

La participación de las audiencias en los programas radiofónicos de Denuncia Ciudadana

Christian López Ochoa¹

chlloch@hotmail.com

Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Occidente

Resumen

En el presente proyecto de investigación se propone analizar la forma en que las audiencias radiofónicas de Guadalajara se comunican a programas especializados en denuncia ciudadana para buscar solución a diversos asuntos de interés particular y que representan la posibilidad de ver en los medios de comunicación el desarrollo de un espacio público mediatizado que dinamiza la respuesta de las instituciones privadas y de gobierno para conciliar los temas que ahí adquieren relevancia pública.

Este trabajo surge de la pregunta: ¿Por qué la gente acude a los medios? Y más precisamente para fines de investigación: ¿qué significado otorgan las audiencias a su participar en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana que se transmiten en Guadalajara? Para responder a esta pregunta se ha realizado la propuesta de un abordaje metodológico que dé facilite las pistas para aclarar a este cuestionamiento, por lo tanto se ha decidido analizar un caso en específico desde el enfoque constructivista; el programa *Teléfono Público* que se transmite en *Radio Metrópoli* desde hace poco más de 20 años y que permite la participación de su audiencia de viva voz, misma que a la vez hace públicas las respuestas que los gobernantes otorgan a la mayoría de los casos que ahí se presentan.

El objetivo de esta investigación es conocer cómo las audiencias significan su participación en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana como *Teléfono Público* que se transmite en Guadalajara y de manera particular se propone identificar las razones y características de los ciudadanos que participan en ellos, así como determinar si su intervención

¹ Estudiante de la Maestría en Comunicación de la ciencia y la cultura. Asesora: Gabriela Gómez Rodríguez



representa una forma de participación ciudadana que contribuye a replantear el posicionamiento de las personas con respecto a los asuntos públicos locales, ante la posibilidad hipotética de que la participación de las audiencias en estos programas resignifique su manera participar en la esfera pública, ya que en los medios de comunicación encuentran un actor social en el que depositan su confianza por encima de las instituciones del Estado para solucionar asuntos de interés público.

El enfoque teórico que se propone para analizar este fenómeno recupera el estudio de las mediaciones culturales, entendidas como “el lugar en que se otorga sentido a la comunicación” (Martín Barbero, 1987) con el objetivo de comprender cómo las audiencias se han transformado históricamente en categorías de análisis que las hacen pasar de la pasividad al dinamismo cultural que les significa dotar de sentido los contenidos mediáticos que consumen y en este caso, en el que participan.

La participación de las personas en estos programas también es vista como una negociación de visibilidad, por lo tanto se recupera la propuesta teórica de John B. Thompson (1995), quien en su obra analiza, como hiciera Habermas (1962), la transformación estructural de la esfera pública, pero contrario al primero, Thompson sí incluye un análisis sobre las repercusiones sociales del desarrollo de los medios masivos de comunicación, así como de una propuesta teórica que identifica en la *visibilidad* la instancia de legitimidad que dota a los sujetos de un sentido que en caso de no ser mediatizados parecían no tener.

Por lo tanto, este proyecto se inscribe en los estudios socioculturales que se enfocan en comprender los procesos y prácticas sociales mediadas, y que reconocen la capacidad de agencia de los actores sociales para dotar de significado su cotidianidad y sus procesos comunicativos. En este caso, la propuesta es identificar la forma en que la participación de las audiencias en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana influye de manera estructural en la esfera pública local, motivando la respuesta de otros actores sociales como son los medios de comunicación y los encargados de las instituciones aludidas.



Introducción

A lo largo de su historia, los medios de comunicación han estado acompañados de formas y estrategias de interacción con las audiencias, que se pueden traducir como espacios negociados de expresión que los medios permiten a las personas como estrategia comercial que contribuye a legitimar intereses privados a manera de participación o servicio público.

En el caso de la radio, resulta indispensable mantener la comunicación directa con sus audiencias como proyecto de sobrevivencia comercial, ya que así demuestra día a día su capacidad de convocatoria entre la gente, a la vez que se abre paso para encontrar espacios de visibilización en la esfera pública. De la diversidad de géneros radiofónicos que se transmiten en Guadalajara y permiten la comunicación abierta de la audiencia con el medio, se presenta el fenómeno de la aparición de programas denominados como de *denuncia ciudadana* desde hace por lo menos 20 años, a estos programas las personas se comunican para expresar sus inconformidades relacionadas con las instituciones, servicios públicos, vecinos, y de manera general, para hacer pública su opinión respecto a asuntos que afectan a su comunidad.

Cuando las personas se comunican a estos programas de viva voz para hacer pública su denuncia, es porque previamente asumen el imaginario de que el medio puede servirles como gestor en la solución de sus problemas, principalmente los que se refieren a instituciones de gobierno, mismas que delegan personal para dar seguimiento a lo que se dice de ellos en estos programas y así facilitar respuestas que sirven para mantener el equilibrio en su relación con los ciudadanos, por lo que surge un fenómeno en el que se negocian cuotas de visibilidad entre *medios, ciudadanos y gobernantes*, que contribuyen a legitimar la función de los medios ante los ciudadanos por servirles como espacio de expresión y solución a sus problemas, así como la labor de los gobernantes ante la opinión pública por atender quejas que han alcanzado visibilidad mediática por encima de las que no. Por lo tanto, surge la pregunta ¿Por qué optan los ciudadanos de Guadalajara por comunicarse con un programa radiofónico de denuncia ciudadana para tratar asuntos de interés público en lugar de hacerlo directamente con las instituciones de gobierno?



