



## LA PARTICIPACIÓN EN LA RADIO: ENTRE INQUIETUDES CIUDADANAS Y ESTRATEGIAS MEDIÁTICAS

Angela Giglia\*  
Rosalía Winocur\*\*

*El artículo contiene una propuesta de análisis de la relación entre participación ciudadana y discurso radial a partir del estudio de algunos noticieros y programas de opinión pública en la ciudad de México. Por una parte, aborda el problema de entender los procesos de recepción y resignificación de las noticias en el marco de las prácticas cotidianas y de la organización de tiempo doméstico, y por la otra, tipifica las formas de participación y las estrategias que utiliza el programa para traducirlas e incluirlas en su formato. En esta perspectiva de análisis se argumenta que la importancia de la participación en el medio radiofónico no reside en su relevancia numérica sino en el hecho de ser una estrategia de legitimación del discurso.*

*This articles contains a proposal for the analysis of the relationship between citizen participation and discourse over the radio based on the study of some news and public opinion programs broadcast in Mexico City. On the one hand it deals with the problem of understanding the processes of the reception and resignification of news within the framework of daily practices and the organization of time in the home; on the other hand, it typifies forms of participation and the strategies used by programs to translate these and include them in their format. From this perspective of analysis, the article argues that the importance of participation in the radio as a medium does not lie in its numerical relevance but rather in the fact that it is strategy for the legitimization of discourse.*

**L**a imbricación que se ha generado históricamente entre el desarrollo de las industrias más mediáticas y la evolución del sistema político mexicano es un fenómeno reconocido en la literatura especializada. Esta articulación de intereses políticos y económicos afectó particularmente el comportamiento de la televisión, medio

\* Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede México.

\*\* Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales-Sede México/Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco.

que expresa el mayor grado de sujeción y resonancia del discurso oficial. Por el contrario, la radio ha mostrado mayor sensibilidad, independencia y apertura a las transformaciones de orden económico y social, así como a la llamada "emergencia ciudadana" de los ochenta, que fue mejor asimilada por este medio.

La radio ha contribuido a producir un conjunto de discursos acerca de la creciente complejidad social y su expresión en la vida cotidiana; asimismo, ha influido de manera relevante en la construcción de la imagen de la ciudad, y generado espacios importantes para la canalización y expresión de inquietudes políticas y civiles. Se presenta como medio diferenciado y especializado, cuyo referente permanente es la ciudad como objeto de comunicación, donde cristalizan los discursos y se reproducen los mitos acerca de la vida urbana, el tráfico, la seguridad, las autoridades, el poder y la convivencia. Esto, a su vez, se traduce en requerimientos comunicativos de opinión, crítica, demanda y denuncia, que se expresan en la publicitación de cuestiones personales o de grupo. Una de las formas más ilustrativas de este fenómeno la encontramos en los programas que incluyen en su formato la participación del auditorio.<sup>1</sup>

En estos programas los radioescuchas asumen un papel protagónico opinando personalmente o por teléfono sobre temas variados. Entre el conjunto de programas que ofrecen espacios de participación, destacan especialmente los noticieros y foros de opinión pública. Los primeros se caracterizan por ser receptivos de una demanda mucho más heterogénea y multifacética que los denominados programas de opinión pública.

A partir de esa realidad es posible pensar la relación entre radio y ciudadanos, particularmente en el caso de los programas de participación, como un ámbito privilegiado para estudiar el papel que han jugado los medios en los procesos de construcción de la ciudadanía. De ahí el interés de reconstruir el espacio de articulación y la especificidad del vínculo que se da entre los ciudadanos con sus trayectorias, prácticas y representaciones civiles y políticas, y los programas radiales de participación ciudadana.

---

<sup>1</sup> Estos programas han crecido en el dial hasta representar el 30% de la programación. Véanse Claudio Flores *et al.*, "Radio y participación. Imágenes de una voz pública", tesis de licenciatura, UAM-X, México: 1995.

Desde la perspectiva planteada el gran desafío en la investigación de las audiencias radiales y en el estudio del impacto de la radio en la formación de opinión pública, lo constituye la reconstrucción de las estrategias conscientes e inconscientes que intervienen en el proceso de selección y reducción de la complejidad que caracteriza a la recepción.

Para encarar esta problemática es preciso reflexionar sobre la cuestión de la ciudadanía y de sus implicaciones conceptuales. Desde la perspectiva que nos ocupa la condición de ser ciudadano se inscribe dentro de un universo simbólico vinculado no sólo al ejercicio político y a las estructuras de poder, sino a la diversidad de prácticas cotidianas y representaciones sociales de distintos grupos dentro de una sociedad dada.<sup>2</sup>

Este proceso, que involucra “cruces” y “fracturas” en varios niveles de representación de la vida cotidiana —muchas veces contradictorios o antagónicos—, siempre está en permanente reconstrucción.

