

SITUACION Y PERSPECTIVAS DE LA RADIO EN MEXICO

*Para Goycolea*  
Xavier Avila Guzmán.

Desde su origen y durante su desarrollo histórico la radio en México ha tenido característica de industria. Su función básicamente económica ha estado determinada por dos aspectos fundamentales: su condición, en la mayoría de los casos, de concesión privada y su marcado uso comercial, lo cual ha relegado su función política, educativa y cultural a un reducido segundo plano.

De las 870 radiodifusoras existentes en la República sólo un 5.4% (47 emisoras), cumple una función cultural no lucrativa.<sup>(1)</sup>

Sin pretender ahondar en las causas históricas que han posibilitado tan desigual uso nos limitaremos a señalar algunos aspectos que han condicionado su origen y desarrollo.

Hacia 1922, el origen de la radio en México responde a dos condiciones económico-políticas muy concretas: en lo externo, las necesidades de expansión y crecimiento del mercado capitalista norteamericano y en lo interno a las necesidades de la burguesía porfirista, afectada por la revolución, de invertir en renglones económicos aún no reglamentados por el nuevo gobierno.<sup>(2)</sup>

Mientras las políticas del gobierno postrevolucionario estuvieron orientadas en lo general a favorecer el proceso de acumulación interna del capital privado, proceso en el cual la radio comercial jugó un papel muy importante, la gran mayoría de los grupos sociales se vieron prácticamente marginados de su uso, lo que contribuyó a aumentar su atraso y debilidad política.

Así los grupos privados, además de contar con los beneficios del uso casi exclusivo del tiempo publicitario radiofónico, también han contado con la posibilidad de difundir su discurso político ideológico en condiciones de infinita superioridad a cualquier fuerza política existente.

Durante este proceso el gobierno mexicano parece haber quedado supeditado a un papel de simple administrador de los intereses privados, ya que no sólo no ha tenido una política normativa definida al respecto, sino que incluso sus escasas acciones se han visto sujetas a los vaivenes sexenales y a las presiones continuas de una radiodifusión privada articulada y sostenida durante 60 años.

Sin menospreciar las posibles diferencias en el interior de los grupos privados de concesionarios, así cabe destacar que un grupo

encabezado por el monopolio Televisa ha logrado imponer sus intereses por diversas y muy variadas formas de control, tales como la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, la industria disquera a través de Amprofón, centros nocturnos y de espectáculos, asociaciones de periodistas, centros de capacitación, venta de equipos, etc.

Frente a esto en la radio, al igual que en otros medios, la ausencia de una política rectora estatal se ha visto paliada por una serie de acciones gubernamentales que si bien no han sido medidas aisladas, tampoco han sido congruentes con un proyecto adecuado a las necesidades nacionales y en cambio se han visto planteadas como soluciones inmediatistas e incluso contradictorias, es por esto que resulta difícil juzgarlas en forma general.

A partir de la década de los sesentas el gobierno mexicano empieza a tomar conciencia de la importancia de la comunicación masiva y después de estériles enfrentamientos se propone crear su propia red de medios de difusión.

Ya concretamente durante el sexenio pasado y en lo que a la radio se refiere, el gobierno abrió algunos de sus espacios a la crítica e incluso, si se quiere en forma experimental, apoyó proyectos de radiodifusión popular y cultural, como la cadena de radiodifusoras bilingües de INI-Coplamar<sup>(3)</sup> y la cadena de radiodifusoras culturales compuesta por una veintena de emisoras regionales encabezadas por Radio UNAM y Radio Educación. Sin embargo, también es cierto que a fines del sexenio se emprendieron acciones en dirección contraria al suprimir programas radiofónicos como Opinión Pública y Onda Política y la ya vieja negativa de la SCT de conceder permisos de transmisión a las radiodifusoras de la UAG, la UAP y más recientemente la UAZ, mientras que por otra parte se siguieron concediendo y renovando concesiones comerciales (entre 1981 y 1983 se han dado 16 autorizaciones de las cuales sólo una fue concedida para uso cultural)<sup>(4)</sup> y en general la falta de voluntad política y de exigencia social para modificar alguno de los privilegios de la radiodifusión comercial.

