded. FCPS/UNAM. México., 1976

⁵ Kaplún, Mario: Producción de programas de radio. CIESPAL. Quito 1978

⁶ Cazenueve, Juan. Sociología de la radio –televisión. Paidós, Buenos Aires. 1967. pág. 11

Los adelantos técnicos hicieron posible que la radio se constituyera como un medio de comunicación masiva perdiendo su bidireccionalidad y transformándose en un medio de comunicación masiva.

Así la recepción se transformó, se volvió pasiva, perdiendo su sentido propiamente comunicativo y entonces se da una comunicación unidireccional en donde se emiten mensajes desde el punto de vista del emisor, el cual significa ideas, código etcétera. Aunque al emisor le corresponde establecer mecanismos de retroalimentación que propicie la participación en la comunicación del mensaje esto no sucede debido al poco valor que se ha dado a la palabra del emisor.

La aparición de la televisión vino a reducir la importancia de la radio, debido a su desarrollo técnico, lo que obligo a la radio a modificarse, pasando de ser un medio estético y predominantemente familiar, a medio portátil y conservando la posibilidad de llegar a todos los miembros de la familia y a cualquier localidad, salvando todo tipo de obstáculos geográficos.

La radio es un medio que llega a un público extenso, inconmensurable, incontrolable y hasta cierto punto desconocido, pues puede llegar a cualquier tipo de persona, de cualquier condición y no exige demasiado esfuerzo para el que escucha, aunque representa un reto para el comunicador quien debe elegir la forma mas adecuada de comunicarse a través de la radio.

La radio también se ha transformado en un medio de información instantáneo, pues en el momento mismo que los hechos ocurren, puede

darlos a conocer. Algunos otros aspectos importantes con que cuenta la radio son:

- El mensaje radiofónico puede ser recibido al mismo tiempo que se realiza otra actividad y esta es una peculiaridad prácticamente absoluta.
- El mensaje radiofónico está siempre a disposición del radioescucha, enciende o apaga a voluntad el aparato, tiene dominio sobre él, esta es la única forma de poder manifestar su voluntad del radio escucha, pues las transmisiones nunca dependerán de él.

1.2.3 LA RADIO DESDE LO PSICOLÓGICO

Desde el punto de vista psicológico la radio presenta las siguientes características:⁷

- a) Sólo emite sonidos (voces, música, efectos sonoros) por lo tanto sólo tiene acceso a un sentido: el oído. Sus restricciones se refieren especialmente a la imagen visual y con respecto a la palabra escrita carece de la "fuerza de lo permanente".

⁷ MOLES y Schaeffer son citados en Faus Balau, Ángel: la radio: Introducción a un medio desconocido. Ed. Paídos. Madrid, 1973. Pág. 89

- b) Es sugestivo. Lanza su mensaje y el radioescucha lo interpreta de acuerdo a sus circunstancias, su formación medio ambiente, etcétera.

- c) La radio favorece la introversión se dirige al individuo, personalmente. El radioescucha así lo siente, medita y piensa. Mientras que la imagen visual favorece la extroversión disipa la atención. La radio puede provocar el aislamiento de los sujetos.

- d) El público de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje. No se necesita saber leer y escribir.

Las características psicológicas se pueden modificar según la actitud del radioescucha ya que "oír es un acto pasivo, automático, mientras que escuchar implica una atención despierta, activa, que formula preguntas y sugiere respuestas, que se anticipa a la acción futura que tal vez va a desplegar la audición.

Oír no pone en juego más que a los conductos



del oído. Escuchar engloba todo el circuito del pensamiento”⁸

Estudios psicológicos dan cuenta del porcentaje de retención de los sentidos que se presentan al escuchar la radio y que vale la pena presentarlos en el siguiente cuadro: ⁹

FUENTE	Órgano de Recepción	Inmediatamente o después de tres horas %	Porcentaje de retención de los sentidos después de tres horas %
Verbal	Oídos	60	10
Visual	Ojos	72	20
Audiovisual	Ojos y Oído	82	65

Como se ve, la capacidad que tiene la recepción auditiva es solo de un 10% esto significa que es muy poca la información que se puede obtener comparándolo con los porcentajes de las fuentes visual y audiovisual, sin embargo este diez por ciento de retención “se puede argumentar que es un conocimiento profundamente duradero por que es producto de la reflexión”.¹⁰ Desde luego este porcentaje se obtiene a partir de que la información que se olvida, es información que se percibió inmediata y superficialmente.

⁸ -Mole y Scheaffer, op, cit..

⁹ *Ibíd*

¹⁰ *Ibíd.*

Datos como éstos, es información que sirve a los grandes empresarios para crear amplias campañas publicitarias, sin embargo es menospreciada para mejorar la calidad de la programación en cuanto a contenidos educativos y/o culturales; son porcentajes que solo se usan para modificar sus formas persuasivas, según convengan, tanto de lo que se ve y como de lo que se escucha.

1.2.4 LA RADIO DESDE LA PRODUCCIÓN.

Referirse a la forma de producción la radio es admitir que es un medio relativamente barato, lo mismo que en su recepción, además es rápido y poco elaborado. La radio es muy amplia en cuanto al tratamiento de temas pues todo lo que puede ser traducido a sonido es susceptible de transmitirse; en relación a esto, el mensaje radiofónico tiene la imperiosa necesidad de sustituir a los demás sentidos, especialmente a la vista; por el hecho de ser solamente auditivo, debe captar la atención desde el principio y mantenerla.



Para la producción radiofónica el principal elemento, desde el punto de vista del comunicador, no de la ingeniería, es la utilización del lenguaje y su traducción al código radiofónico.

En relación a las características de la radio como medio de comunicación Mario Kaplún las clasifica como limitaciones y ventajas:¹¹

LIMITACIONES	VENTAJAS
Unidireccionalidad	Difusión
Peligro de fatiga	Simultaneidad
Peligro de distracción	Instantaneidad
Ausencia de interlocutor	Alcance
Dependencia	Bajo costo
Fugacidad	Acceso directo a hogares
Auditorio condicionado	Poder de sugestión
	Comunicación efectiva
	Empatía
	Identificación

Las ventajas que presenta la radio son mayores confrontándolas con sus limitaciones ya que estas representan las características de un medio de masas que influye directamente sobre la sociedad.

¹¹ KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio. CIESPAL. Quito. 1978.

1.2.5 LA RADIO EDUCATIVA

Hablar de la radio como medio educativo no se hace referencia a lo escolar, aunque podría ser una de tantas posibilidades que se puede tener a la mano para solucionar algunos problemas educativos que padecemos los países subdesarrollados, tampoco se pretende como un medio para suplir la enseñanza que corresponde a la escuela. La utilización de la radio con fines educativos se ha empleado más en el medio rural y como apoyo educativo por las ventajas que puede tener y facilitar la comprensión de contenidos.



Sin embargo me referiré a la radio como medio educativo complementario, como una opción que tiene la ciudadanía para la manifestación de ideas, para comunicar acuerdos y desacuerdos sociales

de tal manera que tengan la oportunidad de hacer escuchar sus voces; ante esta posibilidad continuamente los ejecutivos o empresarios se lavan las manos al decir que ellos “no educan, solo entretienen” sin embargo el modelo de comunicación que ejercen permite difundir, convencer, inducir e informar formas sutiles y engañosas, concepciones, juicios, pensamientos que promueven una serie de relaciones de vida con una valoración ética y estética social; esto es un proceso de educación informal, la cual se concibe como **“un proceso permanente que toda persona vive en las relaciones sociales y ocurre de manera asistemática”**¹² y que generalmente, se realiza sin que el sujeto tenga conciencia de ello.

Esto hace que los medios tengan una participación decisiva en la reproducción de una sociedad ausente, pasiva, conformista con la consecuencia de que no hay más que hacer. La radio como medio educativo debe quebrantar este orden transformándose en un medio complementario, capaz de apoyar a la sociedad en la búsqueda del bien común, involucrando a la sociedad de forma constante, generando aprendizajes significativos y no llenando a los radioescuchas de información vacía y manipuladora.

¹² CHARLES, Creel Mercedes. Medios de comunicación, familia y escuela. Tecnología y comunicación educativa. Revista UNAM, Núm 40 México, 1980

CAPÍTULO II

Etapas de la Radio



CAPÍTULO II.- ETAPAS DE LA RADIO

La radio nació de la gran necesidad que tiene el hombre para comunicarse (Guillermo Marconi 1895), su desarrollo histórico poco ha tenido que ver con ésta ya que se ha ido modificando y ha ido cambiando poco a poco, a fin de complementarse, por ejemplo Ángel Faus,¹³ divide en cinco etapas el desarrollo de la radio:

- Radio-difusión.
- Radio-imitación
- Radio-espectáculo
- Radio-music and news
- Radio-tocadiscos, CK, MP3, MINIDISC...

Se describirán brevemente cada una de éstas solo para fundamentar que no han cambiado desde su origen a la actualidad.

2.1 RADIO DIFUSIÓN

La radio-difusión se refiere a la posibilidad que posee como medio de comunicación para transmitir a distancia; esta etapa abarca desde la aparición de emisiones regulares que incluían las primeras transmisiones que se hicieran en las nacientes estaciones, transmitiendo noticias y música sin una programación definida.

¹³ FAUS, Belau

2.2 RADIO IMITACIÓN

La radio-imitación surge cuando las estaciones intentan hacer una programación más o menos planeada. En esta no se desarrollan las posibilidades propiamente radiofónicas, se limita pura y simplemente a imitar todas las formas preexistentes para difundir contenidos; por ejemplo, se transmiten las noticias como si estuvieran escribiendo para periódico, los programas musicales como si estuvieran en una sala de concierto, etc. En esta etapa prácticamente el mensaje consiste en música, noticias, discursos y lecturas de obras literarias.

2.3 RADIO ESPECTÁCULO

A partir de 1930 la radio tomó un giro especial y su personalidad comenzó a definirse, es la época del radio-espectáculo. Ángel Faus sitúa esta etapa entre 1930 y 1950, dividiéndolas en dos fases: la primera, hasta el inicio de la Guerra Mundial, fue la fase más pura y amplia de la radio-espectáculo; la segunda, durante el desarrollo de la contienda de ésta".¹⁴

En esta etapa la radio crea su propia personalidad ya que se inició el uso combinado de los recursos radiofónicos (voz, música, efectos). En México esta etapa fue coherente pues el nombre de "radio-espectáculos" lo decía y lo dice todo ya que, su intención era de entretenimiento y de fomentar valores musicales del espectáculo nacional. La radio mexicana encabezada por la XEW se dedicaba a difundir programas musicales,

¹⁴ -FAUS, Belau Angel. La radio: introducción a un medio desconocido. Guadiana de Publicaciones, Madrid 1978.

radionovelas y algo de información. La XEQ por su parte indicaba que la radio estaría al servicio “de usted, el comercio y la industria nacional”¹⁵



Otras estaciones todavía más audaces, no necesitaban buscar y promover nuevos artistas, transmitían desde un salón de baile dando un servicio al auditorio.

¿Qué podemos deducir de todo esto, cuando el interés principal casi único, era el de la música?

¿Qué clase de servicios ofrecía la XEQ a “usted, el comercio y la industria nacional” que no fuera más que la transmisión de anuncios comerciales?

¿Ha cambiado el formato de la radio?

¹⁵ ibid

2.4 RADIO MÚSICA Y NOTICIAS

A partir de 1950 y a consecuencia de la aparición de la televisión se desarrolló en la radio la programación musical y noticiosa al mismo que estallaba la primera guerra mundial, la radio sufrió una gran transformación. Las radiodifusoras pensaron que la única forma de hacerle frente a la televisión era concentrarse en la información, dada la gran experiencia que proporcionó la guerra; por ejemplo la difusión de noticias amarillistas y escandalosas; sin embargo la utilización de la música y su difusión era lo que predominaba. Este estilo de hacer radio a tenido muy pocas variantes, pues en la actualidad en la banda de FM, prevalece este tipo de programación. (en el capítulo cuatro se explicitará dicha situación).

2.5 RADIO TOCADISCOS, CD, MP3, MINIDISC...



En relación a lo anterior se puede mencionar que la etapa final de la radio corresponde a la utilización de los tocadiscos (acetatos) que en un principio fueron utilizados por las radiodifusoras para la propagación de música.

Actualmente la mayoría de las estaciones ya no utilizan este formato; hoy se programa la música por medio de CD, MP3, Minidisc o se transmite a través del Internet, todo ello combinado con una secuencia de anuncios comerciales y algún que otro programa de orientación, informativos, de entretenimiento, etcétera, dependiendo de que tipo de estación sea, así como de que banda se sintonice ya sea AM y FM. La

radio mexicana actual presenta mayor importancia a la programación musical que a la difusión de programas que ayuden socialmente.

