

HACIA UNA DEFINICIÓN DE RADIO PÚBLICA

Mtro. Lenin Martell Gámez

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey

Campus Ciudad de México

leninmartell@yahoo.com.mx

Abstract

La presente investigación busca definir el concepto de radio pública, término muy finalizado y experimentado en países social-demócratas como Inglaterra y Alemania, y otros más como Estados Unidos, pero poco conocido en México, pues en este país se suele confundir a la radio pública con la radio estatal y gubernamental. Por ello es imperante discutir y aproximarse a este concepto.

El texto es parte de una investigación que se lleva a cabo desde 1995, sobre la implantación de la radio pública en México. Este estudio se ha preocupado primero por definir el concepto de radio pública, partiendo del estudio teórico del pluralismo regulado y de la investigación teórica y de campo del modelo de radio pública en Estados Unidos y de otros países, como la BBC en Londres y la CBC en Canadá.

Hasta ahora, la investigación ha logrado obtener el concepto y estudiar a profundidad el modelo de radio pública en Estados Unidos y con ello las características de éste que podrían ser tomadas para implantarlas en un futuro en México. Se espera, en este año, comenzar a adentrarse en el sistema español de radiodifusión. Y así continuar el estudio.

Mientras tanto, aquí se presenta el concepto de radio pública y se discute el pluralismo regulado. Finalmente el texto debate sobre el por qué no existe la radio pública en México y las condiciones que se necesitan para que se cree. Dada la escasa información acerca de éste último punto, el texto se basa primordialmente en entrevistas con realizadores e investigadores de la radio en México.

LA RADIO PUBLICA

¿Qué es la radio pública? ¿Cómo se puede identificar y diferenciar de la radio estatal y gubernamental? ¿Es viable la implantación de un modelo de radio pública en México?

Existen diversas nociones y acepciones sobre la radio pública. En ocasiones se escucha en foros hablar de la radio pública como sinónimo de la radio estatal y gubernamental. Sin embargo, algunos modelos de radio pública en el mundo, como el de Estados Unidos, han logrado establecerse en el cuadrante público en forma sólida y con características muy específicas. De hecho, partamos de este sistema norteamericano para proponer una definición, y discutamos si este concepto de radio pública puede ser implantado en México.

La radio pública surge por iniciativa de una comunidad en particular. Es respaldada económica, jurídica y legalmente por una o más instancias gubernamentales que dirigen y concentran sus esfuerzos en este tipo de organizaciones. El apoyo financiero del gobierno puede ser parcial o total dependiendo de sus necesidades y, en ocasiones, nulo. El auspicio de corporaciones o fundaciones es preponderante. Aportaciones individuales y de radioescuchas son generalmente necesarias para su manutención, así como negocios (de las mismas radios) o campañas extras que inyectan fondos a la estación. Este hecho no la compromete editorialmente con ninguna instancia, de no ser con la de la comunidad a la que se merece.

Para que su administración sea equilibrada, debe estar compuesta por un Consejo administrativo, en el que sus integrantes representen los intereses de los diferentes sectores de la sociedad: intelectuales, artistas, académicos, gobierno, organizaciones sociales, gremios, empresarios, y, por supuesto, radioescuchas.

Este organismo interno se rige bajo estatus precisos y ante una actitud no lucrativa. Los colaboradores de esta radio son profesionales de los medios, o bien, voluntarios (radioescuchas o estudiantes) a quienes se les aporta entrenamiento constante.

El formato puede variar dependiendo de sus propósitos, a veces es hablado, musical, o combinado. Los anuncios pueden existir, mas cuidadosamente reglamentados, de modo que la radio no suene como una configuración comercial.

Esta modalidad pública se ha caracterizado desde sus comienzos por ser un catalizador de la sociedad democrática, a la cual ha impulsado. Políticamente es uno de los medios donde la libertad de expresión es poco coartada.

Con respecto a sus contenidos, esta radio educa informalmente, entretiene sanamente y promete comunicación veraz. Está abierta a las propuestas de los radioescuchas.

