



Abril - Mayo
2007

[Número Actual](#)

[Números Anteriores](#)

[Editorial](#)

[Sitios de Interés](#)

[Libros](#)

[Ediciones Especiales](#)



Carr. Lago de
Gundalupe Km. 3.5,
Atizapán de Zaragoza
Estado de México.

Tels. (52)(55) 58645613
Fax. (52)(55) 58645613

Número Actual

Hacia un Sistema de Radio y Televisión de Servicio Público para el Valle de México

Por *Javier Esteinou*
Número 56

El contexto del desarrollo

La ciudad de México con una población de aproximadamente 25 millones de personas distribuidas en una superficie de 1,500 km², es la metrópoli más grande del mundo que experimenta los mayores conflictos urbanos del continente y quizás del Planeta. Así, esta zona del país diariamente encara conflictos de abastecimiento de alimentos, dotación de agua, seguridad pública, tránsito, contaminación, surtimiento de electricidad, desempleo, crecimiento demográfico, invasiones urbanas, educación, alimentación, vivienda, concentración de basura, manifestaciones callejeras, incremento del stress, neurotización de la sociedad, etc, que se requieren resolver para conservar las condiciones de gobernabilidad.

Para solucionar dichos problemas los últimos gobiernos del Distrito Federal han aplicado diversas acciones económicas, políticas, jurídicas, demográficas, ecológicas, fiscales, policiacas, viales, etc. para solucionarlos, pero al no construir una cultura para la sobrevivencia del Valle de México, éstas contradicciones han ido en aumento en tamaño y en diversidad, y en consecuencia, no se han podido resolver. Por ello, el Valle de México, cada vez más, es una enorme bomba social con una mecha crecientemente más corta.

Ante dicha realidad caótica, debemos considerar que "el crecimiento entendido como el mejoramiento general de los niveles económicos, políticos, culturales, psíquicos y espirituales de la vida de los individuos y de las comunidades, a través de la satisfacción de sus necesidades básicas y secundarias¹, es producto de un conjunto de factores y procesos sociales complejos, dentro de los cuales, el detonador de todos esos elementos es la adquisición de conciencia sobre las realidades o problemas que se tienen que resolver para avanzar. Esto significa, que para que se produzca un desarrollo material de la sociedad antes de ejecutar acciones prácticas u operativas, se requiere generar un previo crecimiento mental de la misma. De lo contrario, no existen condiciones apropiadas para la gestión del desarrollo: el desenvolvimiento de los individuos, comunidades, regiones o de un país, parte de la evolución de su intelecto o conciencia amplia y no de la simple multiplicación pragmática de acciones materiales o administrativas externas"².

En éste sentido, la comunicación no es una variable independiente o aislada del desarrollo social como tradicionalmente lo han propuesto algunas visiones instrumentalistas de la modernidad tecnológica que la entienden como la comunicación por la comunicación misma; sino que por lo contrario, es un elemento central de éste, sin el cual no se puede alcanzarse el crecimiento humano y social³. Por ello, *la revolución más radical de una sociedad no se da con las grandes inversiones económicas, con los cambios de poder externo, con la incorporación de nuevas técnicas, con la imposición de nuevos modelos administrativos, con los grandes pactos internacionales, etc; sino que se alcanza a partir del momento en que los individuos que la conforman modifican su concepción del hombre, del mundo y de la vida y la llevan a la práctica. La evolución profunda de una nación o comunidad empieza con su cambio cerebral y no con la simple mutación material de su entorno*⁴.

De esta forma, existe una relación totalmente proporcional entre el grado de conciencia obtenida por los sujetos y su aplicación; y el grado de desarrollo material y social que alcanzan los grupos humanos: a mayor consolidación de la conciencia y de su puesta en práctica, mayor desarrollo social, y viceversa.