El esbozo de las etapas radiofónicas nos ayuda a entender las grandes deficiencias y falta de voluntad tanto del Estado como de los propietarios de las radiodifusoras por cambiar estos esquemas, si bien hiciera conciencia de ello se daría sentido y peso a la educación masiva, al considerar las ventajas de este medio, se estaría hablando de un progreso educativo así como cultural de la ciudadanía. Este tipo de radiodifusión mayoritariamente comercial se expande a gran velocidad y con poca trascendencia a uno de los puntos más importantes mencionados en "El estatuto de la radio y televisión" promovido por la UNESCO en la cual se establece que debe existir un equilibrio comercial, musical y educativo.

Desde este punto de vista podemos observar que en el pasado y en la actualidad los medios solo han "entretenido". Sin embargo han tenido amplia influencia en la adquisición de hábitos o estilos de vida que han impactado en forma importante la identidad cultural.

Esta influencia que ha tenido la radio en la adquisición de hábitos y conductas, no significa necesariamente una contribución positiva a la educación por el contrario es un proceso que esta basado en adquisición de valores superficiales y cambiantes, de tal manera que la radio actual solo reemplaza formatos según sea la conveniencia, esta situación se puede observar cuando solo se le cambia el nombre a los programas o son improvisados.

2.6 FUNCIONES DE LA RADIO

Las funciones de la radio se dividen principalmente en tres categorías: informativa, educativa y de entretenimiento, aunque existen otras como lo son la función socializadora, la función de orientadora o movilizadora.

La función informativa radiofónica centra su importancia en las características de simultaneidad, inmediatez, veracidad, posibilidad de desplazamiento rápido y gran alcance territorial y social que tiene la difusión de ésta.

La función educativa de la radio, enormemente desperdiciada, ha sido considerada como un auxiliar significativo en algunos países de América Latina y de Asia, principalmente. Sin embargo, hay mucho que hacer al respecto. Se ha tomado poco en serio su poder formativo y prácticamente no hay sistemas nacionales globales de educación radiofónica en el mundo. La FUNDESCO expone lo siguiente:

“...la radio... en los países subdesarrollados, con una tasa de analfabetismo considerable, resulta ser no solamente el primer medio de información, sino también la fuente fundamental para la adquisición de conocimientos”.¹⁶

¹⁶ KAPLÚN, Mario. Producción de programas de radio. CIESPAL, Quito 1978

En cambio, **la función de diversión y entretenimiento** de la radio es abundantemente explotado en todas las emisoras comerciales. Dicha situación no significa que sea mala o buena programación, sino que



no existe consideración para que exista un equilibrio que contenga elementos educativos y culturales. Una programación planeada, organizada y propositiva estaría considerando el sentido humano y ciudadano de los radio escuchas.

Respecto a las funciones de la radio, Kaplún hace referencia a que es cierto que la radio tiene tres funciones; pero no es tan cierto que de ellas deben derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciales, la programación de la radio actual debe cambiar la manera en que informa, entretiene y educa, sin negar la posibilidad de reeducar a los radioescuchas.

Otra de las funciones que tiene la radio es **orientar**, la que generalmente utiliza el estado para comunicar a la población los periodos de campañas de salud en el cual se informa a donde se tienen que dirigir, cuando y a que hora.

La función movilizadora o motivadora busca informar a la sociedad de actos políticos, religiosos, musicales o culturales, etc., de éstos los que principalmente sobre salen son las tres primeras funciones, dejando

de lado las cuestiones culturales y educativas, ya que el interés por éstas puede ser nula.

La función socializadora de la radio y de los medios en general se lleva a cabo cuando la sociedad pone de moda formas de vida, de vestir, de hablar, o de pensar, de tal manera que este tipo de socialización sea incluyente socialmente o excluyente.

Jorge Lozoya, en su artículo "El estatuto de la radio y la televisión" precisa que debe tenerse un orden de prioridades en "la función de los medios masivos"¹⁷.



Este orden fue establecido por la UNESCO en 1970, el cual las funciones de la radio serían:

- I- La "información, se entiende con ello la libertad de emitirla y recibirla veraz y oportunamente".
- II- Educación y cultura: "considerando que todo informe educa, debe, sin embargo, orientarse el esfuerzo concreto de la comunicación de conocimiento".
- III- "Movilización política y social: labor de construcción para la democracia"

¹⁷ LOZOYA, Jorge. El estatuto de la radio y la televisión. FCE, México, 1989.

IV- “Entretenimiento y recreación”.

V- “Publicidad” tiene que ser equilibrada.

Las funciones que señala el estatuto de la radio se han llevado a cabo decadentemente, pues con referencia al apartado II, las funciones educativas y culturales son escasas o inexistentes en las propuestas radiofónicas, así como el mínimo esfuerzo por incluirlas en su programación. En cuanto al apartado III, la construcción de la democracia así como el ejercicio de esta, no se debe limitar únicamente a periodos electorales, sino a la apertura de procesos de decisiones, a la intervención y participación del mayor número de ciudadanos.

En cuanto al apartado IV y V, el uso excesivo de “Entretenimiento y recreación” además de la “Publicidad” son los que predominan en todos los medios de comunicación, pues no existe un equilibrio en su empleo encontrando como única opción el uso de estas para subsistir.

CAPÍTULO III

¿Qué es la democracia?



CAPÍTULO III

¿QUÉ ES LA DEMOCRACIA?

En el contexto social cotidiano existe una diversidad de conceptos y opiniones para definir que es la democracia, en la mayoría de los casos esta palabra es usada como sinónimo de voto electoral, libertad, unidad, etcétera. De acuerdo con la enciclopedia de las Ciencias Sociales¹⁸ la palabra democracia etimológicamente se compone de dos palabras griegas, **Demos** que significa pueblo, población, gente y **Kratos**, que significa poder, superioridad, autoridad.

En la actualidad los diferentes regimenes políticos se denominan democráticos, entendiéndose de manera general como el ejercicio de una forma de gobierno, en donde el poder es del pueblo y para el pueblo, no obstante en lo específico, esta idea se diferencia en algunos países como democracia representativa o liberal.

La democracia es un concepto universal como aspiración política, aunque limitada por su realidad sociológica y cíclica, ya que cada comunidad le da matices propios. La teoría de la democracia ha tenido tres grandes momentos históricos Norberto Bobbio e Incola¹⁹ los describen de la siguiente forma: El primer momento se refiere a “La teoría clásica, caracterizada como teoría aristotélica, que ubica a la democracia como forma de gobierno en oposición a la monarquía y a la aristocracia”, en esta se consideraba al pueblo como gobierno los cuales tenían ese derechos como tal, aunque en realidad era la clase media la

¹⁸ Diccionario de las Ciencias Sociales. Edit. Larousse. México, 1989.

¹⁹ BOBBIO, Norberto y Matteucci, Incola, citados en tesis “La Educación cívica en primaria: acercamiento a la perspectiva del docente por Ana Corina Alatorre.

que tenía la voluntad y el poder necesario para controlar los negocios públicos, que durante la época del absolutismo habían quedado en manos de la aristocracia; es importante también resaltar que Platón, Aristóteles, y Cicerón, colocaron a la democracia en los peldaños más bajos de las formas de gobierno legítimo, esto por considerarla manipuladora e inestable, pues en su nombre se alteraba el poder mediante las guerras civiles.

El segundo momento refiere a “La teoría medieval, de derivación romana que introduce la noción de soberanía popular” en donde la democracia se entiende como el poder que tenían algunos grupos como las iglesias, la milicia o los gremios, para ejercer derechos y privilegios sobre el resto de la sociedad, en ocasiones podían hacerlo incluso frente al propio poder político, se sacrificaban los derechos de la sociedad para la obtención de la sumisión absoluta hacia poder monárquico.

Y el tercer momento es vigente “La teoría moderna” a partir del Renacimiento y consolidándose con la Revolución Francesa; la democracia adquiere una percepción igualitaria y republicana que lleva a fijar contextos sociales homogéneos impulsando la idea del Estados-nación modernos, en las cuales el componente económico es sinónimo de desarrollo, derivándose dos formas históricas de gobernar: la monarquía y la república.

A lo largo de los siglos XIX y XX, el socialismo y el liberalismo representaron dos corrientes políticas que tuvieron grandes enfrentamientos, venciendo la democracia liberal o representativa basada en la tesis de Benjamín Constant: “la libertad que debe ser promovida y acrecentada, es la libertad individual frente al Estado, aquella libertad que se manifiesta concretamente en las libertades civiles y la libertad política”. Es decir una democracia en donde existe un sistema de gobierno que cuenta con representantes de los intereses y opiniones de los ciudadanos. Es el esquema que hoy en día se impone como la forma normal de organización política, protagonista de la modernidad.

Esto es válido particularmente para la política, la cual demanda un proceso permanente de superación, de perfeccionamiento de los sistemas políticos en la búsqueda de la democracia. Aunque hoy existen sociedades más democráticas que otras, siendo en ambos casos un camino inacabado que debe mantenerse siempre en función de resolver los problemas específicos que tienen cada país y comunidades para aspirar a un sistema político más democrático y equitativo.

La democracia debe ser una “actividad humana, una praxis social” la cual tiene que ver con una necesidad social, pero ante todo con una actividad en donde los valores, la tradición y el contexto social, tal como lo menciona Corina Fernández sean los elementos que den sentido a dicha práctica.

Los rasgos fundamentales de un régimen que aspire a ser democrático debe cumplir al menos con tres principios fundamentales que propone Norberto Bobbio:

- I) "Un conjunto de reglas (primarias o fundamentales) que establecen quién legitima y autoriza la toma de decisiones y mediante qué procedimientos"
- II) "Que un régimen es tanto más democrático cuanto una mayor cantidad de personas participa directa o indirectamente en la toma de decisiones", pues toda sociedad requiere de una organización y de un autocontrol, esto se da en la familia, célula original de la propia sociedad, hasta en los diferentes grupos que configuran esa comunidad.
- III) Por último subraya que, las elecciones deben ser reales, en donde la sociedad participe y elija de manera libre a sus representantes de tal manera que no sea manipulada la sociedad, mucho menos que sus decisiones sean alteradas²⁰.

En las sociedades modernas asentadas en grandes centros urbanos, en donde miles de individuos se interrelacionan en diferentes formas, estos fundamentos no pueden subsistir si no hay un control social que coordine, condicione, concilie y que en última instancia se imponga sobre los sujetos.

Por ello se requiere que el poder político, cuya expresión última es la coacción física, se organice, pues de ello depende la población, que se ve obligada a conceder parte de su propia soberanía y libertad en favor de una organización política justa y participativa. Es necesario entonces,

²⁰ -BOBBIO, Norberto. El futuro de la democracia. Ed. Fondo de Cultura Económica. México 1996

aclarar que para que un país esté asentado en bases democráticas sólidas, éste debe desarrollar acciones que generen un mayor equilibrio en el desigual juego político.

Algunas de las acciones pueden ser las siguientes:

- 1) Una normatividad jurídica constitucional que regule la vida política del estado.
- 2) Elecciones periódicas y libres para elegir a los funcionarios públicos.
- 3) Procesos electorales supervisados y sancionados no sólo por los partidos contendientes, sino por la sociedad civil.
- 4) Libertad para que todos los ciudadanos puedan participar libremente y sin coacciones como electores o como candidatos en la actividad electoral.
- 5) Respeto gubernamental a la libertad de expresión en cuestiones políticas.
- 6) No intervención gubernamental en el derecho a la información de los ciudadanos, sin restricciones ni censuras del quehacer político.
- 7) Respeto total de las instancias gubernamentales al derecho que todo ciudadano tiene de ser informado con veracidad, sin censura y sin distorsión, sobre las cuestiones públicas.

8) Libertad de asociación de los ciudadanos.

9) Una reglamentación estricta, transparente y pública del uso de los recursos financieros que manejen los partidos políticos.

Cada sociedad debe crear mecanismos que equilibren el desigual uso de los recursos en el ámbito político, pero también para la cohesión social mediante una distribución y participación equitativa con el propósito de llegar a ser un país democrático como esta señalado en la Constitución asociándolo a la educación en el Artículo 3o. "la democracia no es sólo una forma de gobierno o un régimen jurídico sino, un sistema de vida encaminado al constante mejoramiento económico social y cultural del pueblo".

De acuerdo con este fundamento constitucional la democracia es una forma superior de vida de los pueblos y el fundamento más fuerte sobre la que se construye y la hace posible es el respeto por la dignidad de las personas, lo que implica; libertad, justicia, respeto, tolerancia, igualdad y derecho a participar en los asuntos políticos del país. La práctica de estos principios por todos los ciudadanos darán lugar a una mejor sociedad, pues como ya ha sido señalado: La democracia es una forma de gobierno pero también es un estilo de vida que se aprende y se construye.