Esto nos lleva a plantearnos la posibilidad de haber sufrido a lo largo de las últimas décadas el traslado de los asuntos de interés público a espacios mediáticos que parecen haber ganado la preferencia ciudadana gracias a la atención que reciben por parte de las instituciones públicas y privadas, situación que hace necesario comprobar metodológicamente si en efecto, esta es la ruta que ha seguido el fenómeno para establecerse como ahora se presenta o en su defecto; indagar cómo se ha construido la preferencia ciudadana hacia estos programas de los cuales se tienen registrados por lo menos 10 que se transmiten en la ciudad de Guadalajara hasta abril de 2012².

Denunciar en la radio, en comparación a otro tipo de intervenciones del público, puede ser considerada una forma de expresión que evoca a lo ciudadano, a hacer público que hay personas que no están de acuerdo con alguna situación injusta que escapa a la atención de lo político (Herrera, 2003). Para Thompson (2011) el hecho de hacerse visible en los medios dota a las palabras de sentido y a los hechos de una especie de realidad que antes no tenían.

Por lo tanto, la atención que estos programas reciben de los ciudadanos genera situaciones que repercuten de manera directa en la vida pública. Para Martín Barbero (1997) la consecuencia principal es que se acaba haciendo política a través de y por el medio. Para Winocur (2002) los ciudadanos terminan por ver en los medios una oportunidad de expresar su opinión respecto a una política con la que no se sienten representados y los medios una oportunidad comercial al convocar el discurso sobre *ciudadanía* en noticieros radiales donde se permite la transmisión de testimonios, denuncias u opinión acerca de problemas o temas en la agenda pública.

Lo anterior invita a pensar que es necesario formular un proyecto que permita identificar la influencia de los medios sobre la función pública y sobre cómo éstos aprovechan el capital político que se adquiere de solucionar problemas que se hacen públicos a través de los medios o en su defecto, sobre

² Tribuna del contribuyente, Módulo de Servicio, Con sentido, Conversando con el SAT, Escucharte, Enlace ciudadano, Solución en punto, Conciencia al aire En línea directa, Teléfono público, El Charro Asqueado, todos a través de Amplitud Modulada (A.M).



cómo estos espacios radiofónicos adquieren influencia en la vida pública de la ciudad. Sin embargo, una de las principales ausencias teóricas y metodológicas identificadas en los trabajos de investigación que se han realizado acerca de la relación entre estos tres actores sociales (Winocur, 2002. Gómez, 1997. Martell, 2006), es el poco acercamiento que se ha hecho a las audiencias para entenderlas desde una perspectiva sociocultural que permita conocer las características de las personas que se comunican a este tipo de programas, así como a la relación que construyen con los medios que consumen, situación que no permite identificar la apropiación y significación que otorgan a la posibilidad de participar en ellos, ni los intereses que rodean a esa participación además de realizar una queja o denuncia pública, más aún cuando hacerlo implica la oportunidad de resolver problemas que por otras vías no han logrado.

El problema que surge, es que en el plano ideal, las instituciones públicas deberían hacer valer los espacios de expresión ciudadana, donde las personas pudieran manifestar sus experiencias positivas y negativas del servicio que reciben, así como del desempeño de sus gobernantes y de la situación de las comunidades en las que viven, con el objetivo de desarrollar estrategias de mejoramiento a los servicios que ofrecen, sin embargo la existencia de este tipo de programas en la radio local, hace suponer que los medios resultan una forma efectiva de expresión ciudadana donde las personas depositan su confianza para mejorar su relación con las instituciones, por lo que pareciera incluso estratégico el que las personas acudan a los medios para trasladar asuntos públicos a una esfera mediática que responde a intereses privados, y que encuentra en la apropiación del discurso ciudadano un mercado radiofónico que se permite valerse de la confianza que los ciudadanos pierden en las instituciones para presentarse como un espacio de negociación, gestión y solución a los asuntos que han escapado al servicio público, sin dejar de lado que a la vez parecen motivar a los gobernantes a mejorar en su trabajo, aunque sea sólo privilegiando el que ofrecen a las personas que adquieren visibilidad mediática por encima de las que no, dejando de lado el principio de servicio plural e igualdad que suponen brindar a la ciudadanía.



En esta relación se puede identificar, con sólo preguntar a los involucrados en la producción de los programas de *denuncia ciudadana*, cuál es el objetivo de los mismos, qué significado dan a la participación de las audiencias y a la respuesta que da el gobierno a las mismas, sin embargo, por la diversidad de personas que conforman la audiencia, por las diferencias en la forma en que se expresan y los múltiples motivos a los que se refieren, resulta interesante conocer quiénes son, qué hacen, cuál es su relación con la función pública, qué intereses simbólicos, materiales, personales, públicos y sociales otorgan a este fenómeno, pero de manera general: ¿qué les significa participar en estos programas?

Por lo anterior, también surge la inquietud de conocer el tipo de participación que estos programas de denuncia permiten a sus audiencias y si de hecho se puede considerar un participación activa que coloca como prioritarios los intereses ciudadanos, así como conocer; cómo la participación de las audiencias en este tipo de espacios mediáticos influye en las formas de ejercer la participación ciudadana de la Zona Metropolitana de Guadalajara (ZMG). Por lo que surge la pregunta de investigación:

¿Qué significado otorgan las audiencias a participar en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana que se transmiten en Guadalajara?

A partir de esta pregunta se tratará de indagar en la forma en que se construye la relación de las personas con el medio y con lo que representa participar en programas radiofónicos de denuncia ciudadana, para determinar si como consecuencia de esta relación, existe algún grado de abstracción de la experiencia que permita interiorizar el discurso de los programas de denuncia como estrategia de participación ciudadana que contribuya a replantearse su lugar como ciudadanos en la esfera pública local.

Objetivo general: Conocer cómo las audiencias significan su participación en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana que se transmiten en Guadalajara.



Objetivos particulares:

Identificar las razones y características de los ciudadanos que participan en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana

Determinar si la intervención de las audiencias en estos programas representa una forma de participación ciudadana que contribuye a replantear el posicionamiento de las personas ante asuntos públicos.

