

Respirar y Aspirar: Aire y Ventanas para Lo Público¹

Antonio Tenorio²

Es que vas por la calle y a cualquier parte que mires
hay una pantalla con un anuncio.
Están privatizando la mirada.
¿Es que no va a quedar nada público?

Antonio Muñoz Molina
Escritor español

Quiero agradecer a la Red de Radios Universitarias la invitación que se me ha formulado para estar hoy, aquí, con todas y todos ustedes. Es un honor participar de esta Asamblea que se realiza en esta tierra tan central para la historia de México, y tan estrechamente a mi historia personal, por otra parte.

Radio Educación no es una Radio Universitaria. No está al amparo de ninguna casa de estudios. En ninguna de las varias etapas que ha tenido su vida institucional lo ha estado.

Aunque, si me permite la licencia novelística, valiéndome de que el presidente de esta Red, nuestro querido y admirado Benito Taibo, sí que tiene talento de escritor, quizá podría decirse que Radio Educación no es una Radio universitaria tan solo por una cuestión de tiempo.

¹ Texto leído en la Asamblea de la Red de Radios Universitarias de México, en la ciudad de Chihuahua, Chihuahua 31 de mayo de 2018.

² Antonio Tenorio es Director general de Radio Educación desde 2009, su gestión concluirá el próximo 30 de noviembre de 2018.

Me explico. Novelística, imaginariamente, por supuesto. José Vasconcelos, como ustedes saben, dejó el rectorado en octubre de 1921 para ser Secretario de Educación. Tres años más tarde, en 1924, a él se debe el surgimiento de Radio Educación, la radio de esa Secretaría.

Esa radio, que nace al amparo de la SEP, digo yo, estaba a destinada a ser de la Universidad Nacional, pero a Vasconcelos no le dio tiempo. Por eso se llevó ese germen, dijéramos radiofónico, a la SEP.

Mas, sigo valiéndome del mundo libre de la imaginación, la radio que nació en la Secretaría de Educación, y que hoy todos reconocemos como Radio Educación, nunca dejó, nunca ha dejado, hasta hoy, de vivirse, de saberse con parte de su ADN profundamente universitario.

Con esa honda huella en nuestro ADN institucional acudimos a esta Asamblea, ciertos de que cuanto nos une a la gran labor de las Radios universitarias de México es muchísimo más que aquello que nos hace diferentes.

1.

Al espíritu de la Radio que se hace desde las universidades, nos liga además un entrecruzamiento histórico que ni es casual ni mucho menos resulta intrascendente.

Como ustedes bien saben, la primera transmisión radiofónica desde una Universidad ocurrió en abril de 1924, en la Universidad Nacional de la Plata, en Argentina.

Es decir, el mismo 1924, solo que unos meses antes, que sucediera la primera emisión que dio vida el 30 de noviembre a Radio Educación, desde el edificio histórico de la SEP, en el centro de la Ciudad de México.

¿Una coincidencia? Sí y no. Más no que sí. Porque antes que coincidencias, nos ha enseñado nuestro querido Benito, en la historia lo que hay son conspiraciones.

Y lo que vamos a encontrar en 1924, particularmente en aquel México en ebullición es un ánimo marcado por el sentido renovador, y aun más, revolucionario de la vida social.

Tal entusiasmo encuentra, rápidamente, en la figura de Vasconcelos, como es bien conocido a un personaje con la talla suficiente para comprender la tarea y emprenderla.

No resulta extraño entonces el entusiasmo que le provoca la tecnología más avanzada de la época, como él mismo llama a la radiodifusión en 1922, al escribirle a su amigo el poeta Carlos Pellicer para contarle sus planes de instalar una Radio de la Secretaría de Educación, a fin de acompañar el empeño de la cruzada educativa y cultural, que por entonces ya emprendía desde la SEP, con una poderosa herramienta, plataforma le llamaríamos hoy en día, que permitiera construir lo que el mismo Vasconcelos concibió como “la Gran Biblioteca hablada de México”.

El caso de la Radio de la Universidad Nacional de La Plata, primera en su tipo en el mundo, tiene sus propios caminos, pero no por ello no convergentes con el inicio de la radiodifusión pública en México.