3.1- LA DEMOCRACIA Y LOS MEDIOS EN MÉXICO

El sistema político en el que hoy vivimos es el de una democracia representativa formal, en donde existe un presidencialismo con características propias que permean las acciones gubernamentales. Dichas características del sistema presidencial son:

- a) Las jefaturas de Estado y de gobierno se concentran en una sola persona: el presidente
- b) Los presidentes son electos por sufragio universal de todos los ciudadanos en aptitud de votar.
- c) El jefe del ejecutivo y su gabinete son independientes del Legislativo, en virtud de que constituyen poderes distintos, electos en forma separada.
- d) El presidente y los congresistas cumplen un periodo fijo de duración en el cargo, por lo que el Congreso no tiene capacidad para destituir al presidente y el Ejecutivo no tienen facultades para disolver al Legislativo.
- e) El presidente, en forma libre y directa, nombra o sustituye a sus ministros o secretarios quienes tan sólo son sus colaboradores.²¹

²¹HURTADO, Javier. Sistemas de gobierno y democracia. Cuadernos de divulgación de la cultura democrática. Instituto Federal Electoral.

Este régimen político es herencia de la Revolución mexicana y de la forma en que se organizó el Estado con el triunfo de las fuerzas constitucionalistas. El concepto de democracia en la historia de México se incorpora a la Constitución asociándolo a la educación en el artículo 3º, este párrafo constitucional fue formalizado en el régimen político a partir de 1920 con la llegada de Álvaro Obregón a la presidencia del país.

A partir de entonces cada uno de los sucesivos gobiernos emanados del movimiento revolucionario, se interesó más en mantener un sistema que asegurara la transmisión pacífica, del poder político, que en crear las condiciones para el desarrollo de la democracia en el país.

El país se vio sumergido en un largo periodo en el que el partido del gobierno no tuvo una oposición electoral verdadera; no existían las condiciones para que los partidos de oposición se fortalecieran lo suficiente para vencer en las elecciones. Esta característica del sistema político mexicano generó una serie de prácticas electorales que tendieron a influir en la voluntad electoral, de los mexicanos e hizo que los ciudadanos buscaran espacios para la protección de sus fines e intereses.

Los demás actores políticos como medios de comunicación, empresarios, la Iglesia católica, etcétera, se adecuaron a la naturaleza del sistema político mexicano, es decir a la discrecionalidad y el clientelismo.

En este contexto se gesta entre los medios y el Estado una relación mutuamente benéfica, basada en el acercamiento y la colaboración para

alcanzar sus fines económicos y políticos, por ejemplo el Estado cuenta con los medios de comunicación para sugerir el tratamiento que deberían de tener algunos temas de interés gubernamental y públicos así los medios se benefician cuando el Estado les permite obtener la apertura o expansión de sus empresas, claro siempre y cuando no sean críticos del ejercicio gubernamental. Esta relación clientelar representa una contradicción frente al derecho y acceso a la información, pues mientras la sociedad civil y algunos periodistas exigen que se cumpla con éste, empresarios y gobierno rigen este derecho y lo controlan mediante intereses económicos principalmente y políticos, en nombre de la necesidad que hay “sobre el control, veracidad y calidad” de la información que se difunde a la sociedad.

Estas prácticas de acceso a la información han afectado a la sociedad pues la han mantenido desarticulada así como inmovilizada y desinformada ante acontecimientos sociales que le atañen a la sociedad los cuales deberían movilizarse para la defensa de sus derechos individuales y sociales.

El funcionamiento autocrático, espontáneo e incluso caprichoso que hacen los empresarios poseedores de los medios y su infinita voracidad económica, no ha podido ser frenada, ni siquiera por el mismo Estado, quien no se ha preocupado por mantener actualizada una legislación que regule las actividades de comunicación masiva, desfavoreciendo con ello a los grandes grupos sociales que en su mayoría viven marginados tanto económica, educativa y políticamente.

Mauro Wolf describe que los medios son “un importantísimo sector industrial, un universo simbólico objeto de consumo masivo, una

invención cotidiana, un terreno de enfrentamiento político, un sistema de mediación cultural y de agregación social, una manera de pasar el tiempo, etcétera”²². Sin embargo la sociedad no cuenta con espacios abiertos en los medios electrónicos como lo es la radio y mucho menos la televisión, la ciudadanía no tiene voz ni voto en estos.

3.2 ESBOZO DE LA RELACIÓN MEDIOS Y ESTADO

En cuestión legislativa los medios de comunicación así como el Estado



Sr. Emilio Azcarraga Vidaurreta

tuvieron su primer acercamiento en el periodo del presidente Miguel Alemán (1946-1952), con la celebración del Día de la Libertad de Prensa; el cual fue instituido a principios de los años cincuenta por los dueños de los periódicos para agradecer al primer mandatario la vigencia de este derecho en nuestro país.

Sin embargo en los hechos la relación que desencadenaron empresarios de los medios de comunicación y el gobierno fue de colaboración y de elogios mutuos logrando propósitos particulares más que compartir una preocupación por la amplia influencia de los medios en la formación de la ciudadanía; Es así que el empresario Azcarraga Vidaurreta quien navegaba con la bandera de “libre empresa” tomara prestado el modelo comercial radiofónico que se llevaba a cabo en Estados Unidos el cual había alcanzado una facturación publicitaria de

²² -Wolf, Mario, La investigación de la comunicación de masas. Trad. Carmen Artal, Ed. Paídos, Barcelona 1987.

sesenta millones de dólares en el año de 1930. Por ello en México se vislumbraba cambiar la industria de la comunicación futura por lo que era importante defender sus cimientos financieros, lo que propicio indispensable adoptar el ropaje discursivo que en materia de responsabilidad social hacían suyo los países avanzados.

Los años cuarentas dejan huella de la relación del Estado con los empresarios de los medios, periodo en que se otorgan sin ningún problema grandes concesiones para la radio al señor Azcárraga, quien en 1946 organizó en la ciudad de México el primer Congreso de Radioemisoras de las Américas, en el que fundaron la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), plantando, como su "misión principal situar a la radio dentro de los principios de libertad y responsabilidad, para afianzar la paz y la solidaridad continentales"²³ En este periodo se sientan las bases del discurso para el funcionamiento de los medios, sin considerar los cambios en el sistema político y las reformas en el estado mexicano; no es sino hasta el 19 de enero de 1960 con el gobierno del presidente Adolfo López Mateos cuando se creó la Ley Federal de Radio y Televisión pese, que la radio tenía ya veinte años de existencia y la televisión diez años. No obstante esta ley quedó atravesada por el vicio de la discrecionalidad política, especialmente presidencial para así ejercer su poder en los procesos informativos.

Los concesionarios de los medios privilegiados por su modelo comercial eran inamovibles en sus principios y adaptables en sus formas, según se diera la evolución del mercado.

²³VERNI, Vicente. El quinto poder. México 1955. Ed. Ibero Americana

Estos hechos históricos se reflejaron por mucho tiempo en la falta de criterios periodísticos objetivos y de veracidad, y en los medios de comunicación se enfatizaban opiniones generadas por el gobierno sobre temas económicos, políticos y sociales; dejando de lado o ignorando opiniones públicas contrarias. Este hecho implicó coartar la libertad de expresión y de información, generando irresponsabilidad en los medios de comunicación y la pasividad en la gran mayoría de la sociedad. Así la "relación medios-Estado ha sido una relación versátil y contradictoria que se alimenta de conveniencias y presiones mutuas en el cual los medios son vistos como negocio más que como instrumentos de servicio público, actitud fomentada por el Estado"²⁴

Esta relación ha sido determinante para que actualmente algunos medios de comunicación estén en un estado de subordinación a intereses estatales, empresariales o particulares. A pesar de todo, los medios han estado y seguirán estando en el centro de los fenómenos políticos y sociales, ya que tanto en décadas pasadas como hoy en día alcanzan mucho más difusión y poder a través de las innovaciones tecnológicas. No obstante su persistencia en desarrollar un enfoque informativo limitado y manipulador a creado a una audiencia que es discriminativa, buscando espacios comunicativos más cercanos a sus expectativas de pasatiempo y diversión, lo que a su vez genera más emisoras con un enfoque de entretenimiento. Con este tipo de emisoras tienen que competir algunas estaciones que ofrecen programas informativos y culturales las cuales se podrían desaparecer debido a la falta de audiencia. Por otro lado las inequidades en cuanto al manejo de eventos como campañas políticas, deportivas, de entretenimiento,

²⁴ Trejo Delarbre, Raúl, La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad. Ed. Cal y Arena, México, 1992.

etcétera, son promovidas por estaciones que cuentan con un alto reiting los cuales son monopolizados y son objeto de fuertes luchas entre las empresas de comunicación masiva mas poderosas.

Dentro de esta búsqueda del entretenimiento la audiencia, tienen una mayor predilección por la banda FM y la banda de AM se sintoniza cada vez menos siendo que en esta presenta más opciones en cuanto a su programación.

En este contexto la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM) reporta que “el 70% de la inversión publicitaria en radio se destina a las estaciones FM ante la caída de radioescuchas de las emisoras AM”²⁵. Así pues, debido a esta situación difícil, el grupo TELEVISIA, ha buscado y sigue buscando las alianzas con otras empresas para “salvar esta situación” pues debido a la crisis de la banda AM, sería este grupo el que rescataría a dicha frecuencia, sin importar que ellos sean los dueños de siete emisoras y las alianzas que está buscando sería con Grupo Radio Centro, quienes son dueños de 11 estaciones, estas ubicadas solo en el Distrito Federa, de concretar esta alianza significaría que se establecerían 18 estaciones de las 59 que son del cuadrante AM, siendo estas las que obtendrían un rating alto y se empezarían a fijar cuotas a los anunciantes así como la desaparición de otras tantas estaciones. Por ello los radiodifusores presentaron su inconformidad ante los principales diarios del país, y la CFC refutó la solicitud ya que Televisa domina en televisión y dominaría también en la radio.

²⁵ PLATA, Gabriel Sosa. “La sintonía de la radio mexicana” Revista Mexicana de Comunicación Jul-Agosto 2002.

Aunque se dice “todo proceso democrático es un proceso comunicativo”²⁶, la realidad es que en nuestro país el proceso democrático y comunicativo sigue siendo un proceso cerrado. El modelo comunicativo de los medios es un modelo que sigue siendo en muchos de los casos y desafortunadamente vertical, autoritario, manipulador, pues su funcionamiento ha quedado descuidado por el Estado mexicano y la sociedad civil; estado que en medio de esa situación prevalecen intereses políticos y económicos principalmente.

²⁶ ESCOBEDO, Juan Francisco “Avance Central para la democracia” Revista Mexicana de Comunicación

3.3 LA PARTICIPACIÓN COMO VALOR DE LA DEMOCRACIA

El término de valor puede referirse a intereses, deberes, obligaciones morales, necesidades y algunas otras concepciones de lo deseable que influyen en el comportamiento selectivo del hombre, así lo refiere Pepper.

Sin embargo desde el punto de vista filosófico, **“valores significan la cualidad que poseen algunas personas, realidades así como sociedades por la cual son estimables”²⁷**.

Funcionalmente los valores, operan como principios para los individuos y grupos sociales, a partir de los cuales regulan conductas y sirviendo como guía para el desarrollo de cada cultura. Los valores delimitan la “satisfacción de los impulsos de acuerdo con toda una serie de objetivos jerárquicos y duraderos de la personalidad, con la exigencia de un orden por parte tanto de la personalidad como del sistema sociocultural, y con la necesidad de conjunto en la vida social”.²⁸

Cada sociedad tiene como meta la realización de valores dominantes, los cuales den sentido al cuerpo social por ejemplo la libertad de cada uno de nosotros para tomar decisiones que nos convengan, que no se confunda con libertinaje pues estaríamos viviendo en un anarquismo total; la igualdad, tolerancia, libertad, justicia, respeto, equidad, la participación etcétera; son valores dominantes en la consecución del bien común, es quizás la meta que se desea alcanzar y que puede traducirse como el anhelo de bienestar para toda la sociedad.

²⁷ Diccionario de las Ciencias Sociales. Edit. Larousse. México, 1989.

²⁸ -Ibid

Actualmente en las sociedades democráticas, los gobiernos enfrentan retos internos y externos, con respecto a la consecución de valores, los cuales se ven confrontados ante el cumplimiento de normas y tratados comerciales a las que se han visto “obligados” a integrarse, situación que enfrentan la mayor parte de los países latinos, debido al desarrollo globalizador caracterizado por la distribución mundial de las mercancías mediante la apertura comercial.