Así funciona el sistema joven de radio pública en Estados Unidos, a través de las redes Radio Pública Nacional (NPR), Radio Pública Internacional (PRI), Radio Pacífica, Radio Bilingüe, entre otras, vigiladas a su vez por los organismos gubernamentales Corporación para la Difusión Pública (CPB) y Comisión Federal de Comunicaciones (FCC).

Aunque en esta ocasión no se ahondará en el funcionamiento de cada una de las redes, sí se explicará de dónde parte este concepto de radio pública, en donde el Estado, la sociedad civil y el sector privado convergen para su formación.

El pluralismo regulado

El concepto de radio pública parte de la noción de lo *público*. Si bien Jürgen Habermas no conceptualiza a la radio pública, sí define la función del carácter privado y público en la esfera social:

Anterior a los siglos XIX y XX la clase burguesa creó un foro en el que *"la autoridad del Estado podía ser criticada y llamarse a justificarse ante un público bien informado y razonador. No obstante, éste era un foro limitado y frágil y fue socavado con efectividad por el desarrollo del Estado y las instituciones sociales no estatales en los siglos XIX y XX: El crecimiento del Estado y de las organizaciones comerciales en el campo de la comunicación masiva ha transformado de manera fundamental la naciente esfera pública, de modo que el potencial crítico inherente a ella ha sido truncado o empujado a la clandestinidad, y hoy día retiene su valor más como una promesa, como un principio inminente de crítica, que como una realidad institucionalizada"*.¹

En el siglo XVIII, con el desarrollo de la prensa y la Revolución Francesa e Inglesa, los salones y cafés, a parte de las iglesias y los mercados, se convirtieron en espacios públicos importantes en donde la burguesía -clase media- discutía los pormenores de la política e impugnaba al Estado. Pero a medida que el Estado adoptaba su posición intervencionista, el debate político en estos lugares fue minado. Habermas observa que estos espacios de socialización masiva que se encontraban en su albor y privilegiados por la discusión racional-crítica, fueron transformados en centros comerciales, en otro campo de consumo cultural. *"La naciente esfera pública se derrumbó para convertirse en un mundo ficticio de seudoprivacia, modelado y controlado por la industria cultural"*.²

1. THOMPSON, John B, **Ideología y cultura moderna**, traducción Gilda Fantinati Caviedes, Universidad Metropolitana, 1993, p. 120.

2. *Ibidem*, p. 123.

Pero fue con la gran empresa que una formación social erguida por encima de la separación entre esfera privada y pública, se convierte en el tipo de organización predominante del trabajo social. *"Las industrias construyen pisos o ayudan incluso a los trabajadores a comprarse casas, hacen parques públicos, edifican escuelas, iglesias, organizan bibliotecas, conciertos y veladas teatrales, mantienen cursos de reciclaje, asisten a los viejos, a las viudas y a los huérfanos. En otras palabras: toda una serie de funciones, desempeñadas antes -no sólo en el sentido jurídico, también en el sociológico- por instituciones públicas, las toman ahora a su cargo organizaciones cuya actividad no es pública... De ahí que varios autores norteamericanos puedan investigar la sicología social del llamado organization man sin considerar si se trata de una sociedad privada, de una corporación semipública o de una administración pública: Organización significa, en definitiva, gran empresa"*.³

John Thompson, no muy lejos de lo que diserta Habermas, apunta que en los siglos XIX y XX también florecieron instituciones intermedias (organizaciones económicas y de asistencia social), surgidas para contrarrestar el voluminoso crecimiento económico capitalista. Este tipo de gestiones, en aquel tiempo, complica la distinción entre la esfera privada y pública.

Thompson explica que *"el campo público incluye organizaciones económicas que son propiedad de Estado, como las industrias nacionalizadas y los servicios públicos de propiedad estatal, así como una amplia gama de organizaciones estatales y cuasi estatales, que van desde las instituciones parlamentarias de asistencias, el servicio civil y la policía hasta una variedad de servicios y organizaciones de asistencia social que se han expandido rápidamente en la mayoría de sociedades occidentales desde el periodo posterior a la Segunda Guerra Mundial.*

³. HABERMAS, Jürgen, **Historia y crítica de la opinión pública**, Ediciones G. Gili, S.A de C.V 3a ed, México, 1986, p. 184-185.