Estado de la cuestión

En la revisión bibliográfica que ayuda a entender el fenómeno aquí planteado se presenta una relación de trabajos académicos identificados que dan cuenta de investigaciones y ensayos tanto de corte teórico como empírico y que se han enfocado en problematizar la participación de las personas en la radio, así como en algunos otros medios de comunicación, y por consecuencia, de la forma en que se ha enfocado este fenómeno a los conceptos: espacio público, ciudadanía y participación ciudadana.

El orden en que se capturaron las aportaciones de los autores, responde a la necesidad de conocer cómo han evolucionado los acercamientos al estudio de la participación del público con los medios y si esto a su vez, representa una posibilidad de participación o reconfiguración de la noción de ciudadanía en la esfera pública, es por eso que se presentan en primera instancia trabajos acerca de la publicación de cartas de lectores en los periódicos como primer antecedente, seguido del texto *De las Cartas de los Lectores a los Contenidos Informativos*, que abre el camino a pensar otras formas y consecuencias derivadas de acudir a los medios a partir de las innovaciones tecnológicas.

Como consecuencia se hace un acercamiento a la radio y sus formas de interacción con el público y se presentan algunos trabajos que ayudan a entender la pertinencia de abordar a este medio como objeto de estudio.

De manera general los autores referidos describen en los medios la posibilidad de un espacio de participación ciudadana, así como de configuración de nuevas esferas públicas, por lo que resulta necesario tomar



en cuenta las aportaciones que algunos de ellos trabajan sobre tales conceptos en coyuntura con los medios de comunicación y así permitir entender qué se ha hecho, qué se ha encontrado, desde qué enfoques y qué se propone pensar respecto al tema en cuestión.

Hay que señalar que en esta revisión se identifican metodologías de trabajo que se apoyan tanto en enfoques metodológicos cuantitativos como cualitativos, los primeros representados por abordajes relacionados al análisis de contenido, elaboración de encuestas y cuantificación de tipologías de intervenciones del público en los medios.

Los trabajos cualitativos están enfocados a diseñar instrumentos de investigación como entrevistas a profundidad, historias de vida y análisis de la participación de las personas en los medios, análisis semióticos, pero más desde una perspectiva descriptiva que identifica el contexto en el que ocurre el fenómeno que en la captura de información que permita categorizarla y dar cuenta de la misma en forma numérica.

También se registraron trabajos de corte histórico, sociológico y antropológico, sin dejar de lado los que corresponden al periodismo y la comunicación social, política y el estudio de los medios.

Los trabajos acerca de la participación de las audiencias en la radio proponen en común trabajar desde una perspectiva cultural que ha estado ausente en el estudio del fenómeno, por lo tanto nos encontramos con el hecho de que algunos autores identifican a la radio como un espacio de expresión ciudadana e incluso con la posibilidad de ver en la radio situaciones que pueden ser catalogadas como participación ciudadana y que responden a un contexto de extrañamiento en la relación ciudadanía-gobierno, y que encuentra en los medios donde se permite la participación de la gente un espacio de denuncia y señalamiento de situaciones que ocurren en la esfera pública con las que los ciudadanos no están de acuerdo.



Los autores aquí recuperados identifican que la participación de los ciudadanos que se refieren a los asuntos públicos en la radio y otros medios puede contribuir a desarrollar la democracia en los países latinoamericanos por medio de la libertad de expresión, el seguimiento y señalamiento de la función pública, pero principalmente diseñando un sistema de rendición de cuentas que permita evaluar y mejorar la gobernabilidad en lugares donde el contexto de descontento y desconfianza limita la participación de los ciudadanos en asuntos públicos de manera presencial.

Respecto al abordaje teórico de los trabajos aquí descritos, se ha identificado que el espacio social en el que se presenta la discusión es en la esfera pública, por lo que es recurrente encontrar referencias a los trabajos que ha publicado el autor alemán Jurgen Habermas, del que se recogen principalmente sus aportaciones realizadas en el libro: Historia y Crítica de la Opinión Pública (1962).

Para problematizar el concepto de ciudadanía los autores convergen en recuperar el trabajo realizado por T.H. Marshall (1998) y para participación ciudadana, así como el de Norbert Lechner (2000) y Alicia Ziccardi (1998).

Por lo analizado hasta el momento, la mayoría de los textos revisados tratan más sobre abordajes teóricos y propuestas de trabajo que sobre ejercicios empíricos que dan cuenta del fenómeno participativo en la radio e incluso en otros medios como algo agotado o trabajado con la profundidad suficiente como para no dejar margen a seguir indagando en las implicaciones del tema, la mayoría de los trabajos hacen referencias a situaciones de participación propias de un contexto espacial y temporal específico, pero en ninguno se desarrolla una teoría o planteamiento que agote las dimensiones y posibilidades de seguir indagando en el tema.

Justificación de la investigación

La investigación sobre *participación ciudadana* en los medios latinoamericanos se ha enfocado primordialmente al estudio de la publicación de cartas del lector en los periódicos como forma de opinión pública, al respecto se han hecho



contribuciones a métodos cuantitativos: análisis de contenido, categorización de temas y motivos, así como acercamientos semánticos y análisis del discurso, que permiten identificar los temas, las palabras y el número de personas preocupadas por un mismo tema. En México, la participación del público en los medios tiene su primer formal antecedente cuando los periódicos comenzaron a publicar las cartas de los lectores al director (Quiroga, 2008), los primeros casos se registran en los periódicos *El Sol* (1823-1832) y *El Águila* (1823-1827) en los que se manifestaban principalmente posturas políticas y partidistas, que se infiere, funcionaban como “una guía ilustrada y patriótica” que contribuía a los primeros intentos de opinión pública en la nación que comenzaba a desarrollarse de manera independiente (Coudart, 2006).