Esta visión de desarrollo económico en las sociedades “modernas” esta influyendo en la determinación de formas de participación social por que depende ante todo y sobre todo de recursos humanos, en este contexto la participación social se vislumbra como “un proceso de lucha por el poder, que tiende a permear las diversas estructuras políticas, económicas y culturales”²⁹

dependerá de la participación democrática el poder obtener cambios sustantivos en dichas estructuras. Sin embargo menciona participación implica “tomar parte”, convertirse uno mismo en parte de una organización que reúne a más de una sola persona, Mauricio



Merino menciona que “la participación es un acto social, pues nadie puede participar de manera exclusiva, privada para si misma”³⁰ con ello participar no significa que todos tengamos que participar al mismo

²⁹ Cullen, Carlos. *Ética y Democracia*. Ed. Paídos. Argentina.

³⁰ MERINO, Mauricio. La participación en la democracia. Cuaderno de divulgación de la cultura democrática IFE. México 1998.

tiempo y en todas partes. Con base en este planteamiento la participación tiene el carácter de intercambio en el aparecen valores de todo tipo, de buena voluntad, persistencia, interés, etcétera, pero también no esta exenta de egoísmos, cinismo, irresponsabilidad o de enajenaciones por parte de los individuos que participan. La sociedad en su gran mayoría piensa que dentro de una democracia la participación consiste únicamente en elegir, a través del voto a personas que nos representen en los puestos de gobierno, sin embargo acudir a las urnas, aunque es un derecho fundamental no es la única forma de participar; se puede tener una participación activa en tanto los individuos se interesen por mejorar la sociedad en la que viven.

La teoría de la democracia participativa se refiere a una igualdad participativa, es tal sentido "cada quien tenga igual oportunidad de llevar el orden del día las decisiones colectivas de los problemas que para el son importantes"³¹, lo que conlleva a una igualdad y efectividad del bienestar; a través de la participación se expresa el ser político del hombre así como un valor educativo que implica el desarrollo de capacidades para decidir según intereses comunes y no solo individuales.



³¹ CORTINA, Adela. La ética aplicada y democracia radial. Editorial Tecnos

Las sociedades están conformadas por grupos e individuos que tienen diversos intereses y opiniones; que por tanto los espacios de poder deben estar representados por hombres que transmitan los intereses y opiniones de sectores, partidos, instituciones y de todas las clases sociales que conforman la comunidad, en la medida en que esto sea posible los sujetos serán movidos por un interés común y su participación en el seno social será con el fin de que se escuchen todas las voces y no solo una.

La democracia en México como en cualquier nación es y debe ser obra de todos y no sólo de gobierno, por ello nuestra conducta cotidiana ha de estar inspirada en el valor de la participación democrática como un bien común; de tal manera que la participación es de todos porque tenemos la capacidad organizarnos, de manifestarnos. La ciudadanía no es justa solamente por que deja que cada uno busque su propio bien, sino que lo es porque define solidariamente el bien común.

3.4 LA FORMACIÓN DE VALORES Y LA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA

La participación ciudadana en México no es un valor promovido por el Estado mucho menos por los medios, aun cuando es un elemento fundamental en la práctica democrática. La educación cívica que debería utilizar como estrategia permanente la participación, se ha estancado en el fomento de un patriotismo basado en honrar los símbolos de la patria, como la bandera, la independencia, el himno

nacional, etcétera, dicha situación ha suscitado que “aun no hemos alcanzemos la mayoría de edad como ciudadanos”³²

Dicha situación ha sido instituida desde la misma garantía constitucional educativa, la cual tuvo origen en la constitución de 1857 que señala “la enseñanza es libre” artículo 3°. En la presidencia de Juárez en 1867, se establece la enseñanza primaria obligatoria, gratuita y laica. Primer antecedente del estado Nacional, que se llevó a cabo, basado en el “orden y progreso” positivista así por los ideales democráticos liberales.

De 1921-1940, se hacen modificaciones a la Constitución, rechazando el positivismo y la cerrada sociedad porfirista, los nuevos valores y la participación social se orientan hacia la construcción de una nación moderna. Con las intensas actividades vasconcelista se da la oposición a Calles y a Cárdenas para defender la libertad de creencias y de educación. En el periodo de Cárdenas se expresan más fuertemente las contradicciones de la clase y el control de la participación social, reflejo de un estado corporativista.

La tercera fase es de 1940-1970, en donde se promueve la colaboración de clases en torno a la unidad Nacional debido a las luchas sociales anteriores, en función de ello, se transita de la educación socialista a la educación para la democracia. A pesar de este cambio la presencia del Estado es fuerte y crece el control del Sindicato Nacional de Trabajadores para la Educación la cual ejerce poder sobre la vida

³² Trejo Delarbre, Raúl, La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad. Ed. Cal y Arena, México, 1992.

educativa y escolar, al mismo tiempo limita a los padres de familia a participar.

Con la presidencia de Echeverría, en los setenta se da un cambio de los regimenes anteriores y lo que se pretende es responder a los movimientos sociales, el cambio social y los valores democráticos son impulsados pues, hay un esfuerzo por definir una filosofía de la educación que aclare el papel de esta en el desarrollo del país.

La cuarta fase de 1970-1997, con el acuerdo Nacional para la Modernización de la Educación básica que lleva a cavó en los años noventas y después la Ley General de Educación y la reforma del artículo 3º se da impulso de los valores en la vida social y se legitima la participación social.

Sin embargo estos complejos procesos históricos por llevar a cabo una política educativa que ayude a mejorar la situación cultural y educativa del país no han estado cotidianamente a la vista, pues la escuela una de las instituciones principales en la formación humano no han cumplido su objetivo cultural que organicé los intereses sociales para dar forma operativa a la educación, a la formación de valores y a la participación democrática. Siendo esencial su papel ha variado conforme la sociedad ha cambiado en su configuración política y en sumisión del futuro. Esto llevado a un plano superior significa que existe un vacío en materia de cultura ciudadana, entendida como: "...los valores, motivaciones y conductas que expresamos día tras día en la relación que tenemos con las otras personas con las que vivimos y con las que no rodean en el pueblo, ciudad o país en donde habitamos". La cultura ciudadana es la

forma en que entendemos y ejercitamos los derechos y obligaciones que tenemos como miembros de una comunidad.



En tanto la relación educación y valores pasa por la relación educación-sociedad-medios en donde la primera es la educación un factor clave en el cambio social pero que al mismo tiempo esta es una gran estructura social ideológica y cultural, la segunda es la sociedad un conglomerado de individuos heterogéneos, complejos, diferentes, los cuales facilitan o no los cambios sociales motivados por necesidades sociales o personales y el tercero serian los medios los cuales tendrían que ser un soporte valorativo cultural social y educativo.

CAPÍTULO IV.

Derecho a la Información y Educación Ciudadana



CAPÍTULO IV.

DERECHO A LA INFORMACIÓN Y EDUCACIÓN CIUDADANA

El derecho a la información comprende la facultad, la prerrogativa, la opción, la búsqueda, la investigación para obtener información de interés público. Este es un derecho de toda sociedad y nace en 1848 con la Declaración Universal de los Derechos del hombre y la cual señala en su Artículo 19 la garantía fundamental que “toda persona posee para atraerse información, informar y ser informada”.³³ Sin embargo cuando se habla del derecho a la información parecería que es un tema reciente; la lucha por este derecho lleva ya bastantes décadas de trabajo.

El derecho a la información se ejerce con libertad de expresión que amplía su ámbito para afinar la informar de eventos actuales, importantes e indispensables, teniendo que ver con la objetividad y veracidad de la información en el ambiente más amplio que abarca las libertades de pensamiento, expresión e imprenta, este derecho lo regula la Constitución Mexicana en el artículo 7º el cual señala que “Es inviolable la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tienen más límites que el respecto a la vida pública...”

³³Escobar de la Serna, Luis. Manual de Derecho de la información. Dickinson, Madrid, 1997.

No obstante que la lucha para que este derecho se respete y se pueda llevar a cabo por la sociedad mexicana data desde 1978, no fue sino hasta el 9 de enero de 1981 que en la Cámara de Diputados se publicó en el Diario Oficial de la Federación la aprobación del Senado a la República a lo establecido por el Pacto Internacional de Derechos Civiles y políticos, el cual establece en su artículo 19 que "Toda persona tiene derecho a la libertad de buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole sin consideración de fronteras ya sean oralmente, por escrito o en forma impresa o artística".

A partir de entonces representantes sociales han impulsado medidas para garantizar este derecho, el 28 de octubre también de 1981 la revista "Proceso" publicó un reportaje el cual era un anteproyecto que según este era una propuesta que iba a controlar las formas y metas de la comunicación, dicho artículo fue tendencioso ya que señalaba que era un intento fascista, totalitario, etc., a causa de esta mala interpretación por parte de empresarios se hace una pausa, y en el 1983, Miguel de la Madrid convoca la realización de Foros y Consultas Públicas en Comunicación Social, en este foro se presentaron 542 ponencias que se quedaron en el archivo.

Posteriormente hasta el 8 de febrero de 1995, la Comisión Especial de Comunicación Social de la LVI Legislatura se reunieron para "presentar iniciativas de ley para actualizar la legislación en materia de comunicación social que contemplara el punto de vista de la sociedad, la comisión estuvo conformada por el PAN, PRI, PRD Y PT."³⁴ En abril

³⁴ SOLÍS, Beatriz "Cronología del derecho a la información en México". Revista Mexicana de Comunicación

del mismo año se llevo a cabo Foros de consulta popular sobre Estado, Democracia y Medios de Comunicación para el plan de gobierno de 1995-2000.

El 22 de abril de 1997 Diputados de la Comisión Especial de Comunicación Social, integrada ahora por PAN, PRD y PT, presentaron dos iniciativas; una la ley de imprenta de 1917 y la otra que fue del artículo de la Ley Federal de Radio y Televisión. Del 6 al 9 de mayo de 1998, se convoco a la conferencia Internacional “El derecho a la información en el marco de la Reforma del Estado en México, en dicho foro se invito a concesionarios de radio y televisión y solo algunos periódicos le dieron cobertura al tema. Los avances presentados en estas reuniones se difundieron en la radio y televisión como una ley censura o mordaza.



El tema no se volvió a tocar hasta el año 2000 con el cambio de partido en el gobierno, el Poder Ejecutivo Federal intenta llegar a acuerdos para regular y cambiar las reglas discrecionales existentes. Los concesionarios comienzan a modificar su discurso, los industriales aceptan, por primera vez que se revisara la legislación en materia de medios, con la condición de que su opinión fuera considerada. En el 2001 se establece el dialogo en el simposio por ellos organizado titulado Libertad de Expresión y Responsabilidad Social.

El trabajo y esfuerzo desarrollado de instituciones no gubernamentales, investigadores, periodistas, partidos políticos así como de universidades, y al trabajo constante del grupo Oaxaca³⁵ hacen que la ley de acceso a la información sea una ley con la que cuenta la sociedad mexicana, la cual es de gran importancia, pues significa el acceso a información de instituciones gubernamentales que contempla al:

El poder Ejecutivo Federal, El poder Legislativo Federal integrado por las Cámaras de Diputados senadores, El Poder Judicial de la Federación y los órganos constitucionales autónomos como el IFE, Comisión de Derechos Humanos, Banco de México y las Universidades. Información que en otras épocas y con otros predomios políticos como los del PRI no hubiera sido posible. Constituye también un capítulo importante en el largo y complejo proceso de democratización del país especialmente vinculado con la descolonización del espacio público”³⁶

Aunque para unos será conocer acerca de lo discrecional, de lo escondido, como ¿Cuánto ganan los funcionarios de mandos medios y superiores?, ¿Cuál es el destino y ejercicio de nuestros impuestos? Para otros solo servirá para proporcionar datos personales o el avance de trámites diversos. Hoy en día la apertura de las fronteras comerciales y de comunicación demanda de las sociedades ejercicio de este derecho, evitando la conformidad de solo recibir información.

³⁵ La comisión Técnica fue integrada por Luis Javier Solana, asesor editorial de El Universal, Roberto Rock de el Universal; Miguel Treviño, coordinador editorial de el Norte y representante del grupo Reforma; Jenaro Villamil, de la Jornada; Luis salomón coordinador editorial de El informador de Guadalajara y representante de los editores de los estados; Ernesto Villanueva, Juan Francisco Escobedo e Issa Luna de la Universidad Iberoamericana; salvador Nava Gomar de la Universidad Anáhuac del sur y Jorge Islas de la Facultad de derecho de la UNAM.