Los ciudadanos que nos ocupan no son sólo aquellos que exhiben una cultura cívica de valores “modernos” y ejercen con plena conciencia sus deberes y derechos civiles y políticos, sino también los que com-parten una cultura “citadina”, en gran parte atravesada por lógicas de consumo que trascienden el ámbito local.

Se trata de ciudadanos que viven, sueñan, sufren, transitan y consumen desde electrodomésticos hasta un concierto de Juan Gabriel; gestionan toda clase de servicios y mejoras en la calidad de vida; protestan en el Zócalo; negocian en el tianguis, la delegación, la compañía de teléfonos o la oficina de licencias; hacen largas filas en múltiples oficinas de instituciones públicas y privadas, y algunos también recurren a los medios para opinar, pedir ayuda psicológica, solicitar asesoría legal, o realizar denuncias de todo tipo.

En consecuencia nos inclinamos por la idea de una identidad “citadina” que no se define por una esencia o pureza ciudadana, sino por “el reconocimiento de una diversidad, de una necesaria heteroge-

---

<sup>2</sup> E. Krotz plantea que para el ámbito de la cultura política, este viraje implica metodológicamente “construir el análisis desde el sujeto mismo del proceso político o, como también podría decirse con el afán de evitar la caída en el individualismo metodológico, en el lado subjetivo del proceso político. En ese sentido puede definirse cultura política como el universo simbólico asociado al ejercicio y las estructuras de poder en una sociedad dada”. (R. Winocur, *Culturas políticas a fin de siglo*, FLACSO/PORRÚA [en proceso de edición]).

neidad; mediante una concepción de la 'identidad' que vive con y a través, no a pesar de la diferencia; por hibridismo".<sup>3</sup>

En el caso particular de la relación de los ciudadanos con la radio, y en el marco de reflexión propuesto, es fundamental preguntarse acerca del impacto que tienen los programas de participación en los procesos de construcción de la ciudadanía.

Para dar cuenta de este problema, es necesario plantearse el estudio del tipo de demanda ciudadana que se canaliza a través de los programas de participación. Esto es particularmente importante no tanto por la cantidad de llamadas recibidas, sino porque éstas se instituyen en el argumento fundamental acerca del ciudadano en el discurso del programa. En ese sentido, consideramos que la participación no sólo constituye una característica del formato, sino fundamentalmente una "estrategia" de legitimación de su discurso.

Esta cuestión introduce un conjunto de interrogantes acerca del significado de este tipo de participación en los medios. ¿Hasta qué punto dichos programas pueden considerarse espacios públicos para una adecuada "traducción" y amplificación de las demandas ciudadanas? ¿En qué medida se encuentran vinculados a grupos políticos e intereses económicos específicos y cómo esto afecta sus contenidos y sus estrategias? ¿Contribuyen a producir y difundir modelos de socialización política y comportamientos cívicos? ¿Consiguen ser ámbitos alternativos a las formas tradicionales de mediación entre ciudadanos y poderes públicos? ¿Tienden un puente entre la autoridad y los ciudadanos o más bien fabrican soluciones simbólicas dentro de la misma lógica de construcción del acontecimiento mediático? Y desde la perspectiva de los participantes, ¿qué percepción tienen acerca del programa, de sus locutores y de su función? ¿Cuáles son las motivaciones para acudir al medio? ¿Qué expectativas les genera? ¿Cómo se imaginan la solución de los problemas? ¿Qué papel juega la participación en estos programas con relación al compromiso de los sujetos con las organizaciones y los poderes públicos? Y finalmente, desde el punto de vista de los radioescuchas, ¿en qué medida y de qué forma, el discurso de estos programas impacta la formación de opinión pública? ¿Cómo se apropian de los mensajes mediáticos? ¿Se-

---

<sup>3</sup> Stuart Hall, "Cultural Identity and Cinematic Representation", *Framework*, núm. 36, 1989.

gún que lógicas culturales interpretan, socializan y hacen circular estos contenidos?<sup>4</sup>

### **Las audiencias: ¿receptores o constructores de significados?**

En una encuesta reciente sobre consumo cultural en la ciudad de México,<sup>5</sup> la mayoría de los entrevistados declaró que el lugar donde escuchaban la radio era su casa. En este ámbito, el acto de escuchar la radio se caracteriza porque la atención es selectiva y se mantiene “flotante”. El carácter selectivo no sólo tiene que ver con las segmentación de los gustos sino con la organización del tiempo y las tareas domésticas; y con diversos estados anímicos y dinámicas familiares (Menduni, 1995).