*Entre los campos público y privado ha crecido y florecido una larga serie de organizaciones intermedias, organizaciones que no pertenecen al Estado ni se inscriben totalmente dentro del campo privado: las ONG's."*⁴

Thompson propone la siguiente hipótesis:

*"Las instituciones de los medios deberían ocupar un espacio entre la operación desenfrenada de las fuerzas del mercado, por una parte, y el control directo del Estado, por la otra. Sólo al desarrollar una forma de pluralismo regulado en la organización y la operación de las instituciones de los medios podemos sostener hoy algunas de las ideas tradicionales y justificables de los pensadores que se preocuparon por el papel político y social de la comunicación de masas"*⁵.

La antesala de esta hipótesis es la prensa libre, concepto acuñado a las instituciones de los medios de comunicación en la Inglaterra del siglo XIX, tiempo en el que las organizaciones de medios impresos logran una independencia substancial del Estado, convirtiéndose en los críticos del sistema y el centro del debate político. Sin embargo, nunca se pensó en el futuro de esta industria, y con el crecimiento de las empresas editoriales y del aparato estatal, y de su concentración en unas cuantas manos privadas, la prensa libre deja de ser aquel medio alternativo. Como contraparte, surge la BBC de Londres, en 1926, la cual pudo mantener un estatus ideológico autónomo y comprometido. Al menos esa fue la idea de su fundador, John Reith.

Al respecto, Thompson concluye que sólo con mantener la distancia de los medios con otras instituciones y con el Estado, se puede comentar críticamente el ejercicio del poder político institucionalizado: *"En mi opinión -afirma- el desarrollo futuro de las instituciones de los medios debería estar regido por lo que describiré como el principio del pluralismo regulado.*

⁴. THOMPSON, John B, *Ideología y cultura moderna*, traducción Gilda Fantinati Caviedes, Universidad Metropolitana, 1993, pp. 215-216.

⁵. *Ibidem*. p. 274.

Con ello me refiero a que debería establecerse un marco institucional que acomodara y asegurara a la vez la existencia de una pluralidad de instituciones de medios de comunicación independientes en las diferentes esferas de la comunicación de masas".⁶

Thompson también apunta que en el pluralismo regulado los foros de opinión pública son insoslayables, pues no sólo la tarea de los medios es la de ofrecer al consumidor la capacidad de elegir, sino la oportunidad de expresar puntos de vista diferentes. No se trata solamente de tener diferentes opciones de consumo y decidir cuál es el que más le conviene, sino formar comunidades políticas en donde se dé lugar a la formación de opinión.

Thompson señala que el avance de las nuevas tecnologías de comunicación seguirá ayudando a los países a implantar el pluralismo regulado, ya que en muchas naciones el desarrollo de espectros y el envío de ondas a través del satélite y el cable ha favorecido a la creación de más canales. Por el contrario, en muchos otros, estos adelantos han sido una limitante para la creación del modelo público, dado que han apoyado a sectores comerciales a obtener grandes conglomerados de comunicación. Para ello propone *"una desconcentración de recursos en las industrias de los medios"*.⁷ Esto se puede lograr a través de una legislación que limite *"las actividades de los conglomerados de la comunicación"*.⁸

Del pluralismo regulado al modelo de radio pública

John Reith, primer Director de la BBC de Londres, similar al concepto de Thompson, definió (1925) a la radiodifusión de servicio público a partir de cuatro elementos: *"el rechazo del comercialismo, la extensión de la disponibilidad de los programas a toda la comunidad, el establecimiento de un control unificado sobre la difusión y el mantenimiento de criterios elevados, el ofrecimiento de lo mejor y el*

⁶. *Ibíd.*, p. 287.

⁷. *Ibíd.*, p. 288.

⁸. *Ibíd.*

rechazo de lo pernicioso... La radiodifusión de servicio público debe tratar de informar y educar a la gente de toda la nación, y entretenerla con programas de buena calidad y buen gusto".⁹

Esta definición se basa en el concepto de Estado-Nación, en donde la misión de estas dos entidades es la de llevar la difusión a todos los hogares y a toda la gente del país.