³⁶Escobedo, Juan francisco. “El caso de la Ley de transparencia y Acceso a la información Pública. Democratización y espacio público”. Revista Mexicana de Comunicación. Julio-Agosto 2002.

La Ley de Acceso a información contribuye a tres ámbitos del derecho que todo individuo tiene al respecto: a atraerse información, a informar y a ser informado, los cuales aunque parece lo mismo tienen diferencias entre uno y otro, Ernesto Villanueva y Jorge Carpizo³⁷ describen tres aspectos estableciendo sus diferencias aunque en los hechos accionan globalmente:

a) El derecho a atraerse información; comprende el acceso a archivos, registros y documentos públicos.

b) El derecho a informar; comprende libertad de expresión así como de imprenta.

c) El derecho a ser informado; incluye la facultad, la capacidad, la aptitud a recibir información objetiva y oportuna, en donde las noticias sean completas, no maniqueada, alterada, improvisada o inventadas. Además debe garantizarse que la información difundida llegue a todas las personas de cualquier condición social y territorial.

Si bien esta ley es un hecho que nos garantiza el ejercicio del derecho a la información, entendida y comprendida en un sentido amplio, para los medios de comunicación representa una obligación sin excusa ni pretexto para informar oportuna y verazmente. Dado que manifiestan constantemente sus logros tecnológicos a lo largo del siglo XX, su cobertura informativa, así como su capacidad para penetrar en las mentes de las sociedades son éstos los que entonces deben considerar seriamente esta ley.

³⁷ Carpizo, Jorge y Ernesto Villanueva. "Derecho a la información en México: propuesta para su regulación. Revista Mexicana de Comunicación. No. 68 Marzo-Abril 2001.

Por otro lado, es indudable que desde sus inicios la radio y la televisión, han suministrado la información a la sociedad contribuyendo a crear una "realidad" que la sociedad reconoce; independientemente de que este sustentada en un manipuleo en favor del Estado, en favor del desarrollo industrial y a favor de la globalización.

Desde esta perspectiva los medios deben contribuir en el ejercicio de dicha ley la cual tendrían que rebasar los intereses económicos y políticos por los que funcionan, transformándose en espacios abiertos de participación social, los cuales aún están muy condicionados y limitados, considerando que somos 100 mil millones de habitantes. Desde este punto de vista los grupos sociales como: maestros, ecologistas, campesinos, estudiantes, amas de casa, políticos, sindicatos, asociaciones no gubernamentales, estarían contando con espacios abiertos para ser escuchados y planteando ante la ciudadanía la problemática social en la que están inmersos.

Por tanto la apertura de espacios para la participación ciudadana transformarían la información mediática que hoy imparten los medios la cual esta divorciada de la sociedad al no comunicar sus necesidades reales y no dar información orientada a favor de un pensamiento frívolo basado en la cultura de la moda, del consumo, del entretenimiento y solo ocasionalmente conduce a reflexionar y sentir los problemas centrales de la sociedad.

Esta es una situación compleja, que se mantiene debido principalmente por que el Estado ha olvidado su papel rector en materia de comunicación social, permitiendo que los intereses de los grandes

empresarios de la comunicación se focalicen en monopolizar a la radio como la televisión.

Los medios de comunicación no han cambiado mucho su forma de transmitir pese a que estas empresas se sostienen de su audiencia y de sus ganancias millonarias por la obtención del reiting que le da la misma población; aunque cantidad no signifique calidad. Esta misma audiencia es la que no es considerada para participar y manifestar sus necesidades colectivas, mucho menos para incorporarse a los procesos de gestión y representación pública ciudadana. Ante esta inconciencia de los medios como del mismo Estado movimientos sociales han tenido que buscar y abrir espacios clandestinos de comunicación social grupos sociales como "Radio Vampiro", "Radio Zapote", "Radio Pirata", etc.

Por ello la necesidad de despertar conciencias, repensar en términos culturales, políticos, legislativos y educativos corresponde a todos, entonces solo así se estaría hablando de una sociedad democrática.

4.1 ALCANCES DE LA PARTICIPACIÓN

Los alcances de la participación social en México aún son limitados, en este sentido los medios de comunicación tienen delante de sí un reto, que si asumen modificaría necesariamente las políticas que rigen las diversas modalidades comunicativas, como: noticieros, culturales, entretenimiento, debate, etcétera, que los vinculan con la población; por que mediante éstas, se estarían planteando como prioridad la formación de un ciudadano distinto, capaz de conocer y ejercer sus derechos humanos y políticos, lo cual solo es posible garantizando su participación eficaz, lo que significa que además de ser escuchado, se plantearían necesidades y problemáticas acciones que modificarían las situaciones particulares que están atentando en contra de la individualidad y/o colectivas.

La información es el bagaje fundamental en la formación ciudadana y sus contribuciones en el aprendizaje de los derechos humanos y políticos de los individuos debe de ir vinculado al aprendizaje de un proceso de participación que implica responsabilidades, organización, compromiso, etcétera. Corresponde a los medios y al Estado desarrollar modelos informativos acordes a una sociedad democrática dando prioridad a la formación de una cultura cívica sustentándola en una programación divertida pero al mismo tiempo educativa, de manera que esta debe ser lo mas atractiva y eficaz posible para la sociedad.

Los medios deben ser espacios públicos abiertos, en donde se tenga la oportunidad de deliberar, de participar, de ser escuchados todos, con el propósito de construir colectivamente y desde enfoques diversos la

opinión pública entorno a los acontecimientos sociales. El potencial de actuar de cada uno y no de un poder absoluto, como lo es el económico o político.

El acceso público a los medios electrónicos de comunicación es inherente al ejercicio de las libertades constitucionales de los mexicanos y por lo tanto debe ser reconocido como un derecho. El acceso público a los medios existe en países como Holanda, Estados Unidos, Argentina, Australia y Sudáfrica, es una respuesta nacional y cultural ante la globalización es la respuesta en positivo a la mundialización, la cual crea condiciones para la comunicación local, como recurso indispensable de defensa de la cultura local, las formas de vida y el servicio directo a las comunidades.

Por la amplia cobertura social demostrada, los medios son la clave en la formación de los ciudadanos pues ofrece posibilidades para organizar, "transformar todas las afecciones pasivas en activas"³⁸ de este modo la ciudadanía dejará de ser una masa uniforme u homogénea que es menos reconocida en lo local, pero si en lo global pues estas se reconocen como sociedades consumista o por su alto nivel económico, incapaz de ser sujetos reflexivos. Así entonces la democracia tendría que ver no solo con su forma de gobernar, sino con la sociedad civil la que entiende y comprende la vinculación de unos con otros, la cual se constituye y crea una ciudadanía participativa.

³⁸ Ibid.

4.2 LA PARTICIPACIÓN EN LA RADIO

Aunque la radio cuenta con una programación amplia y plural; sigue siendo un espacio de expresión cerrado a todos aquellos sectores sociales marginado y excluido, siendo estos los que justamente deben ser considerados o de lo contrario la pluralidad seguirá siendo solo un adjetivo más.

Si bien en el segundo capítulo se describen todas aquellas ventajas y desventajas que tiene la radio en los planos auditivo, social, psicológico, producción y educativo; es necesario destacar que en el terreno de lo social falta mucho por hacer y sin embargo no se ve un futuro cercano para ello, pues el desarrollo de la nueva tecnología con que cuenta la radio así como los medios electrónicos en general siguen utilizándose para enfoques publicitarios obteniendo ventajas económicas, con el fin de consolidarse en la comercialización mundial. Se han llevado dos décadas para que se legislara el derecho de acceso a la información y los resultados son aún una legislación resumida, escueta, mientras tanto el gobierno y los monopolios se reparten el espacio aéreo para provecho privado, qué más hay que hacer.

Carlos Cullen menciona que hoy la ciudadanía debe tomar el poder, es decir tomar la palabra, haciendo que la convivencia pueda ser un hecho, alentando la participación de los ciudadanos a fin de transformar el contexto social en el que vivimos, el cual se manifiesta distinto a esta, pues pareciera que la inseguridad, la precariedad, la violencia, la intolerancia, la injusticia, son síntomas comunes en las sociedades y en donde el ejercicio del poder solo lo ejercen aquellos quienes gozan de privilegios económicos o influencias, la practica del clientelismo

político ha permeado en todas las capas sociales y el ejercicio de la ciudadanía es seriamente cuestionado por la misma, las falsas promesas de los representantes políticos deja poco que hablar de su gobernabilidad pues “se sustituye el compromiso con la seducción. Las formas de explicitarse la democracia: división de poderes e independencia de los mismos, periodicidad de los mandatos, legitimidad pública de los actos representación de las minorías, respeto a la ley, son todos tópicos posiblemente descreídos en la sociedad actual”³⁹.

En los medios de comunicación la opinión de la sociedad es limitada, pues estos consideran que el hecho de convocar a los sujetos a hacer una llamada significa participar, cuando en realidad solo se esta obteniendo la mayor información posible sobre el mercado y el reiting así como la conducta de los consumidores y el posicionamiento de la competencia. La opinión pública considerada como el cuarto poder en las sociedades democráticas, no puede pensarse en una sociedad que se conforma y limita con este tipo de participación.

Es necesario recapacitar que la ciudadanía no puede estar representada por una o varias personas que ejercen su poder mediante la opinión a través de los medios y creyendo que son los que tiene la verdad absoluta, creando su poder informativo que “incita, seduce era que este conjunto de acciones que incita, induce, seduce, facilita o dificulta; amplía o limita...”⁴⁰ en donde se dice como y cuando se participa; con imágenes, voces y sonidos los medios manejan y manipulan estados de animo social sin que nadie controle su poder ni

³⁹ ibid

⁴⁰ Foucault, Michel. Más allá del estructuralismo y la hermenéutica. México. UNAM. 1988.

mucho menos la llamada revolución de las comunicaciones ahora globalizadas.

Corresponde a la ciudadanía tomar conciencia ante la pérdida de su poder así como a la dispersión de poderes que se pretende ejercer, pues mientras los medios siguen considerándose dueños de la verdad y representantes de la cosa pública, los ciudadanos seguirán siendo un disfraz de las empresas, "o la ciudadanía abre un camino nuevo hacia la construcción de lo público"⁴¹, o la construcción de la democracia en nuestro país será muy lenta, pues los procesos y prácticas comunicativos de los medios no están contribuyendo o contribuyen muy poco a generar en la ciudadanía la toma de conciencia, la reflexión y la participación. En el campo de la comunicación lo que ha interesado es atender a los sujetos consumidores, mismos que no son tomados en cuenta cuando requieren de los medios para la manifestación de sus necesidades.

En el siguiente apartado se tratará de demostrar la falta de participación democrática en la radio.

⁴¹ ibid

4.3 OBJETIVOS DE LA INVESTIGACIÓN

OBJETIVOS GENERAL

Reconocer el grado en que la radio fomenta la participación democrática.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

1. Conocer cuáles y cuántos son los espacios radiofónicos en los que se promueve la participación democrática.
2. Analizar si la radio puede ser el medio de comunicación adecuado para la participación democrática.
3. Valorar los programas radiofónicos que propician la participación.
3. Analizar las ventajas que aporta a una sociedad al contar con espacios radiofónicos que fomenten la participación democrática

4.4 METODOLOGÍA UTILIZADA

Entender a cabalidad la realidad social así como sus problemáticas contemporáneas supone un esfuerzo de visión debido al impacto que hoy tienen los medios de comunicación en la sociedad. El manejo de la información a través de los medios genera actitudes que propician en la ciudadanía la apatía en lugar del involucramiento en los distintos acontecimientos sociales. Lo cual contraviene a un proceso de participación ciudadana, básico en el avance democrático de una sociedad.

Sin embargo investigar y conocer nos permite aclarar esta incertidumbre en la que se ve envuelta la ciudadanía, por lo que comprender y conocer el discurso de los distintos programas radiofónicos constituye el objetivo de esta investigación.

En esta investigación se adoptará la metodología del análisis de contenido la cual "es una técnica de investigación destinada a formular a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y validas, que pueden aplicarse al contexto"⁴², es decir el análisis de contenido ayuda a examinar, estudiar, comparar el contenido de mensajes que emiten los medios así como los efectos que tienen en la sociedad. Desde esta perspectiva lo primero que interesa al emplear el análisis de contenidos es responder a cuestiones como ¿qué dice? o ¿qué se dice? y en ¿que contexto se dio?

A partir de estas primicias se llevará a cabo el análisis de contenido de los programas de la banda AM Y FM, destacando en aquellas que estén

⁴² KLAUS, Metodología de análisis de contenido teoría y práctica.

contribuyendo en el fomento de la participación democrática de la ciudadanía, dicho análisis se llevará a cabo durante un mes, tiempo suficiente para la corroboración de los objetivos planteados.