Apenas seis años antes del nacimiento de la Radio de la Universidad de La Plata, desde el pleno centro, geográficamente hablando, de la Argentina, habían cundido un movimiento

estudiantil de repercusiones exteriores significativas, cuyo centenario estamos a las puertas de celebrar. La Reforma universitaria de Córdoba, de 1918, misma que tiene como su fecha símbolo, justamente, el 15 de junio.

En aquel entonces, junio del 1918, los estudiantes tomaron la sede de la Universidad a fin de que no se consumara el cambio de rector. Pero había algo, o mejor dicho, mucho más. Una demanda en torno a dotar a la Universidad, a las universidades de un carácter anti dogmático, como espacios donde de verdad imperara la sed del conocimiento y la transformación.

Resulta por demás significativo que, en su manifiesto, los estudiantes cordobenses, sacado a la luz en junio de hace un siglo, se expresara de modo categórico: “La juventud ya no pide. Exige el derecho a exteriorizar ese pensamiento propio en los cuerpos universitarios...” Como si tal demanda, en su vigencia, contuviera en modo larvario, lo que seis años después implicaría el nacimiento la primera radio propiamente universitaria en La Plata.

Presentado curiosamente justo un año antes de que la radio de la SEP apareciera, en noviembre de 1923 se presenta el proyecto de la radio de la Universidad de La Plata, bajo la convicción de que el nuevo invento contribuirá a “completar la obra de "extensión universitaria" y "cultura artística", vinculando a la universidad con el medio social en el que vive”.

La salida al aire de esa radio, la de la Universidad de la Plata, en 1924, está marcada, pues, por una actitud de ánimo de futuro y confianza en que la tecnología, al igual que lo expresara Vasconcelos, permitirá amplia las que está llamada la educación.

Pero aun más. Dos elementos adicionales, coincidentes en ánimo y espíritu de época entre el emprendimiento argentino y el mexicano, aquel glorioso 1924.

Por una parte, el entusiasmo que el medio, la radiotelefonía, como se le denominaba, despertaba en su aspecto técnico, como oportunidad para la experimentación, pruebas y ampliación de sus alcances y servicio.

Por la otra, el declarado propósito común, entre la radio de La Plata y el proyecto de Vasconcelos, de servir, sí a su ámbito inmediato, la Universidad o la Secretaría, pero más allá de eso, como instrumento para ponerse al servicio del país en su conjunto.

Para lo que corresponde a lo que hasta 2015 fue la Radio de la SEP, hoy parte de la Secretaría de Cultura, los propios documentos normativos en los que se enmarca su existencia en la época de los años setenta del siglo pasado, dan cuenta, entre las responsabilidades que se le encomiendan están, tanto las de “Proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten, así como, se señala, aquellas relacionadas con “Promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión”.

Devolverle a la nación lo que la nación hace por la universidad, se dice, en el organario 1924, desde Argentina; constituir una gran Biblioteca que sirva a todo México, se afirma desde la trinchera vasconcelista. En ambos casos, el horizonte, sin duda alguna, es la nación, el país entero, servir a su progreso y afanes de una sociedad más justa.

2.

A partir de que las naciones comprendieron el valor del espectro radioeléctrico, y legislaron sobre él, considerándolo parte de los bienes nacionales, bien puede decirse que no existe radiodifusión privada.

Decir que la radio privada no existe, parece una barbaridad. Pero no lo es. Afirmar su existencia, esto es, asegurar que la radio privada existe, se refiere en todo caso a una confusión que, de buena o mala fe, deja de lado el elemento central del servicio que se presta a través de las ondas hertzianas: el espectro es público.

Dos elementos adicionales acompañan este horizonte.

Uno, la radiodifusión hertziana, se hace públicamente. De modo público, para desenredar el adverbio. No solo para los públicos que están en lo público, sino que aquello que se transmite, no nada más a través de qué se hace, ya dijimos, el espectro, sino donde ocurre ese hecho que es comunicar, como un acto público, una acción que es pública en tanto sucede en el espacio de lo público.

Dos. Como la educación, el acto de comunicar se manifiesta como servicio, pero tiene como resultante un bien. Un bien intangible. Ese bien espiritual por el que hablará la raza, parafraseando a nuestro multicitado Vasconcelos. Los bienes intangibles, lo que forman parte de eso que posibilita que las personas lo sean de mejor manera, no se pueden privatizar, son imprivatizables.