En cuanto a la legislación, a diferencia de Thompson, Reith cree en la operación rutinaria, pues considera que si bien el pluralismo regulado exige una intervención legislativa en las industrias de los medios, al mismo tiempo requiere, en lo que concierne a la operación rutinaria las instituciones de los medios, una separación clara de las instituciones de los medios del ejercicio del poder estatal.

Legislación rutinaria o no, Thompson asume que con la epidemia de las nuevas tecnologías, los medios necesitarán *"una serie de mecanismos reguladores para asegurar, primero, que los canales de difusión se desarrollen de una manera que sea a la vez pluralista y que responda a las necesidades e intereses de los receptores. En segundo lugar, que las organizaciones de producción tengan acceso a diferentes fuentes de financiamiento, tanto públicas como privadas, a fin de que las organizaciones dedicadas a producir programas de alto costo o a atender los intereses y gustos de las minorías, no sean eliminadas automáticamente por el flujo de fondos destinados a los programas que prometan las más altas ganancias por la menor inversión".¹⁰*

El modelo de utilidad pública, según María de los Ángeles Huerta, a pesar de su autonomía, está compuesto por medios con intervención gubernamental, es decir, son canales no comerciales. Mas el control político sobre las emisoras es muy bajo. No hay injerencia directa por parte de los directivos en la hechura de los programas.¹¹

⁹. *Ibidem*, p. 281.

¹⁰. *Ibidem*, p. 289.

¹¹. *Cfr. Ibidem*, p.5.

Las emisoras públicas como aquéllas con *"carácter de derecho público que implican una garantía constitucional... No se someten directamente al proceso del aprovechamiento del capital, sino que se encuentran bajo una dirección estatal pero sin intervenciones manipuladoras por parte de la elite gobernante. Aunque el gobierno asigna a algunos de los miembros encargarse de la gestión de los canales, generalmente existen consejos de gobernadores, quienes son los que realmente toman las decisiones. Los administradores participan en cuestiones de carácter financiero y técnico-gerencial así como en el diseño de políticas internas, tanto en aspectos de programación como organizacional.*

"Estos medios están subvencionados por el Estado, y una de sus características principales es que, de modo frecuente, dan cabida a las diversas expresiones y necesidades de la sociedad en su conjunto... De hecho, funcionan como arena de participación democrática en lo político y lo social".¹²

El contenido de la programación está sujeto a la involucrada participación de las fuerzas sociales, el cual está acompañado de la casi o nula participación publicitaria. De esta manera, no es raro escuchar al público en las emisiones, quien da opiniones sobre asuntos públicos, políticos-electorales, decisiones gubernamentales -decisiones en las que la audiencia tiene gran peso. Tampoco es extraño y sí comúnmente escuchar a representantes de organizaciones no lucrativas, religiosas, políticas, sociales, feministas, académicas, periodísticas, minorías étnicas, o de grupos de lesbianas y gays.

En forma más moderna y con participación de entes públicos y privados y bajo una regulación bien establecida, la radio pública nace en San Francisco con Radio Pacífica en 1949, pero se consolida hasta 1970 con la red Radio Publica Nacional, la cual suministra programación predominantemente noticiosa a más de 400 emisoras en el país.

En 1982, se crea la red Radio Pública Internacional (PRI) en Miniápolis, la cual nace, a diferencia de la NPR, con la finalidad de proveer

¹². *Ibidem*, p. 6.

programación cultural. Steve Salyer es presidente de esta red y concibe a la radio pública como aquella que se *"entrega a su audiencia, a la cual trata de educar, proveerla de información lo más nítida y transparente posible, e intenta dar un cúmulo de experiencias a su radioescucha. Trata de darle herramientas para que éste sea mejor en la sociedad. El carácter de este modelo es no lucrativo. Una de las misiones más importantes de este modelo es identificar a su nicho de mercado y brindar un máximo de confiabilidad, y contextualizar todo tipo de información con lo que pasa en el mundo. La radio pública tiene que poseer la capacidad de ser económica, entretenida, "de modo que pueda ser acompañante a la playa o en el coche. Debe dar la oportunidad de explorar nuevos formatos o diferentes tipos de música. Por su naturaleza, debe obtener la facultad de penetrar en el mayor número posible de hogares. El programa Sesame Street (Plaza Sésamo), producido por la WGBG, en Boston, aunque en televisión, es un ejemplo de esto"*.