En este sentido, si la adquisición de conciencia es la base del desarrollo, es necesario saber ¿Cómo es que se forma la conciencia? Ante ello, podemos decir que el proceso de construcción de la conciencia individual y colectiva, no se da de manera lineal, sino que el progreso del pensamiento surge del conocimiento (racional, afectivo y espiritual) que nuestros sentidos adquieren de la realidad y esto depende del grado de información veraz, amplia y oportuna que se recibe de ésta y de la manera como se procesa y asimila en nuestro interior. Por lo tanto, en última instancia existe una relación directamente proporcional entre el tipo de información que se genera y distribuye, individual y socialmente, y la formación del tipo de conciencia, de cultura y de espíritu de cada persona y comunidad en cada ciclo histórico por el que atraviesa la evolución social.

En síntesis, el hombre y la sociedad somos de lo que estamos informados y de lo que conocemos; y por lo tanto, el punto de partida del desarrollo o del subdesarrollo está en la mente y no en otra esfera de la sociedad. Así, los medios se convierten en

instituciones básicas para la generación del conocimiento y para la participación ciudadana sobre los asuntos públicos del país. De ésta forma, el manejo de la información se transforma en poder, pues de la adquisición de esta se deriva la administración del conocimiento, y de éste emana el tipo de control y la naturaleza de participación de los sujetos y de la sociedad sobre su realidad.

La rentabilidad de los medios de comunicación de servicio público

Dentro del proceso de transformación política que vive el país a principios del siglo XXI, la razón de existencia de los medios públicos no se debe a un capricho burocrático, o a una moda de los tiempos de la transición democrática, o a un proyecto consentido de un grupo de poder en turno, o a una experimentación comunicativa osada, etc; sino se justifica por la eficaz rentabilidad social y política que aportan para respaldar el proceso pacífico de la gobernabilidad y la creación de la nación plural⁵. Su rentabilidad no se comprueba con los criterios comerciales con que se mide el éxito o *rating* de los canales privados, sino mediante los beneficios estabilizadores que introducen para nivelar y desarrollar comunicativa y culturalmente a la sociedad mexicana. Dentro de las contribuciones que ofrecen, destacan, entre otras, las 13 siguientes:

1.- Contribuyen a establecer un nuevo pacto de convivencia comunicativa entre el Estado, los medios y la sociedad al permitir que las comunidades se expresen, a través de estos, para manifestar sus intereses, necesidades y propuestas de solución⁶.

2.- Construyen un nuevo modelo de comunicación colectivo que se caracteriza por ser de servicio público que permite que los ciudadanos se conviertan en emisores y no sólo en receptores, facilitando que la sociedad se interrelacione consigo misma alrededor de sus prioridades o intereses. El objetivo de la comunicación comercial es que el emisor se comunique con la sociedad para realizar los intereses del emisor, como son, por ejemplo, vender, hacer publicidad, difundir servicios, legitimar el sistema, promover elecciones, etc; sin embargo, la finalidad de los medios ciudadanos es permitir que la sociedad organizada se contacte consigo misma para resolver sus necesidades y plantear su modelo de crecimiento.

3.- El prototipo de comunicación de Estado se distingue por ser servicio público, participativo, plural, abierto, crítico y ciudadano, y compensa la presencia abrumadora del modelo de información comercial que hemos heredado en la atmósfera cultural de nuestra nación, especialmente en las últimas décadas. La existencia de éste modelo reduce el surgimiento de otros modelos de comunicación ilegales o "piratas" del "México Bronco" como los que surgieron en el 2006 en la República mexicana con la toma de estaciones de radio y televisión en Oaxaca, Chiapas, Guerrero, Veracruz y en otras localidades.

4.- Generan una relación directamente proporcional entre comunicación y democracia, pues les permiten participar a diversas comunidades en el espacio mediático para intervenir en la constitución de lo público, y por consiguiente, para reforzar la pluralidad de la democracia. No se puede pensar en una sociedad verdaderamente democrática sin una participación activa del tercer sector civil en los medios de difusión colectivos, como auténticos actores sociales con capacidad de negociación y toma de decisiones⁷.

5.- Contribuyen a restaurar el tejido colectivo dañado por el proyecto de desarrollo desigual y la desintegración social, al fomentar la participación, la integración y la canalización de la energía comunitaria, a través de los medios de información de Estado, y no mediante otras vías que pueden ser violentas o a funcionales.