El segundo antecedente en latinoamérica se registra en Argentina con las llamadas telefónicas del público a la radio a partir de los años 20, donde predominaba la comunicación para refutar los dichos del locutor, entre otras causas que no se tienen debidamente sistematizadas debido a la falta de atención a la radio como objeto de estudio sociológico (Gómez: 1997). Los registros académicos llevan nuevamente a los ejercicios cuantitativos: medición e identificación de audiencias a través del denominado *fan mail* (correo de simpatizantes) y la cuantificación de las llamadas de los radioescuchas a los programas en vivo (Espinar et al. 2006). En México la participación de las audiencias en la radio se populariza en la década de los sesentas con el incremento del servicio telefónico entre la población de las principales ciudades del país. Sin embargo, para entonces la televisión había ganado la atención de los académicos como objeto de estudio por encima del fenómeno radiofónico y ya desde los años cincuenta, en sus trabajos también se trataba de identificar a las audiencias televisivas con métodos electrónicos como mediciones hechas vía audímetro e investigaciones presenciales como encuestas sobre hábitos de consumo, entre otras.

Contrario a la radio, la participación de las audiencias en la televisión se ha limitado a acudir como tales a un programa grabado en vivo, a llamar por teléfono a las oficinas de los canales para responder preguntas o encuestas cuyas repuestas están previamente categorizadas, ocasionando con esto una



participación dirigida y preprogramada donde las personas no tienen mayor margen de expresión que las categorías previamente establecidas por el medio.

En comparación a la televisión o la prensa escrita, la radio es un medio que permite a cualquier persona comunicarse sin la necesidad de saber escribir adecuadamente para ser seleccionada a aparecer en la sección donde se publican las cartas dirigidas al periódico o para ser elegida y tomar la palabra en la dinámica de un programa de televisión. En la radio existen programas donde otorgar espacios en vivo a la expresión de las personas representa el elemento principal del contenido que se oferta. Por ejemplo en Guadalajara, existen programas de expresión donde las personas llaman para ofrecer sus servicios laborales, enviar saludos, o conocerse entre sí y entablar una relación personal, así como programas denominados de *denuncia ciudadana* donde las personas que se comunican son asumidas como ciudadanos con inquietudes privadas que alcanzan intereses públicos y que por lo tanto parecen ser dignas de ser mediatizadas, por lo que se les conceden espacios al aire para que de viva voz expresen su inconformidad hacia las instituciones de servicios públicos y privados, pero principalmente para manifestarse públicamente sobre lo que consideran injusticias de la vida pública de Guadalajara.

Susana Herrera (2003) considera que en la radio hablada se han desarrollado subgéneros que permiten identificar las razones por las que la gente se comunica con este medio, sin embargo se puede pensar que además de tratar de identificar estas razones, se debe analizar cómo las empresas radiofónicas han desarrollado programas enfocados a canalizar la participación de las personas a manera de productos mediáticamente comerciales, como es el caso de los programas de denuncia ciudadana.

Winocur (2000) describe a estos programas como algo similar a una tertulia donde se ven involucrados gobernantes y ciudadanos en la demanda por reconocimiento:



El rasgo propio de este tipo de segmentos es que no sólo publicitan las obras del gobierno, sino que también vuelve “pública” la inconformidad, la demanda o la denuncia ciudadana respecto de las mismas y con ello permite trazar un espacio de interacción entre la población y el poder local, esbozar un “lugar de expresión de la cosa pública” (...) en referencia al espacio público correspondiente al proceso de la democracia de masas (Winocur, 2000: 39).

Por lo tanto, los programas radiofónicos de denuncia ciudadana se presentan como un objeto de estudio ideal para ser abordado en esta investigación, por lo que se ha elegido a los que se transmiten en la radio de Guadalajara debido a que es en este medio donde mayor auge y recurrencia han obtenido, y porque a través de ellos se transmiten las inquietudes de personas que habitan en esta ciudad, situación que permite desarrollar un mejor abordaje metodológico del fenómeno.

Una razón más que motiva a realizar esta investigación con las características que se presentan, es debido a la poca producción académica que las ciencias sociales hacen de un medio tradicional y popular como es la radio, así como de su impacto en la vida pública de la ciudad, situación que no permite identificar el tipo de personas que se comunican a este medio.

También, porque en estos programas los temas y contenidos que se transmiten tienen injerencia directa con lo que a la gente le preocupa y no con el tema que los medios colocan como prioritario para discutir en la agenda pública, situación que hace evidente la falta de información suficiente, que por lo menos en lo local, permita identificar el origen e interés por producir estos programas donde la audiencia es protagonista y la respuesta de las instituciones es demandada y en la mayoría de los casos atendida.

Por último, las intervenciones directas y de viva voz de las personas en estos programas hacen suponer que sus formulaciones parten de preocupaciones tan simbólicas como dar mantenimiento a las calles o recibir atención de calidad de una institución pública, y que encuentran en la denuncia radiofónica identificación con los intereses colectivos de los radioescuchas. Sin embargo la mayor parte de los estudios empíricos que se han realizado al



respecto no recuperan información necesaria para conocer las representaciones socioculturales que surgen cuando las personas deciden denunciar mediáticamente a las instituciones públicas, ni tampoco, el sentido que se otorga a ser representado públicamente por un gestor (en este caso el medio) que recibe mayor atención institucional por encima de otros actores sociales, ni tampoco a indagar la mediatización del espacio público como una arena de conflicto viable para que se lleve a cabo la participación ciudadana en el que las personas ya no necesariamente deben salir a obstaculizar calles, sino a aprovechar estratégicamente estos espacios radiofónicos para conseguir sus objetivos.