Aunque los programas producidos por la radio pública de los Estados Unidos son de gran calidad técnica, para Salyer, el contenido de estos merece más importancia y atención que el propio formato. Sobre todo si se trata de producciones enfocadas a una audiencia más adulta, pues ésta, contrariamente a los niños, dada su educación mediática, crecieron con formas más sencillas de recepción radial.

¿Radio Pública en México?

Mientras el vecino del norte cuenta con un modelo de radio pública conformado por más de 800 estaciones y sintonizado por más de 20 millones de escuchas, la discusión en México sobre su concepto es aún incipiente. De hecho son pocos los documentos bibliográficos y hemerográficos que discuten su definición. De tal modo, para fines de este trabajo, se recurrió a la entrevista con diferentes realizadores e investigadores de la radio en México:

Felipe López Veneroni, ex director de Radio UNAM, afirma que *"la radio pública es autogestiva, en donde no se da una representación institucional en formalizar un espacio de intercambio de información, de opinión, de servicios, y en este sentido aportan todos los que quieren*

participar en este proyecto una parte del dinero o materiales que se requiere para poder operar. Un paralelo pobre, pero válido, son los periódicos que han surgido en algunas zonas de la ciudad. Cuando una radio es lucrativa, deja de ser, de antemano, una radio de interés social. Por lo tanto no tiene que representar una voz ni institucional ni comercial”.

Según López Veneroni, para que una radio sea pública no debe pertenecer al Estado. El financiamiento tiene que provenir de aquéllos interesados que la escuchan. Nadie está obligado a dar nada, todo mundo la puede captar. A través de la emisora continuamente se hacen llamados o peticiones a través de esa radio para que la gente colabore voluntariamente, para mantener ese tipo de servicio. Desde esta perspectiva, ni Radio UNAM, ni las llamadas radios estatales, ni las indigenistas, ni las mismas radios piratas pueden ser clasificadas dentro del rubro. El modelo nace a partir de una pluralidad racial, étnica, ideológica, por lo que es muy factible encontrar este tipo de servicio en algunos países desarrollados, especialmente en Estados Unidos.

La radio pública presupone a la antítesis de una radio intelectual, no porque sea una radio banal, sino porque lo intelectual propone un ejercicio de la abstracción de distanciamiento de lo inmediato, que justamente en la radio pública se trata de lo contrario. *“Belén Guízar - apunta López Veneroni- es un ejemplo de esto. Ella se reunió junto con unos amigos de preparatoria, en Los Ángeles, para enfrentar el problema de las bandas. Entre todos consiguieron dinero y un viejo aparato e hicieron su pequeño transmisor. Gracias a la flexibilidad del contexto legal de aquel país en cuanto a la posibilidad de establecer transmisores y receptores, brotó un proyecto de radio comunitaria hablada en español para habitantes de cierto perfil socioeconómico de aquella ciudad. La audiencia, por supuesto, tenía la oportunidad de aportar algo ya sea comunicando y oxigenando una serie de problemas, invitando a la gente a que dijera sus problemas, sus experiencias. Ésta no es una estación que busca a las figuras, al contrario”.*

Al igual que López Veneroni, Manuel Estrada, Director de Producción de Radio UNAM, define a la radio pública como aquélla que tiene una interacción directa con el público. Su proyecto tiene que responder a la

necesidad de la audiencia a la cual está dedicada. Para lograr esto, debe ser construida por la sociedad desde sus diseños y contenidos hasta su forma. *"Es decir, si yo quiero hacer programas para niños, tengo que hacerlo con niños. Y para ello me tengo que capacitar individualmente"*.