6.- Son un detonador cultural para la formación una ciudadanía consciente de sus derechos y obligaciones, frente a sí misma y frente a las instituciones que componen la nación, que es uno de los fundamentos que requiere el nuevo proyecto de crecimiento equilibrado del país. De esta forma, mediante los medios públicos la sociedad civil ejerce funciones que no realiza el Estado y también ejecuta funciones que deja de hacer el Estado.

7.- Posibilitan el ejercicio del Derecho a la Información reconocido en la Constitución de la República Mexicana que permite la existencia de la democracia republicana, al consentir la libre expresión de los individuos y sus organizaciones civiles, con respeto a sus derechos humanos, políticos y cívicos. Los cambios culturales de la democracia pasan por promover la palabra en los ciudadanos acostumbrados a reservar su opinión o moverse en el ámbito individual, creando un vacío de opiniones, sin encontrar eco en los grupos sociales con los que se pueden identificar y permitiendo que la opinión de los sectores que si se manifiestan, adquieran una importancia desmedida y unilateral⁸.

8.- Permiten que se pueda ejercer el derecho a "ser ciudadano" al facilitar que las personas puedan obtener información oportuna, abundante y cotidiana para tomar las decisiones adecuadas para actuar en el campo de lo colectivo. En las sociedades de masas del siglo XXI, no se puede ser ciudadano, sin ejercer la ciudadanía, y para ello, se requiere contar con la existencia de un sistema democrático que permita la libre difusión informativa y de opiniones cuya sustancia brinde elementos para decidir sus destinos personales y sociales. La condición de ciudadanía sólo puede realizarse si se garantiza, promueve y respeta el derecho a la información, ya que en la naturaleza de este subyace el

prerequisito de toda democracia: La transparencia del ejercicio público, el debate e intercambio de ideas e informaciones, la rendición de cuentas, la asunción de reglas claras en todos los terrenos de la vida social y política ...”⁹. En pocas palabras, sólo con la aplicación del Derecho a la Información, se puede ser ciudadano; sin la aplicación de éste, sólo se es súbdito del poder o consumidor del mercado.

9.- Logran encausar por conductos civilizados las inquietudes o el malestar social, evitando con ello, la existencia de mayores expresiones de agresión o inconformidad en las calles, avenidas, zócalos, plazas, explanadas públicas, toma de medios de información, u otras instituciones públicas, etc. En este sentido, los medios públicos son una herramienta para atender los reclamos de la sociedad civil, y con ello, actúan como, válvula de distensión de conflictos colectivos importantes.

10.- Enseñan a comunicarse públicamente a la ciudadanía para expresar su opinión sobre sus inquietudes y problemas comunitarios, y crear, vía los medios de difusión colectivos, otros consensos necesarios para edificar el proyecto plural de convivencia colectiva.

11.- Promueven los valores de la democracia que, son entre otros, la tolerancia, el respeto, la participación, la crítica, la pluralidad, el derecho a disentir y el reconocimiento de los derechos y obligaciones propias y del otro.

12.- Cubren un espacio y una función abandonada por el Estado mexicano desde hace décadas, que es el crear las condiciones infraestructurales para que todos los sectores de la sociedad se puedan comunicar entre sí y con la comunidad en su conjunto, y no sólo unilateralmente con un sector de poder privilegiado históricamente por el modelo de comunicación desigual¹⁰.

13.- Finalmente, se han convertido, gradualmente, en un modelo de comunicación ciudadano invernadero, que sirve de detonador para la creación y operación de otras emisoras estatales, universitarias, ciudadanas, e independientes que posibilitan que la ciudadanía crezca en el país.

Por consiguiente, el beneficio social que aportan los medios públicos para la comunidad nacional es tan significativo que de lo contrario el Estado tendría que gastar sumas mayores, vía otros organismos públicos, para obtener esa rentabilidad social que estos generan. Ante ello, debemos preguntarnos, por ejemplo, ¿Cuánta inversión pública representa alcanzar esa ganancia social y política?. ¿Cuánto cuesta cubrir con política pública la demanda ciudadana del derecho de libertad de expresión y derecho a la información?. ¿Cuánto gana la sociedad mexicana al tener instrumentos de difusión para que las organizaciones civiles se puedan comunicar pacífica y no violentamente, evitando que estalle la ingobernabilidad?¹¹.