Lo que sí es susceptible de formar parte del universo de lo privado es la manera como se gestiona el servicio concesionado o regulado. Ahí sí. Hay una gestión de tipo público y una gestión de carácter privada. La primera orientada a rendir cuentas de modo público, sin

cortapisas y con absoluta transparencia; la segunda, lo hace frente a consejos integrados por personas en su condición de privados.

Tenemos enfrente, entonces, dos tipos de gestión: la pública y la privada. El éxito de cada una estará medido por parámetros distintos. La utilidad pública, para el primer tipo de gestión; la multiplicación del lucro, en la segunda.

He dado este enorme rodeo, no para decir que lo que hoy reconocemos con radiodifusión vinculada a la estructura del Estado y aquella que se ejerce desde el ámbito universitario sean lo mismo.

No lo son, eso es claro. Sin embargo, sus particularidades no las hacen antinómicas. De hecho, ambas, forman parte del ámbito de lo público si nos atenemos a las características centrales que, de lo público, en contraste con lo privado, ofrece Michael Warner.

Me atengo a tres de los elementos que Warner contrapone. Corresponde a lo público: 1) Lo que es abierto a todos, frente a lo que es restringido (ya sea porque implica capacidad de paga o cualquier otro factor); 2) lo que es internacional o universal, y que se explica frente a lo finitamente a la moda que resulta la comunicación de gestión privada; y, 3) lo público es reconocido y explícito, nos sabemos, nos decimos, nos asumimos como emisoras públicas y en consecuencia actuamos, frente a un hacer comunicacional que desde lo privado está y estará siempre marcado por lo tácito y lo implícito.³

³ Warner, Michael. *Público, Públicos, Contrapúblicos*. México: Fondo de Cultura Económica, 2012. P. 27

Como se ve, como se escucha, debería decir para ser más preciso, lo público y lo privado en el ámbito de la comunicación no recala en el hecho de que los exiguos presupuestos de los públicos provengan recursos públicos. La reciente discusión sobre una ley de comunicación social y el uso de millonarias partidas en ella, da cuenta clara que frente a nosotros tenemos un grupo de concesionarios cuyas gestiones financieras dejan a la luz que, sin el aporte, involuntario, de los contribuyentes, simplemente quebrarían.

Nuestra naturaleza pública común viene de más lejos y tiene un horizonte de mayor calado. He hablado ya de la noción de servicio, por encima del lucro, de la de rentabilidad social por encima de la de ganancia monetaria, apelo a su paciencia, para referirme, finalmente a la noción que implica estar en y a disposición de lo nacional y su interés, por encima de aquello donde es privativo lo acotado del interés privado de los privados.

Acudo para cerrar esta parte en busca de la común identidad de nuestra encomienda, a la noción de esfera pública, de la que sin duda alguna somos parte y en buena medida sostén, que introdujera Habermas en su texto seminal publicado desde los sesenta, pero cuya traducción al español llegó hasta principios de los ochenta.

No haré una disección ni siquiera mediana del reconocido aporte que Habermas hace a la discusión y afianzamiento del concepto de lo público, me detengo solo en dos cuestiones que me parecen claves en las horas que vivimos.

1) Lo público, siguiendo a Habermas, se puede resumir como esa instancia que, forjada desde las preocupaciones, lenguajes, tomas de postura, visiones que se forjan en el estamento privado de los sujetos, toman forma y hallan voz y vista, se visibilizan se dice

ahora, en y a través de una instancia de diálogo, de reflexión discursiva y expresión colectiva; eso que somos, nada menos.

2) Lo público atiende y vuelve a los sujetos, pero lo hace de modo indefectible como una acción colectiva. Abre relaciones entre lo personal y lo político, lo privado y lo público, lo universal y lo focalizado, desde la noción de colectividad. Somos, en nuestro hacer diario, en nuestro origen como instituciones y en el sentido que sustenta nuestro camino, formas de acción expresiva que median y representan aspiraciones no personales ni de grupo, sino sociales y nacionales.

3.