De acuerdo con Estrada, abrir los micrófonos al público no es la solución para crear una radio de este género, la disyuntiva radica en cómo se abren estos espacios y cuál es la relación entre el locutor y el escucha, de otra manera se caería en los vicios de "La Radio Sinfonola". La siguiente pregunta es cómo la audiencia asimila su relación con ese medio de comunicación.

La investigadora Alma Rosa Alva de la Selva, aprecia este modelo radiofónico como una estructura sólida que incide en gran parte de los quehaceres sociales. La describe, pues, como aquella que *"funciona como corporación pública con representación de distintos grupos de la sociedad, incluyendo representantes gubernamentales en su gestión"*.

Para Alva de la Selva el sistema está compuesto orgánicamente por sus mismos radioescuchas, y tanto su contenido como su formato es el reflejo de los avances económicos, políticos y sociales de esas mismas civilizaciones.

Si bien los modelos radiofónicos europeos han sido el paradigma de la radio pública, según su opinión, este servicio vive momentos coyunturales importantes dado los percances económicos por los que pasan estas naciones. Los presupuestos son cada vez menores y su posibilidad de cobertura atenta con reducir la calidad de los programas. Sin embargo su práctica de casi ya un siglo y la propia versatilidad del medio la podrán sacar de sus actuales aprietos. Los próximos años - opina- serán contundentes para las ondas no lucrativas.

Con base en los criterios conceptuales de Alva de la Selva, la experiencia latinoamericana ha sido, pese a momentos lúcidos, incipiente. Hay muy poco qué decir al respecto pese a los varios esfuerzos civiles por muchos años. Su gestación ha sido reprimida o boicoteada en cuantiosas ocasiones, pues la misma realidad política de estas naciones no es

favorable y sí apática para su creación; y, por otro lado, se encuentra opacada por el modelo comercial.

Radio Universidad es un buen ejemplo de esto: *"Lo que ha ocurrido con la radio cultural es que no ha renovado sus modelos. Estas radios están urgidas de crear un propio modelo de radio, el cual bien podría ser la radio pública en México. Para lograrlo, necesita salirse un tanto de los esquemas de música clásica, de noticieros con poca discusión o análisis y lanzarse a hacer otro tipo de radio, más bien vinculada con la ciudadanía. En el caso de Radio Educación, ha tenido muchos altibajos desde los años 70 cuando alcanzó un elevado nivel y fue la pauta para la radio cultural. En estas fechas, repentinamente, repunta pero al rato está otra vez con problemas internos, con programas que a pesar de su aceptación ya no están en el aire, con recursos que se le van. Mientras esto siga así, este repunte no va a ser consistente y continuo. Y si nosotros queremos otro tipo de radio, necesitamos una radio consolidada, con modelos propios y nuevos.*

"Otras de las limitaciones de las llamadas radios culturales son su dependencia y relación con entidades gubernamentales que las sujetan. Lo mismo ocurre con las radios indigenistas. En cambio, en la radio pública no ocurre esa dinámica, pues ésta surge de los ciudadanos para los ciudadanos. Y el gobierno es un elemento de peso, sí, pero un elemento más".

La investigadora Florence Toussaint concuerda con Alma Rosa Alva de la Selva en que la radio pública es aquella en la que la gente participa no como tradicionalmente conocemos a través de cartas o llamadas por teléfono, sino realizando sus propios programas. Este modelo debe tener una partida gubernamental y una partida de los propios radioescuchas. Además podría comercializar su tiempo por medio de patrocinios, donativos o algún otro modo de recaudación de fondos.

Toussaint asevera que, para que este tipo de radio sea plural, deben participar diferentes gremios, organismos, sociedades, asociaciones. "Este es el modo en el que se puede evitar que ésta sea de un grupito o de

intelectuales para intelectuales y que, en cambio, su contenido sea más social".

Asimismo, (Toussaint) ve al gobierno como una pieza importante de este sistema, ya que a éste no se le puede quitar su responsabilidad de proporcionar los recursos. *"Por supuesto, no veo a esta entidad como al funcionario que otorga la concesión y que si no le gusta lo que se transmite es capaz de censurar, eliminar o quitar al director. No. -Lo veo como la institución que tiene que proveer fondos que finalmente vienen de los contribuyentes. En otras palabras, tiene que responder como lo hace por ley con la educación primaria, universitaria, con mandato de ley"*.