Por ello, así como ha sido una *Razón de Estado* financiar la existencia y operación del Instituto Federal Electoral (IFE), de la Comisión Nacional de Derechos Humanos (CNDH), del Tribunal Federal Electoral (TRIFE), el Instituto Nacional para la Educación de los Adultos (INEA), etc., por las aportaciones que proporcionan para la construcción de la democracia, de la cultura básica, de los procesos civilizatorios de convivencia colectiva y de la estabilidad en México; así también, es una Razón de Estado el financiar los medios de comunicación de servicio público por las contribuciones culturales que aportan para el proceso de formación de ciudadanía y de gobernabilidad de la República .

Financiar a los medios públicos por el Estado, no es producir un daño patrimonial a la nación como se argumenta por los sectores de la comunicación monopólica en algunos momentos cuando se reflexiona sobre la existencia o el respaldo de estos; sino todo lo contrario, es aportar un gran ahorro para el Estado y para la sociedad, desde el momento en que estas son instituciones que colaboran a crear una conciencia para la resolución de los grandes problemas locales, regionales y nacionales. No es un gasto, sino una inversión para mantener la paz, intensificar la participación comunitaria, fortalecer la pluriculturalidad, respetar las libertades de información, respaldar la gobernabilidad, reforzar la formación de la ciudadanía, crear equilibrios para la expresión colectiva y construir condiciones civilizatorias elementales para la coexistencia en comunidades plurales.

En consecuencia, por la gran rentabilidad social que producen los medios de servicio públicos es una *Razón de Estado* financiar la existencia de éstos, pues con ello se están respaldando las bases para el surgimiento de una nueva sociedad equilibrada que exige el México del siglo XXI. No financiarlos desde el sector público sería comprobar que el Estado mexicano ha abandonado su función de rector de la comunidad nacional, para convertirse en un simple gestor o administrador de los intereses de las empresas monopólicas de la comunicación mexicana.

La propuesta

Para poder resolver los enormes problemas de la mega urbe de México además de aplicar todas las acciones infraestructurales que se ejercen cotidianamente a nivel material, ahora sea necesario contar con medios de comunicación de servicio público dedicados a educar a la población para su desarrollo. Es por ello, que a principios del siglo XXI ha llegado el momento histórico de crear el nuevo *Sistema de Radio y Televisión para el Distrito Federal (SRyTVDF)* cuyo objetivo sea contribuir a construir una nueva *Cultura para la Supervivencia de la Zona Metropolitana y sus Áreas Conurbadas*, y mediante esto, crear en los cuidadnos

las condiciones materiales y las actitudes civilizatorias básicas para poder existir armónicamente en esta franja del territorio nacional.

Para alcanzar su objetivo de educar para el desarrollo del área metropolitana, dicho sistema de información debe evitar, a toda costa, ser un instrumento de propaganda o ideologización del Presidente, el Gobernador, el partido, los grupos o los funcionarios del gobierno en turno. Por ello, para crear esa nueva *Cultura para la Sobrevivencia Metropolitana* es necesario fundar el *Sistema de Radio y Televisión Para el Distrito Federal*, como medios de comunicación de Estado, de servicio público, con estructura ciudadana, cuya principal acción sea producir permanentemente los niveles o mapas de conciencia mínimos que se requieren para resolver los grandes problemas que existen en la capital de la República mexicana.