Esta técnica de investigación ha sido utilizada desde 1952 y empleada por Berelson quien sostiene que el análisis de contenido es una técnica de investigación que ayuda a la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de la comunicación pues desde los inicios de éstos ya se vislumbraba su poder así como su gran proliferación que podía tener en la sociedad.

El análisis de contenido tiene al igual que otras metodologías, la finalidad de proporcionar conocimientos nuevos, comprensiones y representaciones de hechos no visibles por ejemplo sobre la ideología que imponen los medios a la sociedad al estar incitando constantemente al consumismo.

Para llevar a cabo esta investigación utilizaré un muestreo en etapas múltiples. Cabe señalar que existen cinco tipos de muestra de datos que se pueden aplicar según las necesidades del investigador y estas son: la muestra aleatoria, muestra estratificada, muestra por conglomerado y muestreo en etapas múltiples. Esta última será utilizada en este trabajo.

La muestra en etapas múltiples consiste en obtener muestras recurriendo sucesivamente a una o más muestra de la misma. Es decir de un conglomerado se puede obtener estratos que ayuden a seleccionar datos precedentes para el análisis de contenido.

La muestra en etapas múltiples se aplicará:

1.- En un primer momento obtendré la muestra de todas las estaciones que constituyen la radio en el Distrito Federal. De esta muestra lo que se pretende obtener es el número de estaciones que conforman la banda AM, FM y su frecuencia.

Aunque en el análisis de contenido los datos no son trascendentes, los datos que se obtengan servirán para apoyar y avanzar hacia otros fenómenos.

2.- La segunda muestra que se obtendrá es, como está constituida la programación, así como las horas que transmiten a la semana y el nombre del locutor, dicha información será fundamental para pasar a una tercer muestra.

3.- En esta última etapa lo que se pretende obtener es el número de programa que de acuerdo con el título aluden a espacios con los que cuenta la sociedad para la participación democrática.

4.- Una vez obtenida la muestra final se analizará el contenido de los programas seleccionados. Estos programas serán escuchados dos veces por semana, durante un mes, se grabarán y después se hará un análisis de contenido a fin de establecer si en verdad son programas que permiten la participación ciudadana y favorezcan la construcción de la democracia.

4.5 MUESTRA DE DATOS OBTENIDOS

La presente investigación de campo se basa fundamentalmente en la realización de un análisis de contenido de la programación radiofónica, cuyo objetivo principal es conocer el grado de estas como espacios de participación democrática de la ciudadanía y por ende su contribución a la sociedad.

A continuación se pasa a la descripción de la primera muestra de datos obtenida.

PRIMERA MUESTRA DE DATOS OBTENIDOS

La radio del Distrito Federal está constituida por dos bandas transmisoras que son AM y FM, estas funcionan por ondas electromagnéticas; según su longitud y medidas en hertz. Para poder obtener señal de dichas transmisoras es necesario la modulación de ondas, las más comunes es la modulación de amplitud y la de frecuencia, la cual permanece constante y se hace variar la amplitud en función de la señal moduladora. De esta manera podemos sintonizar cualquier programa de radiodifusión, que es la transmisión y difusión de programas radiales, grabados previamente o transmitidos en vivo.

A continuación se describe cómo está constituido el cuadrante de AM y FM, cual es su frecuencia, y el grupo al que pertenece. La descripción aparece en forma de lista.

INDICE DE ESTACIONES DE AM

Frecuencia		Estación	Grupo
AM	560	Radio Chapultepec	Radio Chapultepec
AM	570	Radio Formula	ORF* ⁴³
AM	590	Estadio W	NRM*
AM	620	Radio 6.20	RASA*
AM	660	La Candera	IMER*
AM	690	La 69	ORC*
AM	710	Radio 710	IMER*
AM	730	XEX	Televisa Radio
AM	760	ABC	México Radio
AM	790	Formato 21	ORC*
AM	830	Radio Capital	Pegaso
AM	860	Radio UNAM	UNAM*
AM	900	XEW	Televisa Radio
AM	940	Enamorada 940	Televisa Radio
AM	970	Radio Fórmula	ORF
AM	1000	Radio Mil	NRM
AM	1030	Radio Centro	ORF
AM	1060	Radio Educación	Radio Educación
AM	1110	Radio Red	ORC
AM	1150	El Fonógrafo	ORC
AM	1180	Radio Felicidad	Grupo Acir
AM	1220	La B Grande de México	IMER
AM	1260	Radio Acir	Grupo Acir
AM	1290	Radio Trece	RASA
AM	1320	Track 1320	ORC
AM	1350	La hora exacta	IMER
AM	1380	Romántica	Radorama

⁴³El asterisco se señala para la descripción del nombre del grupo al que pertenecen las diferentes frecuencias. ORF(Organización Radio Formula), NRM(Nueva Radio Mex.), RASA(Radio, S.A.), IMER(Instituto Mexicano de la Radio), UNAM(Universidad Nacional Autónoma de México).

AM	1410	Sinfonola	NRM
AM	1440	Radio Noticias	Grupo Siete
AM	1470	Radio Formula 1470	ORF
AM	1500	Radio UNO	ORF
AM	1530	La Mexicana	Pegaso
AM	1560	La Banda	ORC
AM	1590	Bonita	Grupo Acir

La frecuencia de AM, está constituida por treinta y cuatro estaciones, las cuales cuentan con una programación amplia y diversa que va desde el programa deportivo, musical, noticioso, de entretenimiento hasta el de opinión.

A pesar que en el cuadrante de AM se ofrece una mayor variedad en su programación, la preferencia del auditorio en el Distrito Federal es menor que la del cuadrante del FM⁴⁴.

La siguiente lista que se muestra es la de la banda de FM, su número de frecuencia, nombre de estación y al grupo al que pertenece.

INDICE DE ESTACIONES DE AM

Frecuencia	Estación	Grupo
FM 88.1	Red FM	ORC
FM 88.9	Azul 89	Grupo Acir
FM 89.7	Oye 89.7	NRM

⁴⁴ El reiting que alcanzan las estaciones no se pudo obtener, debido a que cada estación paga para obtener el dato y esta información no es compartida, ni mucho menos difundida. Sin embargo, el dato se obtuvo de la "Revista Mexicana de Comunicación" Jul-Agos. 2002.

FM	90.5	Imagen	Imagen Telcom
FM	91.3	Alfa	ORC
FM	92.1	Universal	ORC
FM	92.9	La Ke Buena	Televisa Radio
FM	93.7	Estéreo Joya	ORC
FM	94.5	Opus 94	IMER
FM	95.3	Amor	Grupo Acir
FM	95.7	Radio IPN	Radio IPN
FM	96.1	Radio UNAM	Radio UNAM
FM	96.9	WFM	Televisa Radio
FM	97.7	Estéreo 977	ORC
FM	98.5	Radioactivo	Imagen Telcom
FM	99.3	Digital 99	Grupo Acir
FM	100	Estéreo Cien	NRM
FM	100.9	Sabrosita	NRM
FM	101.7	VOX	Televisa Radio
FM	102.5	Best FM	MVS Radio
FM	103.3	Radio Fórmula	ORF
FM	104.1	EXA	MVS Radio
FM	105.7	Orbita	IMER
FM	106.5	Mix FM	Grupo Hacer
FM	107.3	La Z	ORC
FM	107.9	Horizonte 107.9	IMER

El cuadrante de FM está constituido por 26 estaciones: en esta frecuencia el 90 por ciento de su programación es musical. La descripción del grupo al que pertenece cada estación es pertinente pues ayuda a entender el porqué la preferencia de cuadrantes que tiene la audiencia.

El cuadrante de AM cuenta con 34 estaciones mientras que la frecuencia o cuadrante de FM es de 26 estaciones, esta última tiene menos estaciones y menos variedad en su programación. Dicha situación se puede explicar por la aparición de más emisoras, así como la incorporación de nuevas tecnologías y la falta de creatividad que carece la frecuencia AM, aunque el rezago de esta frecuencia se puede explicar por otra razón que tiene que ver lo económico.

Actualmente existe la disputa por la fusión de emisoras, que el grupo Televisa, líder en la televisión mexicana insiste comprar o unirse al grupo GRC (Grupo Radio Centro) el cual cuenta con 13 estaciones de las cuales 11 están localizadas en el Distrito Federal. Radiópolis, de Televisa, posee siete, lo que crearía un grupo de 18 estaciones de las 59 existentes en el mercado de la Ciudad de México.

De concretarse estaría creando un grupo de privilegiados en la radio, que al tener toda la capacidad económica, también la tendrían en el avance tecnológico y de mercadotecnia necesaria, para subir sus reiting o audiencia, lo que traería como consecuencia la fijación de monopolios en la radio, como altas tarifas a los anunciantes y una fuerza que estaría excluyendo a la marginalidad al resto de las estaciones de radio en la ciudad.

La Asociación del Valle de México⁴⁵ (ARVM) declara que el 70 por ciento de la inversión publicitaria en radio se destina a las estaciones de FM ante la caída de radio escuchas de las emisoras de AM, esta situación se explica como ya se menciona, por una parte por la falta de creatividad y de tecnología. Si la poca audiencia se debe a estas

⁴⁵ PLATA, Gabriel Sosa. “La sintonía de la radio mexicana” Revista Mexicana de Comunicación Jul-Agosto 2002.

circunstancias, otra explicación que considero necesaria exponer es que a los radioscuchas no les satisfacen estos programas que emite la frecuencia de AM, pues prefieren sintonizar música, lo cual trae consigo el riesgo que los ciudadanos estén adquiriendo la cultura pura del entretenimiento y diversión y vivir sin el más mínimo interés en ser informados objetiva y claramente y mucho menos sintonizar programas educativos.

Siguiendo con la muestra de datos de etapas múltiples, esta sería la primer muestra que permite obtener información para pasar a una segunda muestra; la cual a partir de la muestra del cuadrante de AM Y FM, del nombre de cada estación y el grupo al que pertenecen se pasará a una segunda selección de datos, la cual consistirá la descripción detallada de la frecuencia de la banda AM Y FM, la programación de AM y FM, así como la clasificación de sus programas, las horas en que se transmiten semanalmente cada uno de estos así como el nombre del locutor.

SEGUNDA MUESTRA DE DATOS OBTENIDOS

La programación radiofónica es variada, las opciones van desde programas musicales a los netamente informativos; por lo tanto los criterios son distintos según se los relacione con la emisora, la frecuencia, o el horario de transmisión. Por ello el criterio de clasificación que utilicé para esta segunda muestra es la que obtuve del IMER (INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO), dicha clasificación está dividida en cuatro categorías que son: informativa, hablada, deportiva y musical, así como el tiempo aire con que cuenta cada programa semanalmente y el nombre del locutor.

CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE PROGRAMAS DE LA FRECUENCIA DE AM, EN CUANTO AL NÚMERO DE HORAS QUE TRANSMITEN SEMANALMENTE

FRECUENCIA	Tipo de programas y horas transmitidas por semana			
	Hablada	Noticiosa	Deportiva	Musical
AM 1560 La Banda				14 hrs
AM 1500 Radio Uno	26 hrs.	42 hrs.		
AM 1590 Bonita	2:30hrs		5hrs.	5hrs.
AM 1060 Radio Educación	1:30	9:20hrs.		
AM 1410 Sinfonola			5hr.	14hrs
AM 1470 Metropoli	38 hrs.	20 hrs.		
AM 1440 Radio Noticias	59:00	13:00hrs.	5hrs.	
AM 1380 Romantica				79 hrs.
AM 1350 XEQK				25hrs.
AM 1320 Radio Track	25 hrs.			25hrs.
AM 1180 Radio			16:30 hrs.	

Felicidad				
AM 1110 Radio Red	24:90	62 hrs.	18hrs	
AM 1000 Radio Mil	12 hrs.	40 hrs.		
AM 1030 Radio Centro	33:30 hrs		7hrs.	
AM 1260 Radio Acir	35 hrs.	17:30hrs	5hrs	
AM 1220 La B	46:30 hrs.			11:00hrs
AM 970 Radio Formula	6:30	24:30	5hrs	
AM 940 XEQ	10 hrs.			
AM 900 XEW	5 hrs.	15hrs	5hrs.	21:30hrs.
AM 860 Radio UNAM	1 hr	10:85		3:30
AM 760 ABC Radio	6 hrs.	45 hrs	3hrs.	
AM 740 Formato 21		65 hrs.		
AM 710 Radio 710	12:30		25hrs	
AM 690 La 69		49hrs.		
AM 660 La Candela		20 hrs.	7:30	
AM 620 Radio 6.20	2:30	25 hrs	1hr.	26hrs.
AM 590 Estudio W			30hrs	
AM 560 Radio Chapultepec	19:00		1hr.	