Para autores como Winocur la radio ha contribuido a consolidar el proceso de construcción cultural de la noción de ciudadanía a nivel social e individual, por lo que se genera un campo de estudio en el que surge el interés por entender las transformaciones en el espacio público y en el ámbito privado, para analizar la circulación y apropiación de discursos mediáticos de la vida cotidiana y para comprender los nuevos sentidos de ciudadanía (2002: 16).

Para Winocur los nuevos escenarios de la ciudadanía recreados por los medios se conforman más en el hecho de ser habitante de la ciudad que parte de una nación, en la necesidad de establecer reglas de convivencia con los vecinos que en el interés sobre las condiciones de convivencia política (...) en la negociación individual o grupal de espacios de visibilidad en los medios que en la participación política en lugares públicos (2002: 17).

Por lo tanto, se propone estudiar este fenómeno primordialmente a partir del programa radiofónico que se autodenomina como de denuncia ciudadana: *Teléfono Público* que se transmite en la frecuencia 1150 por amplitud modulada (A.M.) desde la ciudad de Guadalajara. Al dar seguimiento a los programas de denuncia que se transmiten actualmente en la radio local, se ha identificado a éste como representante de lo que ocurre de manera general en este subgénero radiofónico, es decir; no todos los programas descritos dedican el total de su tiempo a la denuncia ciudadana, la mayoría de ellos son espacios informativos o de opinión, que abren espacios para la participación de la audiencia, que se hace presente primordialmente para denunciar.



El programa *Teléfono Público* tiene un enfoque o producción que dedica mayor tiempo a las llamadas y mensajes de las personas que quieren denunciar públicamente un hecho, por encima de cualquier otro tipo de segmento informativo o de opinión que se transmita, por lo que debido a la diversidad en que se presenta la denuncia ciudadana en la radio de Guadalajara se propone a estos dos programas como una muestra representativa de los 10 que se han identificado para analizar y entender su dinámica, así como la participación de sus audiencias.

La inquietud de realizar este trabajo surge por la necesidad de conocer cuál es el impacto social y cultural de la participación de las audiencias en los medios, delimitando el objeto de estudio a los programas de denuncia ciudadana en la radio debido a que actualmente la atención sociológica a este fenómeno se concentra en el estudio de las redes sociales electrónicas así como en el impacto social, psicológico y cultural de la televisión, por lo tanto, la radio aún vigente en la ciudad, resulta un espacio digno de ser analizado dada su persistencia histórica a competir con la innovación de nuevos de medios de comunicación, pero principalmente por su orientación a “educar, entretener e informar” (Arredondo, 1988: 168).

Según el informe publicado en 2012 por Open Society Fundations (OSF), titulado: *Los Medios Digitales en México*. En 2009 se registraba a la televisión como el medio de comunicación con mayor presencia en los hogares mexicanos con un 95.1%, seguido de la radio con 88.9% y en tercer lugar las computadoras personales con 26.8%. Mientras que en el censo de población y vivienda de 2010, el INEGI reportó que en la ZMG un 89.6% de hogares contaba con un radio, 63.8% con línea de teléfono fijo y 83% de personas con celular y 34.5% de hogares con conexión a internet, servicios que permiten comunicarse a los programas de denuncia ciudadana cuando se considera necesario.

En el informe de OSF se da cuenta que en el consumo de medios de la población mexicana predomina la televisión abierta con 66.50%, la de paga con 22.50%, escuchar radio con 20%, usar internet con 9% y leer periódicos con 7%. La razón principal por la que las personas escuchan radio es para



informarse, por lo que se señala a este medio como el que predomina como fuente de información entre los no usuarios de internet con un 68%, seguido de los periódicos con 65% y la televisión con 64% (OSF, 2012: 17,18).

El tiempo promedio que los mexicanos dedicaron a escuchar radio en 2009 oscila los 219 minutos, predominando el uso de la frecuencia modulada (F.M.) seguida por el de Amplitud modulada (A.M.) con un 22% de preferencia entre la población.

Para Gómez (1997) “la investigación sobre la radio en México ha sido escasa, monótona y limitante (...) nos encontramos con que se ha dejado de ver lo que la radio por décadas y cotidianamente ha estado haciendo con la gente, y la gente con la radio” (Pp. 7, 8). Raúl Fuentes sistematizó la investigación de la comunicación en México en dos etapas: 1986-1994 y 1995-2001 en la primera registró 39 investigaciones que toman a la radio como objeto de estudio de un total de 1019, mientras que en su segunda entrega identificó siete de un total de 1219 registradas.

Al respecto, Arredondo argumenta que en contraste a otros medios de comunicación masiva la radio “ha tenido la posibilidad de llegar a las regiones más apartadas de nuestro país y penetrar cotidianamente en la vida de los más disímiles grupos sociales (desde el indígena marginado hasta el ciudadano de clase dominante)” (1988: 167). Por lo tanto, la falta de conocimiento sobre los fenómenos que ocurren en la radio no permiten profundizar en el conocimiento acerca de su impacto social y cultural.

La razón por la que se toman como objeto de estudio estos programas, así como la especialización en el género *denuncia ciudadana* es porque al realizar un primer acercamiento empírico para conocer el tipo de participación que se presenta en la radio en Guadalajara se identificó que es en este tipo de espacios donde la gente, en la mayoría de las ocasiones, de viva voz comunica sus inquietudes relacionadas a la ciudad, es decir; a manifestarse respecto del servicio público, la atención de las instituciones públicas y privadas, a la convivencia entre vecinos, la búsqueda por espacios laborales y de expresión pública de posturas ideológicas respecto a los fenómenos que les rodean,



dejando de lado la posibilidad de hacerlo directamente con las instituciones o por otras vías presenciales y optando por acudir a los medios como estrategia de visibilización que parece otorgar la legitimidad buscada a la acción ciudadana, Por lo tanto, pareciera que este tipo de espacios mediáticos se presentan como una especie de *Ágora* donde los ciudadanos manifiestan varias de las inquietudes relacionadas con la vida pública de la ciudad.