En el actual contexto de reforma al marco normativo de la radiodifusión y las telecomunicaciones nacionales, es muy importante subrayar la estructura ciudadana que deben adoptar dichos nuevos medios electrónicos, pues en los tiempos comunicativos del Estado-Cero que vivimos a principios del siglo XXI, donde los representantes de los grandes monopolios privados de la radio y la televisión comercial controlan el 88 % de la estructura de comunicación electrónica de la República y cuyo proyecto de contenidos está basado en la óptica de la información parasitaria (telebasura) y el triunfo de la *Cultura Idiota*; el sector privado oligopólico de la radiodifusión sostiene insistentemente que los medios de comunicación de servicio público deben desmantelarse pues son onerosos para el erario federal y representan una competencia desleal para las empresas de comunicación comerciales. Así, antes de que nacieran estos 2 nuevos sistemas de información del Estado mexicano, el simple hecho de haberse anunciado su existencia el 24 de febrero del 2006 por Marcelo Ebrard, candidato al gobierno del Distrito Federal, y señalar el aspirante "que se quiere tener medios para promoverse a sí mismo, sino para ofrecer servicios al público; es decir, contar con una estación de radio y televisión propios y autónomos para el Distrito Federal, que no sean un anexo propagandístico del área de Comunicación Social del gobierno local, sino que sean un espacio donde se difundan temas de interés para los capitalinos y promueva la expresión de la sociedad"¹³; esta iniciativa desató en la prensa nacional diversas críticas severas, irónicas, descalificadoras, e intolerantes sobre su posible existencia.

De ésta forma, se difundió a la opinión pública que:

El deseo de los políticos mexicanos de controlar los medios de comunicación, o de tener sus propios medios para contrarrestar a los privados, no es nuevo. En los años setenta Luis Echeverría arrebató el Canal 13 de televisión de la Ciudad de México a sus dueños privados; y con éste, y otros canales en todo el país, construyó el sistema Imevisión, con dos cadenas nacionales. Lejos de quitarle a Televisa el monopolio de la televisión como pretendía, sin embargo, cavó un hoyo sin fondo en el que se perdieron miles de millones de pesos de los contribuyentes que se pudieron haber utilizado para mejores propósitos.

Ni siquiera en lo político se convirtió Imevisión en un contrapeso a la televisión privada. El propio gobierno prefería hacer sus anuncios importantes en Televisa porque, al igual que cualquier otro emisor de mensajes, quería llegar a un máximo posible de receptores. E Imevisión, agobiada por los cambios de directores y por el peso de su estructura burocrática, simplemente no podía ser competitiva.

En radio el gobierno federal creó la Hora Nacional, que enlaza forzosamente a todas las emisoras del país, con el supuesto propósito de crear un momento de unidad de todos los mexicanos. Y efectivamente lo ha conseguido. A esa hora, puntualmente, quienquiera que esté escuchando radio en el país apaga el aparato. Y a pesar de que se transmite en miles de estaciones de radio a lo largo y ancho del país, no existe una sola persona que escuche la estación.

El Congreso no ha sido inmune a la tentación mediática. Inquietos los diputados y senadores por el desprecio en que los tienen los ciudadanos, no encontraron razón de esa actitud en su propia conducta y prefirieron -humanamente- culpar a los medios. Pensaron así que con la creación de su propio Canal del Congreso podrían mejorar su imagen y la comprensión de su labor entre los ciudadanos comunes y corrientes. Pero el Canal del Congreso padece del mismo mal que la Hora Nacional y todos los demás espacios estatales: falta de público. Un chiste muy socorrido en el ambiente periodístico es que sería más barato enviar los programas del Canal del Congreso por motociclista a todos sus televidentes que continuar pagando sus actuales costos.

El gobierno y el Congreso cuentan también para comunicar con los Tiempos Fiscales y de Estado en los medios privados, desde los cuales nos bombardean constantemente a los mexicanos. Los spots tratan de persuadirnos de que los políticos realmente se preocupan por nuestro bienestar; pero por falta de inventiva e iniciativa, resultan insulsos y confusos. Además, sus pautas se vuelven eternas y

aburridas. Por eso, con el tiempo se convierten simplemente en parte del ambiente. Se emiten, pero no se ven ni se oyen; quitan el tiempo, pero no convencen. Son un desperdicio más de recursos del gobierno y de tiempo valioso en los medios de comunicación” .