Para Toussaint, Estados Unidos es un país que tiene un modelo de radio pública:

"Este es un modelo que tiene mucha más capacidad de captar las necesidades sociales que el rubro comercial. El sistema público es independiente del poder. Obtienen parte de su financiamiento de la propia gente. Quiere decir que el radioescucha se preocupa por promover y mantener a su propia difusora, lo cual es muy interesante porque no todos los países tienen esa posibilidad. Una radio que es mantenida por la audiencia es muy difícil que sea censurada o cerrada, ya que hay un sector de la sociedad que la va a defender".

De acuerdo con su opinión, *"el hecho que este sistema sea auspiciado primordialmente por un sector intelectual de clase media alta no significa que esta radio renuncie a su fin público, porque el hecho que éste sea la audiencia no representa un problema de la radio -es un problema del pueblo norteamericano, como lo sería en México del propio pueblo mexicano el cual, a pesar que tiene Radio UNAM, Radio Educación, Canal 22, Canal 11, el 50 por ciento de los ratings se lo lleva Televisa, que es la televisión comercial. Entonces, el punto crucial es que la propia gente no tiene una formación, cada vez la educación es más mala, y, además, cada vez ha habido un avasallamiento por parte de los medios comerciales hacia ese público. Es aquí donde se ve cómo a mayor educación y formación existe un gusto más refinado a la diversidad, con ideas más complejas, donde el amarillismo y la*

simplicidad no predominan. Por lo tanto, la contrariedad no es de la radio pública, porque si ésta quisiera alcanzar a las masas, simplemente abarataría su programación, la volvería banal, la haría muy parecida a la comercial. Sin embargo, qué sentido tendría hablar de una radio pública así".

La radio pública que aquí se ha descrito, ha sido, desde sus inicios, un medio afortunado que nace con fines bien cimentados y con un apoyo social que la desarrolla y la hace formar parte de su vida. Su tradición en los países social-demócratas como Inglaterra, Alemania y recientemente Estados Unidos, ha sido determinante en la consolidación de sus públicos y en la expansión de su audiencia. En las décadas de los 70 y 80, como lo explica Thompson, el ámbito público evoluciona rápidamente y es determinado bajo leyes dictadas por un mercado privado, el cual orilla a las organizaciones no lucrativas a definirse diferentemente.

Ahora bien, ¿qué se está haciendo en México para construir un modelo similar? El esperar una iniciativa gubernamental es una expectativa anclada en el pasado. Los rumbos y la coyuntura de la radio pública en el mundo parecen encaminarse en diferente dirección, acercándose a las empresas privadas para su financiamiento.

Para que florezca un modelo de utilidad pública en México, todavía queda un buen trecho por recorrer, pues de acuerdo a la historia de países como Estados Unidos, Inglaterra, Canadá y otros europeos, ésta responde al florecimiento de la democracia; el aparato marconiano es, siempre, un catalizador de la existencia de ésta.

En México, a pesar de los recientes esfuerzos de la *otra radio*, ha sido avasallada por el Estado. Mientras en Inglaterra se le da a la radio pirata un espacio dentro del cuadrante no comercial otorgándole licencias de radio comunitaria y se consolida tiempo después como radio pública, en México surge 40 años más tarde. Al igual que en aquel país europeo pide una frecuencia en el espectro, mas es sabotada por el gobierno en turno. ¿Qué apoyo se puede esperar de la autoridad mexicana para la creación de un modelo de utilidad pública?

Florence Toussaint lo deja establecido: "no hay voluntad del gobierno ni una presión social organizada... Estamos lejos de tener un modelo de radio pública en México, el cual debería existir".

La legislación es un asunto que por siempre ha quedado pendiente. En 1995, se llevó a cabo el último gran esfuerzo por un sector del gremio de los medios para dar un paso adelante. Siete años después, aún queda en la lista de espera, cuando éste es requisito indispensable para que la radio pública surja.