De tal modo que al arribar la presente administración al poder heredó esta madeja de medidas, producto en muchos casos del dejar hacer y dejar pasar,

La política del nuevo gobierno en esta materia pareció al prin-

cipio tomar un camino más cauto y definido, ya que después de un vacío de definiciones creó un ambiente de expectativas con respecto a sus posibles acciones en la materia.

Dos eventos contribuyeron a crear dicho ambiente: el anuncio de la creación del sistema de comunicación social del gobierno federal y posteriormente la realización de un foro de consulta popular de comunicación social.

El primero se presentó como respuesta a la necesidad de reorganizar y racionalizar los recursos estatales que en lo que se refiere a radio consistió en la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) que, aparte de contar con seis grandes radiodifusoras, tiene a su cargo la programación del uso del mayor porcentaje de tiempo oficial, el cual en nuestra opinión debería abrirse a una mayor participación social que permitiera orientar su planeación y contenidos, para apoyar un modelo de difusión cultural, nacionalista y plural.

Este reordenamiento a su vez creó un servicio de noticieros que elaborados por Notimex cubren entre 120 y 170 radiodifusoras de todo el país, el cual a pesar de su tono descuidado y gubernista ha contribuido a llenar el vacío de información oficial en muchas partes de la provincia.

Por lo que respecta al Foro de Consulta Popular, apesar de haber contado con una nutrida participación social (2020 ponencias) y la riqueza de las posiciones y propuestas vertidas, parece condenado al olvido si nos tenemos a la brevedad de sus referencias en el PND y a la ausencia de políticas que lo retomen por parte de las autoridades o del propio Instituto.

Como se ve, el resultado de ambos eventos tiende a decepcionar las expectativas sociales que habían creado. Tal decepción aumenta si se agregan las francas agresiones contra Radio Municipio Libre de Juchitán; pero donde se notan con mayor realce y precisión las incongruencias gubernamentales es en Radio Educación.

En los últimos años Radio Educación ha representado una alternativa frente al modelo comercial, y si bien no rompió con la unidireccionalidad, siempre estuvo atenta a los perfiles y gustos de su au-

diencia, lo cual la ha llevado a aumentar el número de ésta y a lograr un buen nivel de identificación con su público.

Como alguna vez escribió Miguel Angel Grandos Chapa: "la sola falta de anuncios comerciales significa ya una diferencia nada despreciable, ya que mientras el radio comercial está frente al mercado la otra tiene frente a sí a personas".(5)

Sin embargo, recientemente, a su variable tendencia de prohibir o permitir en su espacio el análisis y la crítica, ha agregado la de convertir a la emisora en un vocero oficioso y antiradiofónico de una instancia unipartidista del gobierno, y la de tratar de implantar un modelo de difusión cultural mucho más cercano al modelo comercial predominante.

Pero quizá lo que más moleste sea el tono autoritario y vertical con el que trataron de ser impuestas. Las autoridades parecen haber olvidado que la radiodifusora no sólo es un grupo de trabajadores y sus instalaciones, sino también una tradición y miles de radioescuchas, los cuales parecen no merecerles ningún respeto.

Sin embargo la ejemplar respuesta de trabajadores y escuchas - logró parar las medidas y buscar un uso distinto del medio y una forma de organización que permitiera la defensa social del espacio radiofónico que representa. Esto además de proponer una solución a este caso concreto plantea una alternativa que se enmarca en lo que puede ser una estrategia a seguir.

Replanteando la polémica de si debe o no ser el gobierno el actor central de la lucha por la democratización de los medios, y en base a lo expuesto, creemos que no basta que el espacio de los medios estatales se abra a la crítica: tampoco basta que la presencia de las organizaciones sociales en los medios deje al arbitrio de las argucias o intereses de gobierno o concesionarios privados para el fortalecimiento de la organización democrática de la sociedad. Es indispensable que la mayoría de la población, especialmente aquella que no ha tenido una voz y presencia directa, tenga acceso al uso y propiedad de los medios de forma independiente.