¿Cuántas veces hemos visto al presidente Fox diciéndonos que el país marcha a las mil maravillas? ¿Cuántas hemos escuchado todo lo que hacen los diputados y los senadores por nosotros? ¿De qué ha servido?.

Pero ante la experiencia de tantas décadas, es difícil, si no imposible, crear dicha intención política, pues de hecho se señaló, que una prioridad del PRD es favorecer la televisión pública sobre la privada. No hay político que haya resistido la tentación de utilizar cualquier medio a su alcance para promoverse en lo personal; ni Fox, ni López Obrador, ni ningún gobernador prista están libres de culpa. Por otra parte, incluso la labor social la hacen mejor los medios privados que los públicos. Si no, hay que ver los logros de programas como A Quien Corresponda, Movimiento Azteca o el Teletón.

En un país con tantas necesidades como el nuestro es inaceptable que el gobierno gaste dinero en manejar medios de comunicación. De hecho, esto es incluso peligroso. Para lograr un buen equilibrio de poderes, la autoridad política debe estar separada de los medios. Una sociedad sana es aquella en que los periódicos, las revistas, la radio, la televisión y el Internet son independientes del gobierno¹⁴.

El modelo de radio y televisión para el Distrito Federal

Dentro de este contexto, es fundamental crear este nuevo sistema de comunicación radiotelevisivo con naturaleza de medios de Estado de servicio público y con perspectiva ciudadana, cuyas funciones deben ser entre otras, las 8 siguientes:

- 1.- Contribuir a colocar en el espacio público los intereses del Valle de México y de la Nación, por encima de los intereses particulares o de grupo, en el marco de la pluralidad democrática y la tolerancia.
- 2.- Considerar a la información y al conocimiento de la realidad local y nacional como un bien y un derecho público a las cuales tienen derecho de acceder y ejercer todos los mexicanos, particularmente del área metropolitana.
- 3.- Fomentar la difusión del análisis, la discusión y el debate de los problemas regionales de la metrópoli y nacionales, para que la opinión pública se construya con plena libertad, investigación y tolerancia;
- 4.- Construir ciudadanía para que la población conozca cuáles son sus derechos y deberes en la sociedad mexicana moderna, los ejecute y participe en la construcción del proyecto público de sociedad.
- 5.- Contribuir al fortalecimiento educativo y cultural que requiere el avance de la zona metropolitana para lograr su sobrevivencia, fomentando el desarrollo de la cultura cívica y política de la sociedad en estas coordenadas geográficas del país.
- 6.- Construir un vínculo entre el Gobierno del D.F, los órganos que lo integran y los diversos sectores de la sociedad metropolitana, con el fin de que se establezca una mutua, sólida y fluida relación de información y acción entre las partes.
- 7.- Promover la libre expresión de las ideas y fomentar un permanente debate ciudadano sobre los temas vinculados con el desarrollo del Valle de México; y
- 8.- Coadyuvar a difundir el pensamiento, la cultura, las ciencias y las artes en sus diversas manifestaciones con el fin de impulsar el crecimiento material y humano de ésta región del país.

Además de su naturaleza de medio de Estado de servicio público, el *Sistema de Radio y Televisión del Valle de México* debe tener una estructura eminentemente ciudadana, entendiéndose por ello el “promover la cultura democrática a través de la participación ciudadana, que ejerciendo su libertad de expresión y su derecho a la información, proponga y realice contenidos programáticos en formatos innovadores de comunicación, que estimulen el conocimiento, el análisis y la solución de los asuntos de interés público, y ejecute la pluralidad informativa y refleje la diversidad compleja de los sectores que componen a la sociedad metropolitana”¹⁵.

Para lograr lo anterior el *Sistema de Radio y Televisión del Distrito Federal* debe contar con un Consejo Ciudadano que será un órgano plural de representación social, conformado por once ciudadanos o ciudadanas, de amplio y reconocido prestigio profesional, en el campo de los medios de comunicación, particularmente de la radio y televisión y posean un conocimiento amplio sobre los conflictos de crecimiento del Valle de México¹⁶. El Consejo Ciudadano del Sistema deberá tener, entre otras, las siguientes a 7 atribuciones y responsabilidades:

- 1.- Coadyuvar al cumplimiento de los objetivos del Sistema de Radio y Televisión del D.F.