En un artículo muy reciente al que el académico mexicano Humberto Muñoz, tituló “La universidad y la restricción de lo público”, el también miembro del Instituto de Investigaciones Sociales, no duda en afirmar que el espacio público ha venido sufriendo una continua pérdida frente al mercado desde hace, al menos, treinta años. La relación entre lo público y el espacio que el mercado ocupa en la sociedad se ha ido decantando en favor del segundo, afirma Muñoz.

La mercantilización, Muñoz habla del ámbito de la educación superior, pero bien se puede ampliar a los terrenos de la responsabilidad comunicacional, ha estado vinculada a afianzar valores que exaltan el individualismo a ultranza, asienta el investigador de la UNAM. “La restricción de lo público ha significado, lo cito, daños a los jóvenes. Miles son los que perciben un futuro sombrío; hay desintegración del tejido social, carencias de identidad,

falta de pertenencia a una comunidad y una violencia inadmisibles que resulta, en parte, del mal funcionamiento de las instituciones públicas”.⁴

Más, por si mercantilización e individualismo no fuesen ya de suyo suficientes, se advierte de la presencia, dada por cierta, de una especie tan perjudicial para lo público como su propia entrega a las leyes del mercado. La propagación, al menos desde los años ochenta, de un discurso que enuncia la desconfianza a lo público como efectiva bandera de los valores, dicen ellos, de lo privado.

La amplia desconfianza con la que extensos sectores de la sociedad juzgan la tarea y existencia misma de lo público, ni es casual ni surgió por generación espontánea ni es una tarea que se haya emprendido en los meses recientes.

De esa desconfianza inducida, de ese juicio social construido esmeradamente en el que quienes servimos al Estado somos susceptibles de ser llamados con desdén *burócratas* (¡incluso para nosotros mismos!), en el que las instituciones de lo público son espacios de atroces gastadero y en el que todo servidor de lo público es, antes y por encima de todo, un sujeto de sospecha, bajo esa sombra tendida sobre lo que significa servir a los más y tener el honor de trabajar no para hacernos ricos sino para ser útiles al país, bajo esa sombra, colegas, realizamos todas y todos nosotros nuestro trabajo diariamente.

⁴ Muñoz García, Humberto. *La universidad y la restricción de lo público*. 16 de mayo de 2018. http://campusmilenio.mx/index.php?option=com_k2&view=item&id=11082:la-universidad-y-la-restriccion-de-lo-publico&Itemid=256

4.

Y, sin embargo, aquí estamos. Nunca antes en la historia hubo tantos medios de servicio no lucrativo. Y no sólo eso, nunca antes gozamos del reconocimiento de la ley como ocurre ahora. El avance de la comunicación pública ha sido grande, pero es claro que no es suficiente ni está garantizado que continúe. Tal avance, es, además, un hecho que ha ocurrido a contrapelo del propio acotamiento de lo público, del que ya hablaba valiéndome del artículo de Guillermo Muñoz. No deben extrañarnos, por eso, resistencias, presiones, insuficiencias e incluso retrocesos, tal como ocurrió con el marco normativo de los derechos de las audiencias, que se han presentado y que es previsible se sigan presentando.

No es menor ni hay que desdeñar el que hoy exista un órgano constitucional autónomo como autoridad, tampoco lo es que cada una de las instituciones que representamos cuente con un Título de concesión único, no lo es que la ley reconozca la preeminencia de las solicitudes que se presenten para contar con nuevos títulos, entre otros elementos que jurídicamente hoy acompañan nuestra tarea.

Quedan, sin embargo, al menos 5 asuntos que valdría la pena revisar al amparo de la evidente urgencia de entrar a un ejercicio que nos conduzca, sea cual sea el resultado electoral próximo, a una segunda generación de reformas en materia de radiodifusión y telecomunicación.

Los enuncio no como materias cerradas, sino como invitación, exhorto a ser partícipes centrales de la necesaria, e insisto, urgente discusión que debe darse.