Mirar hacia otros lados del orbe, donde se han experimentado Estados democráticos y se ha aprendido a vivir con medios más plurales, es una práctica laxamente realizada dentro de los medios de comunicación, universidades e instituciones gubernamentales de este país. Y si bien su realidad es muy lejana a la nuestra, los medios de comunicación parecen acercar estas polaridades.

Por más que Estados Unidos sea un país que vive una realidad muy diferente a la de nosotros y, por ende, tengamos que construir una radio pública a nuestra medida, la experiencia del voluntariado; la organización y funcionamiento de la pluralidad de los Consejos directivos; el patrocinio corporativo y de los radioescuchas; la labor de los productores independientes; la legislación; la creación de empresas lucrativas para financiar a la radio; entre otras cosas, son asuntos todos que podemos aprender de este modelo.

Hemos entrado a los umbrales del siglo XXI sin aún oír a la radio hablar. La frecuencia camina con un siglo de retraso, muda. ¿Qué estamos esperando?. Una vez Radio Pacífica lo comenzó en San Francisco, tocando de puerta en puerta y pidiendo apoyo de los radioescuchas. Y lo logró.

Reflexionar sobre la radio pública significa reflexionar sobre nosotros mismos, sobre el México Profundo.

La radio pública es la voz de la sociedad civil y para la sociedad civil. Vivir con la radio pública es vivir con democracia. Decidamos la forma en que queremos vivir.

Bibliografía

BLUMLER, Jay G. et. al., Broadcasting Finance in Transition, A comparative Handbook, Oxford University Press, N.Y, 1991, 440 pp.

BROWNE, Donald R., The limits of the limitless Medium, Praeger, Nueva York, 1982, 352 pp.

GRANDI, Roberto, La televisión entre servicio público y negocio, compilación de Richeri, Giuseppe, Gustavo Gili S.A, Barcelona, 1983, 476 pp.

HABERMAS, Jürgen, Historia y crítica de la opinión pública, Ediciones G Gili, S.A de C.V, 3a ed, México, 1986, 274 pp.

HUERTA, María, "Procesos políticos, políticas y modelos de sistemassmediáticos en Estados liberal-democráticos y en Estados autocráticos".

LORIMER, Rowhand, Communications in Canada, issues in broadcasting and News Technologies, Kagan and Woo Limited, Toronto, 1988, 302 pp.

PRAILL, Alex, Los medios de comunicación en el Reino Unido, Foreign and Commonwealth Office Londres, 35 pp.

ROSSE, J.N./J.N. Dertouzos (1978), Economic Issues in Mass Communication Industries, Department of Economics, Stanford University.

SALYER, Stephen, Radio the Forgotten Medium, "Monopoly to market place -competition comes to public radio", compilado por The Freedom Forum Media Center, Columbia University, Nueva York, 1993, 204 pp.

SCHILLER, Herbert, Mass Communication and American Empire, Augustus McKelly Publishers, NY, 1970, 164 pp.

THOMPSON, John B, Ideología y cultura moderna, traducción Gilda Fantinati Caviedes, Universidad Metropolitana, 1993, 362 pp.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence, "Radio Pública Internacional", Proceso, núm 1016, México, 22 de abril de 1996, 74 pp.

T ROSEN, Philip, compilador, International handbook of broadcasting systems, Greenwood press, Connecticut, 1988, 294 pp.

TUNSTALL, Jemery, The media in Britain, Columbia University Press, Nueva York, 1983, 271 pp.

WHITHERSPOON, John, et al, The history of public broadcasting, Current, 2a ed, Washington DC, 1989, 185 pp.

Entrevistas

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa, México, 16 de mayo de 1996.

ESTRADA, Manuel, México, 16 de mayo de 1996.

LOPEZ VENERONI, Felipe, México, 31 de marzo de 1996.

SALYER, Stephen, Miniápolis, 22 de noviembre de 1995.

SILVA, Raúl, México, 14 de mayo de 1996.

TOUSSAINT ALCARAZ, Florence, México, 25 de septiembre de 1996.