2.- Colaborar a edificar una Cultura Orgánica para la sobrevivencia del Valle de México.

3. Sugerir mecanismos que vinculen a la sociedad metropolitana con el Sistema.

4. Fungir como órgano de consulta hacia los sectores público, social y privado.

5. Promover la libertad, pluralidad, corresponsabilidad, calidad y rigor profesional en el desarrollo general del Sistema de Comunicación

6. Presentar al Consejo las sugerencias de la sociedad en materia de programación; y

7. Contribuir a consolidar procesos de evaluación del desarrollo del Sistema¹⁷.

Hacia un sistema de medios de difusión inteligentes

Con la estructura organizativa de medios de comunicación de Estado de servicio público y con perspectiva ciudadana el *Sistema de Radio y Televisión Metropolitana* deberá crear a través de su programación una permanente Cultura Orgánica que contribuya a crear las condiciones psíquico culturales para resolver las contradicciones de crecimiento de la Ciudad de México.

Esto requiere la creación de un nuevo proceso de educación y reeducación cotidiana de nuestras inteligencias y sentimientos para adquirir a través del *Sistema de Radio y Televisión del D.F.*, mayores márgenes de claridad y sensibilidad colectivas sobre nuestras demandas de desarrollo y sus respectivas soluciones. Tenemos que pasar de aplicar un proyecto de comunicación narcotizante y fugaz que diariamente ejecuta el modelo de comunicación mercado en México, que en el mejor de los casos informa espectacular y morbosamente sobre algunos hechos aislados, fragmentados y descontextualizados de nuestra realidad nacional; a instrumentar ahora un proyecto de comunicación inteligente que nos sensibilice sobre nuestras necesidades de desarrollo y movilice a la sociedad en función a la superación de sus contradicciones de crecimiento. Ello implica producir para cada momento de nuestro crecimiento urbano una ecoconciencia, vía los medios de información, que nos permita abrir nuestros horizontes de conocimientos y sentimientos individuales hacia una nueva macrovisión urbana que amplíe nuestros límites de lo posible y nos permita regresar al ciclo vital de la vida y de la naturaleza del cual velozmente nos hemos alejado tanto, especialmente en la zona metropolitana.

Finalmente, sin la creación del *Sistema de Radio y Televisión del D.F.* y su desempeño como medios de comunicación de Estado de servicio público, con orientación ciudadana, para construir la *Cultura de la Sobrevivencia Metropolitana*, el Valle de México entrará, cada vez mas, en una espiral de crisis de desarrollo mas aguda que lo llevará a la calcutización social y que no podrá ser resuelta por las simples vías tradicionales para desactivar conflictos. Será cada vez mas desde el ámbito de la creación de conciencia colectiva desde los medios de difusión social y de la organización social de las comunidades como podrán crearse las condiciones materiales básicas para la sobrevivencia humana en la capital de la República.

Notas:

¹ Casares Arrangois, Pablo, "Preparación básica de la formación de recursos humanos en comunicación para el desarrollo", Coordinador General, *Segunda Reunión de Consulta, UNESCO-Universidad Iberoamericana (UIA)*, México D.F, 18 al 20 de mayo de 1987, pagina 1. Conceptos definidos a partir de las ideas expuestas para el trabajo de grupo del proyecto en cuestión.

² Esteinou Madrid, Javier, "Hacia un Modelo de Comunicación Sustentable", Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias Antropológicas, *3º Coloquio Nacional y Encuentro de Estudiantes: Comunicación, Cultura y Desarrollo, Prácticas, Discursos y Tecnología*, Mérida, Yucatán, 17 al 19 de noviembre del 2004, pagina 5.

³ *Ibidem*, p. 6.

⁴ *Ibidem*, p. 6.

⁵ Esteinou Madrid, Javier, "La Rentabilidad de los Medios de Comunicación de Servicio Público", Documento Interno, *Consejo de Programación, Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Secretaría de Gobernación (SEGOB) y Secretaría de Educación Pública (SEP)*, México, D.F, noviembre del 2006, 8 paginas.