Hacia una segunda generación de reformas a la Ley de telecomunicaciones y radiodifusión que se centre en la Agenda Social del uso del espectro, y en la que los medios de servicio no lucrativo debemos jugar un papel preponderante, cinco aspiraciones básicas:

1. El Reconocimiento de Medios de Servicio y Utilidad Pública y medios de servicio privado o comercial

La ley nos otorgó reconocimiento, pero al mismo tiempo nos distinguió y al distinguirnos, nos fragmentó, particularizando lo que es una vocación común: lo público. Es necesario que el criterio central sea la especificidad y preeminencia del tipo de servicio prestado. Con lo que de paso se cerraría el paso a la tipificación por igual de las radios comunitarias no registradas con las comunicaciones delincuenciales. Es el servicio, público o con fines privados, lo que debe regir y tipificar.

2. El reconocimiento de los Medios de Servicio y Utilidad Pública como Industrias Digitales Creativas de Interés Tecnológico Nacional

La radio sin vocación de lucro no ha dejado de ser nunca un espacio para el desarrollo tecnológico, de tal suerte que el segmento específico dentro de la campo de las industrias creativotecnológicas, dado el servicio que está llamado a prestar al país, merece un régimen hacendario particular, que no sólo le permita fuentes de financiamiento suficiente, sino esquemas de ejercicio de gasto y planeación de desarrollo e inversión con base en criterios que vayan más allá de un ejercicio fiscal, es decir, multianuales o transexenales.

3. La incorporación de criterios de utilidad pública, derechos de las audiencias e interés general para la determinación de la asignación de concesiones de uso privado

Mucho se ha ganado en transparencia al someter la asignación de nuevas concesiones a subastas públicas. Hace falta, sin embargo, que al modo en que lo realiza Francia, los privados estén obligados a presentar una propuesta de tipo y calidad de programación, que garantice los perfiles y la calidad correspondan severamente a los derechos de las audiencias y criterios que garanticen diversidad y pluralidad en los medios.

4. El reconocimiento de los Medios de Servicio y Utilidad Pública como actores centrales de la nueva Estrategia Nacional Digital

La sociedad mexicana cuenta hoy en día con más de 100 Concesiones únicas para brindar no nada más servicios de radiodifusión, sino también, eventualmente, de Telecomunicaciones. Debemos ser actores centrales de una Estrategia Nacional Digital que, si bien incentive la inversión privada, atienda al menos tres aspectos donde nuestra contribución puede y debe ser clave: -servicios de telecomunicaciones útiles para la educación, la salud, las transacciones financieras a bajo costo, la protección civil, etc; b) el impulso de las creatividades digitales, especialmente entre jóvenes; y, c) la inclusión social digital.

5. El reconocimiento de las organizaciones, redes, asociaciones de Medios Públicos de Utilidad Pública como Sujetos Colectivos de Interés

Quienes se autonombran “La Industria”, hablando de radio y televisión, presionan juntos, y presionan fuerte. Pareciera, de pronto, que lo que a pesar de que compartimos ideas, quienes no lucramos, no encontramos intereses lo suficientemente férreos para también presentarnos de manera conjunta. Existe esta Red, está la que se llama México y también Amarc, por solo mencionar tres ejemplos. Ninguna de ellos está reconocida por la ley como un sujeto colectivo de interés susceptible de asumir representación, negociar, presentar posturas, o incluso, en el plano meramente de las adquisiciones negociar conjuntamente con proveedores que hacen de las suyas a partir de nuestra atomización.

Final

Y estamos aquí, en lo común. En la extensa morada, inacabable acaso que es Chihuahua. Porque como dice el mayor poeta vivo chileno, Raúl Zurita, los desiertos sobrevuelan infinidades de desiertos para finalmente posarse ahí donde están.⁵

Porque, otra vez, Zurita: Como un sueño el silbido del viento/todavía recorre el árido espacio de/ esas llanuras...el desierto. Porque el desierto, y su enorme dignidad, es “como un pájaro/(que) se eleva sobre los cielos apenas/empujado por el viento”.

Que nuestras radios sean ese pájaro que se eleva, que sepamos nosotras y nosotros ser su viento, persistente, digno.

⁵ Zurita, Raúl. *Desiertos, selección de poemas de ‘Purgatorios’*. Madrid: Biblioteca Virtual Miguel de Cervantes Saavedra. http://www.cervantesvirtual.com/obra-visor/como-un-sueo/html/dca74b58-2dc6-11e2-b417-000475f5bda5_2.html, 18 de mayo de 2018.

Muchas gracias por su paciencia