Programas radiofónicos de denuncia ciudadana. Historias y audiencias.

Por el contexto señalado es que se propone tomar como referencia el programa *Teléfono público* se transmite de lunes a viernes y es conducido por Jaime García Elías³, quien menciona que éste proyecto radiofónico, se transmite desde hace 20 años aproximadamente:

Surgió por una inquietud de la dirección de la empresa, de Notisistema⁴ y de la corporación en función de las llamadas del público que llegaban y se difundían en los diferentes espacios informativos y que suscitaban alguna respuesta por parte de las dependencias aludidas, entonces se vio la perspectiva de que (eso) resultara radiofónico, como digno de un espectáculo radiofónico pues, un programa en el que la gente pudiera de viva voz hacer la denuncia... con todo y los riesgos que eso representa en cuanto a ir a alguna inconsecuencia o alguna cosa que sea indebida, incorrecta o también; con el riesgo de que lo que puede decirse perfectamente en medio minuto, la gente se engolosine y se tarde 10 o 15... en fin se corrió el riesgo y el resultado fue auspicioso⁵.

Al indagar sobre este tipo de programas y ante la posibilidad de incluir en el estudio a otros, se recurrió a explorar las perspectivas de otras empresas radiofónicas, por ejemplo: Radiorama DK, donde se transmite *Solución en Punto*, otro programa considera de denuncia ciudadana. En palabras de Alfonso Javier Márquez, director de noticias de la estación: este tipo de programas tienen su primer antecedente en la estación W Radio con el programa *Dígalo Sin Miedo*

³ Entrevista realizada a Jaime García Elías por Christian López el 23 de marzo de 2012.

⁴ Notisistema es una empresa de medios que tiene a su cargo seis estaciones de radio dentro de la ZMG, así como una página electrónica de noticias que se actualiza constantemente, disponible en: <http://www.notisistema.com/>

⁵ En su primera etapa el programa fue conducido por Jorge Águila, después, por menos tiempo, Carlos Croté, de ambos; Jaime García Elías siempre fungió como suplente hasta convertirse en titular del mismo en la mayor parte de los 20 años que el programa tiene al aire (el dato exacto no pudo ser precisado).

durante la década de los ochentas, de corte primordialmente policiaco, así como otros proyectos en los que él ha tenido la oportunidad de participar como: *No se deje* en Grupo ACIR que transmitió durante siete años a partir de 1990 y *Ciudad Desnuda Jalisco* en Televisión que se transmitió de abril a noviembre de 1997 (Renero y Gómez, 1998: 7), en estos programas se dio prioridad a publicitar los problemas sociales, así como “algo que la ley no contemplaba en aquel entonces, no estaban regulados; que eran los problemas vecinales (...) a partir de que se comienza a generar este tipo de participación ciudadana (en los medios) se modificaron los reglamentos municipales”⁶.

Márquez también considera que en los años noventa la situación de la frecuencia A.M. era complicada debido a “el momento de plenitud” de la Frecuencia Modulada (F.M.) y que fueron este tipo de conceptos radiofónicos “donde se le da voz a la gente” los que reactivaron las audiencias a su favor.

En ambos programas se transmiten al aire llamadas de la audiencia donde se les permite expresarse, en el caso de *Teléfono Público*, con la orientación del conductor Jaime García Elías quien comenta que en promedio se comunican diariamente al programa 42 personas, de las que una tercera parte se hace presente vía correo electrónico y las demás a través de llamadas telefónicas, su dinámica descrita de manera breve se basa en comenzar el programa invitando a la gente a comunicarse a los teléfonos en cabina, y haciendo público un caso de urgencia, es decir; donde se le da prioridad a los servicios sociales que conciernen a personas enfermas que necesitan algún tipo de donación, después de esto se transmiten al aire llamadas donde se entabla comunicación con el público, situación que puede variar en tiempo, se leen correos, se mencionan públicamente las dependencias de gobierno a las que concierne la inquietud de quien se comunica y se da pie casi siempre para cerrar el programa con el contacto a un reportero que informa brevemente acerca de lo más relevante que acontece en las calles de la ciudad. El conductor justifica esto último como una instrucción empresarial, ya que la función de la estación es informar y se incluyen este tipo de capsulas informativas en cada uno de los programas que no sean noticieros.

⁶ Entrevista realizada a Francisco Javier Márquez, por Christian López el 23 de marzo de 2012.



De las personas que se comunican a estos programas se desprenden dos tipos de sujetos de estudio: los sujetos de investigación que están representados por las personas que llaman mientras el programa pasa en vivo y son transmitidas al aire, así como de las que se enuncia en voz del conductor y que se han comunicado vía correo electrónico o a través de redes sociales.

En segundo lugar se debe identificar a los sujetos empíricos de investigación, es decir: aquellos con los que se debe profundizar mediante un instrumento de investigación que permita conocer el significado que otorgan a participar en estos programas, así como la interiorización que hacen de la experiencia de denunciar mediáticamente, pero primordialmente reconocer sus características, entre las que están: nivel socioeconómico, lugar en el que habitan, escolaridad, ocupación, tiempo de residir en la ZMG, consumo habitual de medios, intereses políticos y sociales. Datos que tampoco han sido considerados por las investigaciones que se han descrito en el estado de la cuestión.