*Clasificación de programas de acuerdo a la información proporcionada por el (IMER): Sin embargo cabe aclarar qué se entiende con cada uno de estos.

Los programas noticiosos se refieren a aquellos que difunden información a partir de las siguientes modalidades que consisten en:

Boletín informativo o panorama informativo: el cual informa cada cierto período de tiempo preestablecido por ejemplo cada media hora o una hora y con duración de dos a cinco minutos

Flash: son aquellos que interrumpen la programación para dar a conocer una información de último momento y su objetivo es llamar la atención del oyente.

Avance: es un avance breve anticipado, la diferencia que tiene éste con el flash es que no reviste carácter de urgente.

Diario hablado: es un programa organizado que está dividido en secciones, por ejemplo en noticias nacionales, noticias internacionales, deportivas, de espectáculo o culturales. El locutor hace lectura de esta información y puede o no hacer comentarios.

Crónica: es un relato hecho por un reportero en el lugar del hecho, sin embargo éste género se caracteriza por que tiene pocas posibilidades de reflexión y análisis.

Aunque todos los programas de radio son hablados; se nombra o se clasifican “programas hablados” aquellos que son de entretenimiento, como programas de opinión, entrevistas y programas dramáticos o conocidos como radionovelas. De esta manera la clasificación de estos programas “hablados” se realizó para hacer más rápida la clasificación.

Programas musicales son aquellos que su programación se basa en poner tocadiscos, CD, MP3, MINIDISC y a veces se programa vía internet, también se elaboran estos programas con la participación del público.

Los programas deportivos son los espacios destinados a los relatos deportivos, estos programas cuentan con horarios específicos así como de locutores que han hecho carrera en este oficio, gran parte de la programación de AM Y FM cuentan con esta serie de programas.

CLASIFICACIÓN DEL TIPO DE PROGRAMAS DE LA FRECUENCIA FM EN CUANTO AL NÚMERO DE HORAS QUE TRANSMITEN SAMANALMENTE

FRECUENCIA	Tipo de programas y horas transmitidas por semana			
	Hablada	Noticiosa	Deportiva	Musical
Tipo de frecuencia/ horas transmitidas por semana				
FM 1030 Radio Centro	16hrs	15 hrs.		5hrs.
FM 107.3 La Z				59 hrs.
FM 106.5 Mix				50 hrs.
FM 105.7 Orbita				34:30hrs.
FM 104.9 EXA	5 hrs.			
FM 104.1 Radio Uno			2hrs.	84hrs
FM 103.3 Radio Fórmula	6hrs			3hrs.
FM 102.5 Stereo Rey	30 min.			
FM 101.7 Vox				24
FM 100.9				45hrs.
FM 100. Stereo 100			5hrs.	2hrs.
FM 99.3 Digital 99			17hrs.	
FM 97.7 Stereo 97.7				26:30 hrs.
FM 96.1 UNAM		12:50 hs	1hrs.	5:20hr
FM 95.7 Politécnico	7 hrs.	12 hrs.	2hrs	
FM 94.5 Opus 94		20 hrs.		3 hrs.
FM 93.7 Sterio Joya		49 hrs.		7 hrs.
FM 92.1 Universal				84hrs.
FM 91.3 Alfa				24hrs.
FM 90.5 Imagen informativa	10 hrs.	45 hrs.	5hrs	
FM 89.7 Oye 89.7				20 hrs.
FM 88.9 Azul 89			15 hrs.	14 hrs.
FM 88.1 Radio Red		56 hrs		21 hrs.

*Una vez obtenida esta segunda muestra se construyó una tercera muestra, la cual se obtendrá a partir de la clasificación solamente de la programación hablada.

Los programas elegidos para realizar el análisis de contenido se seleccionarán de acuerdo con el encabezado o títulos de los programas que estén orientados a fomentar la participación democrática, esta expuesta en el segundo capítulo de esta tesis.

TERCERA MUESTRA DE LOS DATOS OBTENIDOS

A continuación se muestra una última lista de programas que de acuerdo con el título de su programa se pensaría que podría estar fomentando una participación democrática.

PROGRAMACIÓN QUE ESTARIAN PROPICIANDO UNA PARTICIPACIÓN DEMOCRÁTICA.

Frecuencia	Día de transmisión	Hora	Programa	Locutor
AM 1000 R. Mil	Miércoles	20 a 21	Acciones y reflexiones	Ángeles Cortes
AM 620 Radio 6.20	Lunes a Viernes	17: 30 a 18 hrs.	Cambio y poder	Adrián Trejo y Salvador García
AM 1110 Radio Red	Lunes a Viernes	23:15 a 24 hrs.	Lidiando el futuro y la nueva conciencia	Lidia Pérez López
AM 1110 Radio Red	Lunes	21 ^a 22	Negociando	Ramón Pieza
AM 1440 Radio Noticias	Lunes a Viernes	16 a 17	Proyecto ciudadano	Denuncia social Ciudadana

*Se tomaron estos programas que pertenecen a la banda de AM para llevar a cabo el análisis de contenido, ya que por el título de su programación estarían propiciando la participación democrática. De la programación de FM no se consideró ningún programa debido a que la programación de esta banda es netamente musical.

4.6 ANÁLISIS DE LA MUESTRA

CARACTERÍSTICAS PRINCIPALES DE LA PROGRAMACIÓN SELECCIONADOS PARA DESARROLLAR ANÁLISIS DE CONTENIDO

Los siguientes programas seleccionados servirán para llevar a cabo el análisis de contenido, los cuales transmiten en la frecuencia de AM, aunque esta banda cuenta con una menor audiencia en relación con la banda FM.

El análisis de contenido de la cobertura radiofónica de estos programas será uno de los principales componentes para definir los espacios de participación social con que cuenta la sociedad, sin dejar de lado la responsabilidad social para difundir de manera imparcial, clara y veraz la oferta de programas así como el contenido de sus programas.

Nombre de programa	Descripción	Horas transmitidas por semana
Acciones y reflexiones	Programa de entretenimiento. Tema: Acciones y reflexiones sobre la palabra de dios	1:00 hora

Cambio y poder	Programa informativo.	2 horas, 30 segundos
Lidiando el futuro y la nueva conciencia	Programa de entretenimiento Tema: esoterismo y religión	3 horas 75 segundos
Negociando	Programa informativo	1:00 hora
Proyecto ciudadano	Programa de denuncia social	5:00 horas

4.7 ANÁLISIS DE CONTENIDO

Durante el período comprendido entre los primeros días de marzo y la última semana de este, se pudo observar con claridad que el programa de **Acción y Reflexión** es un programa de entretenimiento en donde la temática es religioso. La forma en que se abordan este tipo de información es subjetiva e intrínseca, así como las frases utilizadas al principio y durante el programa son repetidas por la locutora Angeles Cortez , por ejemplo “a llegado la radio de la esperanza, gracias a ella es posible que llegue la palabra de dios a los pecadores” o “Dios vive en nosotros y debemos tratar de portarnos bien para que el viva en nuestros corazones” 3/03/2004 “No podemos seguir viviendo en pecado mis queridos radioescuchas debemos dejar de decir mentiras, de estar criticando y obedecer las reglas de Dios así como sus leyes” “esta es la radio de dios” 10/03/2004 “recordemos que sin Dios no somos nada

pues el nos ilumina día a día, no podemos fallar por eso es importante que siempre estemos con el" "la forma de acercarnos a el es sintonizar esta estación"24/93/2004. Estas frases son algunos elementos que apuntan a concluir que el programa es subjetivo e informal, pues carece de una estructura temática, resaltando la falta de conocimiento sobre el tema, dicha situación le resta valor al programa ya que la locutora hace afirmaciones fundamentalista en función más a su ideología que a lo analítico.

El programa podría ser interesante si se presentara información profunda sobre este tema, por ejemplo de historia, su desarrollo, de algunos hechos importantes, de cómo la religión ha influido en las relaciones sociales, culturales y económicas mundiales actuales, etcétera.

Por su parte **Cambio y poder** es un programa noticioso que transmite sólo los lunes y viernes. En este espacio se comunica un resumen de lo más importante de la semana y posteriormente se trata de detallar con los puntos de vista de Adrián Trejo y Salvador García. La información así como los comentarios que se hacen tienden a ser comentarios de opinión sesgados que cuartan la reflexión la indagación en su trabajo así como en el auditorio, por ejemplo: "todos los esos que se dicen ser estudiantes de la universidad y que forman el Consejo General de Huelga son unos vagos, delincuentes, los cuales tienen que estar en la cárcel así como a todos esos que están detrás de ellos, lo que pasa es que la autoridad les tiene miedo" Adrián Trejo. 8/03/2004

En este programa la manipulación del razonamiento del radio escucha, por las actitudes y opiniones del locutor, termina por sesgar

ampliamente la noticia dada; por ello como espacio informativo se ve limitado su función al no cumplir con los criterios básicos que deben de tener los espacios informativos los cuales son veracidad, objetividad y oportuno los cuales son fundamentales en la tarea de informa a la sociedad.

Esta tendencia a descontextualizar la noticia al acompañarla con comentarios burdos y opiniones que son más producto de la emotividad que de la investigación y reflexión, representa, un verdadero obstáculo en el propósito de informar a una sociedad objetiva, crítica, participativa, con miras hacia su integración en la constitución de la democracia.

Lidiando el futuro y la nueva conciencia es un programa basado en temas religiosos y esoterismo, por lo que resulta ser una emisión de entretenimiento.

Durante la emisión se utilizan constantemente frases como; “la energía que tengamos nosotros hacia los demás nos será devuelta, por ello es importante que siempre se tenga veladoras encendidas en casa de preferencia blancas y azules, así como flores blancas para que estas absorban todo lo malo que la gente nos puede ocasionar y transmitir con su presencia” 16/03/2004 “ilumínenos nuestra alma con los olores de las hojas de rosas, con ello alcanzaremos nuestra paz interna así como la armonía con Dios el creador” 23/03/2004.

La temática de este programa parece ser del agrado del público pues durante las emisiones se recibieron varias llamadas, aunque no se les da el tiempo suficiente pues cortan la conversación por cubrir el tiempo

de publicidad. Este programa se transmite de lunes a viernes y cuenta con cinco horas a la semana lo cual significa que tiene un gran número de audiencia, ya se reciben llamadas constantes durante las emisiones.

Negociando es un programa informativo que se transmite los lunes y cuenta con una hora al aire. En este programa se hace una lectura de la información más sobresaliente, dicha información se apoya en los principales periódicos así como en los comentarios de personas expertas en temas como política, economía, cultura, educación, ciencia, etcétera. Por ejemplo la noticia se dio así "Cada día que pasa la población de México se sigue quedando sin empleo, y esto a los altos políticos, no les interesa que el 25% de la población no tenga empleo, ni protección, ni seguro de vida, ha por que 300 mil afiliados se han perdido en tan solo en estos tres años, su afiliación y ahora con la promoción de los changarros que Vicente Fox está haciendo es vergonzoso, -¡a ver! que él viva de un changarro a ver si seguiría viviendo como ahora lo hace, a no pero el presidente se empeña en decir que México sigue a la alza con el modelo económico actual". 22/03/2004.

La principal manifestación del locutor es evidente ante el aumento de cifras de desempleo, los comentarios son reflexivos, pues se pensaría que la solución dada por el gobierno al crear este tipo de empleo esta solucionando un problema, cuando en realidad esta no es la mejor solución favorable para la sociedad.

El programa presenta un orden temático en donde se rescata el trabajo de los periodistas pero que no cuenta con el tiempo suficiente para la emisión de su información, la información que se da es estimable de

comunicar. En síntesis este espacio informativo se puede considerar que es un espacio que cumple las normas de la programación informativa.

Por ultimo nos encontramos con **Proyecto ciudadano** que es un programa idóneo para la manifestación de ideas así como de demandas sociales, ya que se invitan a grupos sociales que presentan alguna problemática o se encuentran en situación de riesgo, de tal manera que el espacio propicia la denuncia de hechos que las autoridades correspondientes hacen caso omiso a estas, por ejemplo: se invito a los taxista, para manifestar sus desacuerdos por todas las "exigencias" que les hace el Gobierno del Distrito Federal para poder circular. El locutor les cuestiona si realmente son exigencias o son documentos necesarios que deben cumplir, "como trabajadores que se encuentran en contacto con los ciudadanos y habiendo tantos taxistas piratas, esto les garantiza y a nosotros como ciudadanos nos garantizan nuestra seguridad..." 24/03/2004

Los señores taxistas fueron invitados por que planeaban llevar a cabo una manifestación y bloquear el centro histórico, no obstante se hizo una llamada al jefe de gobierno, quien a través de su vocero se hizo saber que eran documentos necesarios con que tenían que cumplir y así se les pudo aclarar sus dudas. Sin embargo este programa que podría ayudar a la solución de problemas sociales salio de aire el 1º de enero del 2003.