⁶ *Ibidem*.

⁷ *Ibidem*.

⁸ *La Radio Ciudadana. Contribución de los Consejeros de la Secretaría de Gobernación (SEGOB) para el Programa de Trabajo 2007-2012*, Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio, México, D.F., noviembre del 2006, documento fotocopiado, pagina 5.

⁹ Omar Raúl Martínez, "Comunicación, democracia y derecho a la información, Un desafío de gobierno, medios y sociedad", *Revista Mexicana de Comunicación* No. 68, Año 13, Fundación Manuel Buendía, México, D.F., marzo abril del 2001, pagina 4.

¹⁰ Esteinou Madrid, Javier, "La Rentabilidad de los Medios de Comunicación de Servicio Público", Documento Interno, *Consejo de Programación, Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Secretaría de Gobernación (SEGOB) y Secretaría de Educación Pública (SEP)*, México, D.F, noviembre del 2006, 8 paginas.

¹¹ *Ibidem*.

¹² *Ibidem*.

¹³ "Evarad quiere frecuencias de radio y televisión para el gobierno", *El Universal*, 24 de febrero del 2006.

¹⁴ Sarmiento, Sergio, "Jaque mate/medios libres", *Reforma*, México, D.F, 24 de febrero del 2006.

¹⁵ "Misión, Visión y Objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos, en: La Radio de los Ciudadanos a Un año de su Creación", *Instituto Mexicano de la Radio (IMER)*, Secretaría de Gobernación, Gobierno de México, México, D.F, 11 de marzo del 2003, paginas 51 a 52.

¹⁶ Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de la Unión, Canal de Televisión del Congreso, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, México, D.F, 25 de abril del 2003, paginas 12 y 13.

¹⁷ Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de la Unión, Canal de Televisión del Congreso, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, México, D.F, 25 de abril del 2003, paginas 11 y 12.

Referencias:

LIBROS, REVISTAS Y DOCUMENTOS.

- Casares Arrangois, Pablo, "Preparación básica de la formación de recursos humanos en comunicación para el desarrollo", Coordinador General, *Segunda Reunión de Consulta, UNESCO-Universidad Iberoamericana (UIA)*, México D.F, 18 al 20 de mayo de 1987.
- Esteinou Madrid, Javier, "Hacia Un Modelo de Comunicación Sustentable", Universidad Autónoma de Yucatán, Facultad de Ciencias Antropológicas, *3º Coloquio Nacional y Encuentro de Estudiantes: Comunicación, Cultura y Desarrollo, Prácticas, Discursos y Tecnología*, Mérida, Yucatán, 17 al 19 de noviembre del 2004.
- Esteinou Madrid, Javier, "La Rentabilidad de los Medios de Comunicación de Servicio Público", Documento interno, *Consejo de Programación, Radio Ciudadana, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Secretaría de Gobernación (SEGOB) y Secretaría de Educación Pública (SEP)*, México, D.F, noviembre del 2006, 8 paginas.
- "Misión, Visión y Objetivos de la XEQK: La Radio de los Ciudadanos, en: La Radio de los Ciudadanos a Un año de su Creación", *Instituto Mexicano de la Radio (IMER), Secretaría de Gobernación, Gobierno de México*, México, D.F, 11 de marzo del 2003.
- "Reglamento del Canal de Televisión del Congreso de la Unión", Canal de Televisión del Congreso, Cámara de Diputados, Palacio Legislativo de San Lázaro, H. Congreso de la Unión, México, D.F, 25 de abril del 2003.

HEMEROGRAFÍA.

- "Ebrard quiere frecuencias de radio y televisión para el gobierno", *El Universal*, 24 de febrero del 2006.
- Sarmiento, Sergio, "Jaque mate/medios libres", *Reforma*, México, D.F, 24 de febrero del 2006.

Dr. Javier Esteinou Madrid

Investigador Titular del Departamento de Educación y Comunicación de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, México, D.F., México