Este trabajo plantea la hipótesis que los espacios mediáticos de denuncia representan una posibilidad para los ciudadanos de Guadalajara de hacer públicas sus experiencias y opiniones respecto a lo que ocurre en la esfera pública local. En ellos, se ven representadas significaciones, negociaciones de representatividad, de poder, así como de legitimación política y social; a estos espacios se acude con la intención de conseguir la publicidad y visibilidad que la función pública ha limitado a los ciudadanos a partir de la burocratización de su labor y un deficiente ejercicio de rendición de cuentas, por lo tanto, la hipótesis que aquí se plantea es que las personas que se comunican para participar en estos programas ven en ellos una forma de expresión que resignifica su forma de participación ciudadana en la esfera pública, y que a la vez encuentran en los medios de comunicación un actor social en el que depositan su confianza por encima de las instituciones del Estado para solucionar asuntos de interés público.



Propuesta Metodológica

A continuación se propone una perspectiva metodológica que se ha considerado como la adecuada para alcanzar los objetivos planteados, por lo que este trabajo se realizará desde un enfoque cualitativo, ya que éste permite conocer la manera en que los sujetos de estudio dotan de significado y sentido a participar en los programas radiofónicos de denuncia ciudadana. A partir de esta metodología se pretende realizar un levantamiento de anotaciones con un diario de campo derivado de la observación participante que se realice durante la visita a las cabinas radiofónicas donde se transmiten los dos programas propuestos como objeto de estudio.

También se considera indispensable realizar entrevistas a profundidad con personas que se hayan comunicado a estos programas a denunciar y que acepten ser entrevistados personalmente, por lo que será necesario elaborar un guión de entrevista que permita recolectar lo mejor posible la información buscada, así como una estrategia de análisis de datos.

Los datos obtenidos de analizar el contenido de los programas que sean grabados para llevar a cabo esta investigación serán categorizados a manera de análisis de contenido, pero más que cuantificar los resultados se pretende dotarlos de interpretación que contribuya a indagar en significaciones y el sentido que otorgan las personas a su participación.

El número preciso de personas que conformar el universo de personas que escuchan los programas de denuncia ciudadana no está disponible debido a que no se ha logrado tener acceso a las cifras que den cuenta del número de sujetos que componen el auditorio de los programas con que se va a trabajar.

Se pretende en el tiempo que dure esta investigación conseguir esta información para hacer el estudio con mayor precisión, pero por el momento se le considera pendiente.

La muestra con la que se propone trabajar es un aproximado de 10 a 15 personas que habiten en la ZMG con quienes se realizarán entrevistas a profundidad. Se considera pertinente plantear esta muestra debido al tiempo



que puede llevar el contactar cada cita con los entrevistados, así como el tiempo que se llevará transcribir y analizar la información que proporcionen. Pero se tomará en cuenta que si una vez completada esta cantidad de entrevistas aún sigue existiendo diversidad de información por recabar se tendrán que realizar las entrevistas necesarias hasta agotar resultados.

Fuentes consultadas

- Aceves González, F. (2004). Monitoreo de Medios y Democratización en América Latina: La participación ciudadana en la vigilancia de la fundación informativa de los medios de comunicación de masas. México. Universidad de Guadalajara, Comunicación y sociedad.
- Andrade del Cid. P. (2009). La democracia en el espacio público mediático. Objetivos. Universidad Veracruzana. México.
- Arredondo P. (1988) La radio como objeto de estudio en México. Trillas. México
- Arrigada A. y Schuster M. (2008) Consumo de medios y participación ciudadana de los jóvenes chilenos. Cuadernos de Información, Núm. 22, 2008, pp. 34-46. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Borja J. (2000) Ciudadanía y espacio público. Barcelona, recuperado el 14 de abril de 2012, de: <http://es.scribd.com/doc/50359358/ESPACIO-PUBLICO-Y-CIUDADANIA-JORDI-BORJA>
- Borja, J. (2000) Espacio público, ciudad y ciudadanía. Barcelona, recuperado el 1 de abril de 2012 de: <http://ebookbrowse.com/gdoc.php?id=32436309&url=a1b682d21c46b8decab569ef87962d7a>
- Botero Gómez P. (2008) Perspectivas teóricas para comprender la categoría participación ciudadana-política juvenil en Colombia. Revista Latinoamericana ciencias sociales niñez juventud. Pp. 565-611. Recuperado el 21 de abril, de: <http://www.umanizales.edu.co/revistacinde/index.html>
- Buendía A. y Pino J.C. (2008) Radio local, opinión pública y participación ciudadana. Signo y Pensamiento, vol. XVII, Núm. 52, pp. 84-96. Pontificia Universidad Javeriana. Bogotá Colombia.



- Clavero J. y Santiago L. (2005) Consumir como consumidores y no como espectadores. *Comunicar*, Núm. 025. Grupo Comunicar. Huelva España.
- Coudart L. (Enero-Marzo 2006). Función de la prensa en el México independiente: el correo de lectores de *El Sol* (1823- 1832). *Revista Iberoamericana*, 93-108.
- Espinar Ruiz, E. Frau, C.F. González, M.J. Martínez, R. (2006). *Introducción a la Sociología de la Comunicación*. España. Universidad de Alicante.
- Fuentes R. (1996) *La investigación de la Comunicación en México 1986-1994*. México. Universidad de Guadalajara/ ITESO.
- Fuentes R. (2003) *La investigación sobre comunicación en México*. México. ITESO
- Garay Salamanca, L. J. (2000). *Ciudadanía, Lo Público, Democracia: textos y notas*. Colombia. Siglo del Hombre.
- Garrido A. Martínez M.A. y Parra F. (2011) *Accountability: democracia, reforma política en México*. México. Siglo XXI.
- Gómez H. (2008). *Los Diarios Como Espacios Públicos: La prensa en la vida social de Buenos Aires a comienzos del siglo XX*. Argentina. Universidad Central del Centro de la Provincia de Buenos Aires.
- Habermas, J. (1981). *Historia y Crítica de la Opinión Pública*. Barcelona. G. Gili.
- Guillen A.K. Sáenz M.H. Badii y Castillo J. (2009) Origen, espacio y niveles de participación ciudadana. *Daena International Journal of Good Conscience*. Pp. 149-178. Recuperado el 21 de abril de 2012, de: [http://www.spentamexico.org/v4-n1/4\(1\)%20179-193.pdf](http://www.spentamexico.org/v4-n1/4(1)%20179-193.pdf)
- Gómez H. (1995) Radio, campo cultural y mediaciones. Apuestas y propuestas para pensar la radio en León. *Revista: Estudios sobre culturas contemporáneas*, junio 1995/ vol. I, número 001. Universidad de Colima, México.
- Gómez E. (1997) Biografías radiofónicas: trayectorias y travesías por mundos sociales. *Revista: Estudios sobre culturas contemporáneas*, diciembre 1997/vol. III, número 006 (pp. 7-31). Universidad de Colima, México.
- Maigret, Éric. (2005). *Sociología de la Comunicación y de los Medios*. Colombia. Fondo de Cultura Económica.
- Martín-Barbero, Jesús (1997). "El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación". En: *Nueva Sociedad*, no.161.