La actual situación no sólo es producto de una absoluta libertad para hacer y deshacer de los grupos privados, o de la ausencia de una política rectora de la comunicación, sino también de una preocupante ausencia de las fuerzas sociales organizadas y concientes, y dicha situación no cambiará mientras no haya una presión social suficientemente fuerte para exigir que la justicia distributiva se

cumpla también en la comunicación.

Sin que consideremos a la radio como la panacea o un medio omnipotente, sí creemos que su papel político puede ser muy importante como generador de consenso, de comunicación y movilización de las organizaciones populares.

Por eso proponemos que las acciones de quienes quieren abrir los canales sociales a una sociedad más democrática y representativa se encaminen a consolidar y fortalecer a las organizaciones sociales autónomas procurando, en la medida de lo posible, que obtengan el acceso tanto al tiempo oficial como a la propiedad de estaciones radiofónicas.

Esta primera vertiente deberá estar marcada además por una etapa de preparación y capacitación político comunicativa, a fin de que las organizaciones entiendan la importancia de tener una mayor presencia social, del saber qué decir, cómo decirlo y contar con los medios idóneos para hacerlo.

Un segundo frente consiste en exigir del gobierno la adecuación y cumplimiento de la ley en la materia, ofreciendo un apoyo popular a las medidas gubernamentales que promuevan la participación social, la redistribución de los medios y la pluralidad radiofónica, así como el rechazo y la desaprobación de todas aquellas que la limiten o la impidan.

Por último estamos convencidos de que la organización popular seguirá avanzando, con el gobierno o sin él, en el acceso a la radiodifusión libre y en la consolidación de un estado nacional.

De no atender a sus demandas el gobierno mexicano correrá el riesgo de crear un espacio clandestino que al margen de la ley puede terminar por rebasarlo, lo cual seguramente irá en detrimento de su base de consenso social. En el caso contrario propondremos las siguientes medidas concretas:

- Una distribución más justa de los permisos y concesiones radiofónicas en base a la representatividad.
- Una distribución equilibrada de concesiones comerciales y permisos para usos culturales y educativos.
- Que en todas las radiodifusoras se disminuya la publicidad y se difunda más información y cultura.
- Que se permita la participación social no solo en la difusión sino también en la programación, producción y contenidos de ésta.

- Mayor atención y apoyo a la producción regional permitiendo el diálogo e intercambio entre regiones.
- La promoción y apoyo a la capacitación radiofónica de organizaciones sociales y políticas.
- Mayor atención y apoyo a las radiodifusoras fronterizas para contrarrestar la penetración radiofónica extranjera en esas zonas.
- Un uso más cultural y nacionalista del tiempo oficial.
- Evitar los contenidos extranjerizantes de la radio reglamentando que por lo menos un 70% de sus contenidos sean de origen y producción nacional.

Frente al expansionismo privado y la débil definición estatal, la radio debe ser un instrumento popular de organización y defensa frente a la aplastante penetración mercantil extranjera y privada. Esto pensamos, redundará en el planteamiento y consolidación de un Estado fuerte y cohesionado genuinamente nacional, pluralista y democrático.

#### NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1)- Estadísticas Básicas. Instituto Mexicano de la Radio
- (2)- La industria de Radio y Televisión. Fátima Fernández Christlieb, en Rev. Nueva Política Vol.1 No. 3 Julio-Septiembre 1976
- (3)- Actualmente siguen funcionando 6 Radiodifusoras de esta cadena aún a cargo del INI, aunque su futuro es incierto en México. Indígena organo de difusión del INI 1982.
- (4)- Estadísticas Básicas. Instituto Mexicano de la Radio
- (5)- Comunicación alternativa, comunicación del oprimido. Miguel Angel Granados Chapa, en estudios del tercer mundo No. 3 Ceestem 1980.