Este programa "Proyecto Ciudadano" que contaba con cinco horas a la semana salio del aire, cuando estos espacios son necesarios pues las crisis sociales parecen ir en aumento, mientras que en la televisión la

visibilidad de estas crisis parece ser una realidad sofisticada, en la que se advierte la intervención de diversos procesos industriales, económicos, políticos y culturales. Es una visibilidad amplificada y colorida, pesadamente construida, repleta de imágenes y sonidos, que permite a través de diferentes códigos y sobre todo de "pantallas", "conocer" la realidad. Sin embargo este tipo de programas resulta no ser remunerables, ya que solo tuvo una duración de ocho meses y salió del aire.

Las problemáticas sociales siguen creciendo de aquí la enorme importancia para que la sociedad civil se organice y solicite espacios en los medios de comunicación pues no se está insistiendo sobre simples instituciones de esparcimiento, de diversión o de información, sino sobre un fenómeno que es central de transformación y ampliación cotidiana de la sociedad mexicana, así como de la conciencia nacional pues se debe considerar que gran parte de el público no lector o con bajo nivel escolar, son los destinatarios de la televisión y la radio quienes confía en todo aquel que quiere lanzar mensajes o productos masivos.

Todas las ventajas que representa la radio en cuanto a costos, cobertura, no son consideradas para propiciar la participación democrática, ya que de la lista expuesta en esta investigación; la programación de FM es de 23 estaciones y en esta frecuencia no existe ningún programa que posibilite la participación ciudadana ya que el 90% de la programación es musical. La banda de AM cuenta con 28 estaciones, en esta frecuencia se encontraron varios títulos sugerentes. De la lista de programas que se seleccionaron para el análisis de contenido, tres son informativos, (Cambio y poder, El mundo en que vivimos y Negociando) dos son de entretenimiento (Acciones y

reflexiones, Lidiando el futuro y la nueva conciencia) y el último (que así se llamaba Proyecto ciudadano) salio del aire en enero de este año, siendo que era un programa que contaba con un buen horario, con un espacio, adecuado para la manifestación de sus demandas sociales. Básicamente la participación ciudadana en este espacio era real, ya que las demandas eran difundidas así como la posibilidad de sus soluciones por parte de las autoridades e instituciones gubernamentales eran atendidas directamente.

La intransigencia de los medios para la apertura de espacios públicos esta vetando la posibilidad de contribuir a la pronta solución de tantas manifestaciones callejeras, que todos los días suceden en la principales ciudades del país y que implican pérdidas económicas cierre de comercios, destrucción de bienes, caos vial, ingobernabilidad, irritación ciudadana aumento del stress y una gran pérdida de la calidad de vida en la ciudad y por tanto el debilitamiento de una sociedad que se cree democrática.

Así pues las preocupaciones por dejar ver las necesidades sociales en los medios esta cargada por una sensibilidad que fascina el entretenimiento y excluye el sufrimiento, que busca toda clase de emoción, de acción y contradice lo serio y rígido que quiere ser sorprendida aunque sea por lo banal hechos que escapan de lo serio y necesario.

CONCLUSIONES

La radio en México como medio de comunicación resulta de gran ambigüedad, pues su función ha contribuido a la formación de una ciudadanía interesada en el consumo y en la búsqueda del entretenimiento la cual es constantemente sorprendida por hechos políticos, económicos, educativos, etcétera. En tanto el papel del Estado ha quedado relegado, pues en el régimen político democrático en que vivimos, aun no rigen totalmente las reglas así como los derechos propios de tal sistema.

Atrozmente en la historia de la radio intereses políticos y económicos han estado por encima de las funciones prioritarias de información y comunicación; maquillando esta ausencia con programaciones en la que la realidad esta constantemente distorsionada, evitando en los radio escuchas toda posibilidad de formar un discernimiento, así como una postura critica ante los acontecimientos sociales, el grado de manipulación de la información obstruye y limita el cuestionamiento, el análisis y explicación de hechos o situaciones sociales. De tal manera que el compromiso, la actividad ciudadana se confunde constantemente con actitudes de individualismo tolerante, "participativo" sin la más mínima responsabilidad, situación que genera un mecanismo de defensa más que una forma de convivencia.

Las ventajas y funciones de la radio no se han considerado como alternativa para promover una cultura cívica ciudadana, pues en los escenarios de la comunicación existe un protagonismo creciente y convincente de lo que es "informar" así como su presencia cuantitativa

en las emisoras producen una legitimidad única de entretener e informar y aunque saben del poder ideológico y educativo que tienen en la sociedad difícilmente reconocen responsabilidad alguna en la educación, pues saben que ni la sociedad, ni el sistema educativo cuentan con un proyecto mediador ya que no se ha expuesto la capacidad para exigirles un comportamiento responsable en el ámbito educativo, tampoco se ha propuesto una coalición que redunde en beneficio del proceso educativo social.

Los diferentes esfuerzos por parte de las distintas instituciones gubernamentales como la Secretaría de Educación Pública (SEP), Unidad de Televisión Educativa (UTE), Colegio de Bachilleres, Radio Educación, Universidad Pedagógica, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), Sistema Edusat, Consejo Nacional para la enseñanza y la investigación de las Ciencias de la comunicación (Coneicc) entre otras, desarrollan proyectos por separado, atendiendo objetivos educativos distintos para lo que resulta irreconciliables en escenarios educativos—comunicativos.

La sociedad y el Estado deben tomar conciencia de que son los medios la alternativa para la manifestación de ideal y desacuerdos sociales, y por ello dichas compañías deberían ser normadas por la sociedad, pues es esta la que debe estar por encima de intereses políticos, económicos y regular su funcionamiento.

El surgimiento de una cultura cívica es necesario para la convivencia social, situación que debe llevarse a cabo mediante un ejercicio periodístico por un lado y por el otro el surgimiento de espacios para

la participación ciudadanía. O los ciudadanos tomamos el poder o los medios seguirán en el poder, esta idea es tan solo una paráfrasis de Carlos Cullen, que tiene que ver con el despertar de la sociedad pues si bien la radio en el Distrito Federal no cuenta con espacios abiertos a la sociedad, tampoco la sociedad lo reclama, pues se existe un conformismo social. Asimismo la participación que actualmente promueven los medios de comunicación es subjetiva, manipuladora y engañosa ya que con solo una llamada telefónica participan, la cual "es muy valiosa", participación que no necesita de compromiso, ni responsabilidad social.

En este contexto los medios presentan una resistencia a la apertura de espacios abiertos para la participación, sin embargo el desafío en la escuela es replantear una vinculación inteligente, crítica y productiva ante los efectos crecientes al consumo y de la aceptación de productos, servicios, ideas y maneras de reaccionar ante diversas situaciones regularmente promovidas por los medios en la sutil pero consecuente legitimación del racismo y la discriminación de las minorías sociales. Las sociedades democráticas deben rescatar el sentido de circulación, acceso al conocimiento así como su posesión y representación social.

En el Distrito Federal emiten sesenta estaciones radiofónica, de estas el 92% no promueven la participación democrática real, el interés que se suscita en estos espacios es hacia el consumo y de entretenimiento musical así como a conocer la vida de los artistas. El otro 2% se encuentra Radio Educación y "La hora nacional", que si bien no son espacios para la manifestación de ideas y desacuerdos de radio escuchas, se percibe en su programación un contenido cultural y educativo de alta calidad. En estas propuestas radiofónicas se sostiene

que la difusión se puede hacer de distinta forma, empleando en sus contenidos una alta calidad educativa, cultural, social e informativa, la cual se tiene la posibilidad de comparar “lo bueno y malo” de los programas radiofónicos, así como estimular una decisión más informada sobre qué ver, leer o escuchar en los medios. Estas serían dos propuestas radiofónicas culturales y educativas excelentes con que cuenta la audiencia en el Distrito Federal.

Por otro lado considerar la democratización en los espacios radiofónicos sería aceptar que los medios como espacios públicos deben participar los diversos sectores sociales que conforman la audiencia, sin embargo hacerlo implicaría luchar por establecer una nueva regulación jurídica y cultural de los medios, aunque actualmente contamos con la ley de acceso a la información y a ser informados debemos conocer y ejercer este derecho si no esta ley que durante décadas se luchó por que se respetara se quedara ahí, como un documento más.

Las conclusiones anteriores me remiten a la conveniencia social que se puede tener al ejercer una participación activa, responsable, comprometida, así como la consideración de tiempos oficiales en la radio y en la televisión para la construcción de valores plurales y cívicos democráticos a través de estos grandes comunicadores de masas, impulsando una cultura cívico-democrática madura que necesita el país.

Asimismo alentar a que exista una participación democrática es construir objetivos educativos así como de una pedagogía crítica la cual supondría preparar a la sociedad para combatir la rampante impunidad local de que gozan los medios de comunicación, al construir

irresponsablemente representaciones equivocadas para sociedad
seduciendo a las emocionales y a conductuales negativas de esta,
rescatando toda posibilidad de convivencia humano-social.

BIBLIOGRAFÍA

BARLOW, Eric. Acercamiento a los procesos de la radio. Edit. Colmenares, México, 1978.

BOBBIO, Norberto. El futuro de la democracia. Ed. Fondo de Cultura Económica. México 1996¹

BOBBIO, Norberto y MATTEUCCI, Incola, citados en tesis "la ecuación Cívica en primaria: acercamiento a la perspectiva del docente" por Ana Corina Alatorre.

CARPIZO, Jorge y Ernesto Villanueva. "Derecho a la información en México: propuesta para su regulación". Revista Mexicana de Comunicación. No. 68 Marzo-Abril 2001.

CAZANUEVE, Juan. Sociología de la radio –televisión. Paidós, Buenos Aires. 1967. pág. 11

CORTINA, Adela. La ética aplicada y democracia radial. Editorial Tecno.

CULLEN, Carlos. Ética y Democracia. Edit. Paídos. Argentina

CULLEN, Carlos. "ENCUENTRO LATINOAMERICANO DE CULTURA DE NO VIOLENCIA" Universidad de Buenos Aires. *Argentina*. México- 2002

CHARLES, Creel Mercedes. Medios de comunicación, familia y escuela. Tecnología y comunicación educativas. Revista UNAM num. 40 México.1980

ESTEINOU Madrid, Javier. Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía. Ed. Nueva Imagen. México 1983.

ESCOBAR, de la Serna Luis. Manual de Derecho de la información. Dickinson, Madrid, 1997.

ESCOBEDO, Juan francisco. "El caso de la Ley de transparencia y Acceso a la información Pública. Democratización y espacio público". Revista Mexicana de Comunicación. Julio-Agosto 2002.

FAUS Belau, Angel: La radio: introducción a un medio desconocido. Guadiana de Publicaciones, Madrid 1978.

FOUCAULT, Michel. Más allá del estructuralismo y la hermenéutica. México. UNAM. 1988¹

GILLEN Niemer, Benito. Métodos de investigación educativa. Programa de actualización y formación de profesores, Área pedagógica, Modulo X. Colegio de Bachilleres, México 1979

KAPLUN, Mario. Producción de programas de radio. CIESPAL. Quito. 1978

KLAUS, Metodología de análisis de contenido teoría y práctica

LOZOYA, Jorge. El estatuto de la radio y la televisión. FCE, México, 1989

MALETZKE, Gerhard. Sociología de la comunicación. CIESPAL, Quito, 1976

MCQUAIL, Dennis. Características de los medios de comunicación masiva. Revista Mexicana de Comunicación. Mayo-Junio 2000

MERINO, Mauricio. La participación en la democracia. Cuaderno de divulgación de la cultura democrática IFE. México 1998.

MOLES y Schaeffer son citados en Faus Balau, Ángel: La radio: Introducción a un medio desconocido. Ed. Paídos. Madrid, 1973.

PLATA, Gabriel Sosa. "La sintonía de la radio mexicana" Revista Mexicana de Comunicación Julio-Agosto 2002.

SOLÍS, Beatriz "Cronología del derecho a la información en México". Revista Mexicana de Comunicación Julio-Agosto 2002.

TREJO, Delarbre Raúl. La sociedad ausente. Comunicación, democracia y modernidad. Ed. Cal y Arena, México, 1992.

VERNI, Vicente. El quinto poder. México 1955. Ed. Ibero Americana

WOLF, Mario. La investigación de la comunicación de masas. Trad. Carmen Artal, Ed. Paídos, Barcelona 1987.