- Martell L. (2006) ¿Qué significa la participación ciudadana en la radio de hoy en día? Revista: Espacios Públicos, vol. 9, núm. 18, pp. 241-249. Universidad Autónoma del Estado de México.
- Martínez P. (2008) Memorial de Agravios. Derechos humanos en Jalisco: el caso de 28 de mayo. ADOC. México, recuperado el 21 de abril de 2012, de:
<http://www.catedradh.unesco.unam.mx/BibliotecaV2/Documentos/Libros/MemorialAgravios.pdf>
- Méndez A. y Morales E. (2008) Comunicación, ciudadanía, constructoras de democracia. Quórum Académico, vol. 5, núm. 1 2008, pp67-90. Universidad del Zulia, Maracaibo, Venezuela.
- Merino M. (2012) La participación ciudadana en la democracia. México. UNAM. Recuperado el 21 de abril de 2012, de:
<http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/libro.htm?l=499>
- Olvera A. e Insunza E. (2004) Rendición de cuentas: los fundamentos teóricos de una práctica de la ciudadanía. En Alicia Ziccardi (coord.), participación ciudadana y políticas sociales en el ámbito local, Memorias I, México, IIS-UNAM-COMECOSO-INDESOL, pp. 335-358.
- Ortega, F. (2003). La política y el periodismo en el nuevo espacio público. México. Universidad Nacional Autónoma de México.
- Quiroga A. (2008) La participación de los públicos en los medios. De las cartas de lectores a los contenidos informativos generados por los usuarios. 10º Congreso REDCOM. Recuperado el 1 de marzo de 2012, de
http://www.ucasal.net/unid-academicas/artes-y-ciencias/congresos/redcom10/archivos/redcom-ponencia/Ejes23y4/Eje3/Mesa3-1/Quiroga_PN_.pdf
- Ramírez Sainz, J.M. (1995) Las dimensiones de la ciudadanía. Implicaciones teóricas y puesta en práctica. Espiral, enero-abril/vol. I, núm. 002, Pp. 89-111. Universidad de Guadalajara. Recuperado el 28 de marzo, de:
<http://redalyc.uaemex.mx/pdf/138/13810205.pdf>
- Renero M. y Gómez G. (1998) La tele-verdad global y el retorno a los localismos: el caso del programa Ciudad Desnuda Jalisco y su público.



- IX Encuentro de investigación de investigadores de la comunicación del AMIC, Tlaxcala, México.
- Rojas Soriano R. (1985) Guía para realizar investigaciones sociales. México. UNAM.
- Hernández Sampieri R. (1991) Metodología de la investigación, México, McGraw Hill.
- Sánchez Ramos M. (2009) La participación ciudadana en la esfera de lo público. Espacios Públicos Vol. 12, Núm. 25, sin mes. Pp. 85-102. Universidad Autónoma del Estado de México, recuperado el 1 de abril de 2012, de: <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=67611350006>
- Thompson, J.B. (1998). Los Media y la Modernidad. Barcelona, Paidós Comunicación.
- Thompson J.B. (1996) La teoría de la esfera pública. Voces y Culturas, Núm. 10. Barcelona, recuperado el 14 de abril de 2012, de: <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/thompson.pdf>
- Thompson J.B. (2011) Los límites cambiantes de la vida pública y la privada. Nueva época, núm. 15. Enero-junio, Pp. 11-42. Recuperado el 14 de abril de 2012, de: http://www.comunicacionysociedad.cucsh.udg.mx/pdf/cys15_10/3thompson.pdf
- Valbuena S. (2009) Participación de los lectores en la prensa latinoamericana. Un Análisis semántico-pragmático. Congreso InveCom. Recuperado el 1 de marzo de 2012, de http://www.invecom.org/eventos/2009/pdf/valbuena_s.pdf
- Velázquez Ramírez, J.M. (2011). Ausencias y emergencias de lo público/ciudadano en noticieros televisivos y movimientos sociales. Un acercamiento desde la perspectiva del communicative framing. México: ITESO.
- Winocur R. (2007) La participación en la radio: una posibilidad negociada de ampliación del espacio público. Razón y Palabra, núm. 55, febrero-marzo. Recuperado el 1 de abril de 2012, de <http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/rwinocur.html>



Winocur R. y Giglia A. (1996) La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas. Perfiles latinoamericanos No. 9. Recuperado el 1 de abril de 2012, de: <http://redalyc.uaemex.mx/pdf/115/11500905.pdf>

Winocur, R. (2002). Ciudadanos Mediáticos: la construcción de lo público en la radio. Barcelona. Gedisa.

Ziccardi A. (s/f) Los actores de la participación ciudadana. México. UNAM. Recuperado el 22 de abril de 2012, de: <http://iglom.iteso.mx/HTML/encuentros/congreso/pm4/ziccardi.html>