La atención “flotante,” que se manifiesta en una actitud distraída de “escuchar sin escuchar”, o mantener el radio encendido como “música o telón de fondo” se produce a partir de un mecanismo cíclico de retracción-conexión que caracteriza a las prácticas cotidianas en el ámbito doméstico.<sup>6</sup>

Este proceso de recepción en tanto lugar de producción de sentido individual y social, lo entendemos por un lado asociado a dispositivos cognitivos y afectivos (Morley, 1996) y por el otro, a lógicas diferenciadas de apropiación simbólica a partir de distintos capitales culturales (Bourdieu, 1988). Lo cual implica que los radioescuchas, en el proceso de apropiación de los mensajes mediáticos, reconstituyen sus significados y los proyectan sobre los medios a través de diversos mecanismos, como por ejemplo el acto de llamar a la emisora. A su vez, los medios toman estos mensajes, los usufructúan a partir de

<sup>4</sup> En el marco de análisis propuesto se está llevando a cabo un Proyecto CONACYT sobre “Radio y participación ciudadana en la ciudad de México”, coordinado por las autoras en FLACSO, donde además participan en calidad de becarios los estudiantes María Soledad Rojas Rajs y Miguel Ortiz Ulloa de la UAM-X.

<sup>5</sup> Encuesta realizada por el periódico *Reforma*. Véase “Consumo cultural y medios en la ciudad de México”, *Reforma*, 24 de enero de 1996, p. 10C.

<sup>6</sup> Como bien lo explica Certeau, constituyen “un complejo y sutil juego de intercambios y retiradas, de aperturas y cierres, de silencios y explicitaciones, y se presentan como una combinatoria (de variables múltiples), de ‘comunicaciones’ cualitativamente heterogéneas, diversamente estratificadas y mutuamente compensatorias” (Certeau, 1995:140).

una retraducción de sus significados y vuelven a proyectarlos sobre el auditorio.

Según la encuesta ya citada sobre "Consumo cultural y medios en la ciudad de México" (*Reforma*, 1996:10C), el 16% de los radioescuchas ha llamado o participado en alguna forma en la radio. Esta cifra sugiere que no se trata de una opción generalizada, sino válida en ciertos circuitos de ciudadanos. De ahí que el impacto social de la participación sea necesario evaluarlo más en términos de eficacia discursiva y factor de legitimidad en la construcción del acontecimiento mediático —en el sentido de generar la ilusión de un protagonismo y poder efectivo de la audiencia—; que en términos de una alternativa real y generalizada para los ciudadanos.

Una investigación reciente<sup>7</sup> sobre radio y cultura ciudadana en la ciudad de México muestra que la credibilidad de un programa de noticias o de un locutor radial, depende en gran medida de la participación en vivo<sup>8</sup> de los ciudadanos "opinando libremente" sobre cualquier tema. Esta clase de participación genera "garantías" acerca de lo que se está escuchando, y se basa en varios supuestos que en la percepción de los ciudadanos impedirían manipular la información.

En primer lugar la participación del ciudadano común y no sólo de personajes de la política, funcionarios públicos, o especialistas, otorga la confianza de estar escuchando a los pares, a los "que son como uno": "Es el medio en que uno puede expresarse, sale a la luz pública, y es lo bonito que al raso, como dice el Sr. Huerta, que lo tomen a uno en cuenta..." (electricista, 54 años, Sec. incompleta).

La voz del participante, grabada o en vivo, genera la ilusión de transparencia del relato: "...ahorita el radio es el que está llevando un poquito el porcentaje de la veracidad, porque es más: ya se permite participar en algunos programas" (ingeniero petrolero, desempleado, 44 años).

---

<sup>7</sup> Rosalía Winocur: "Radio y cultura ciudadana en la ciudad de México. Informe final de investigación". Programa de Cultura Urbana, Fundación Rockefeller/Depto. Antropología UAM-Iztapalapa.

<sup>8</sup> Es interesante señalar que las cualidades destacadas para el caso de la radio, no se perciben del mismo modo para la televisión. Los informantes manifestaron tener la certeza de que la televisión, mediante distintas argucias, fabrica los acontecimientos, o los deforma, aun los que salen en vivo. Por el contrario, en Estados Unidos el medio que goza de mayor credibilidad es la televisión (Tuchman, 1994), lo cual constituye un elemento más a favor de repensar la recepción de las noticias desde distintas culturas políticas en el marco de situaciones histórico-políticas diferentes.

La importancia asignada a la posibilidad de expresar lo que se piensa, utilizando el lenguaje corriente sin formalismos para expresar sentimientos de enojo y angustia: "...con el señor Paco Huerta puede uno expresar con decencia, pero así con rencor la palabra adecuada para un funcionario, ¿no? [...]" (comerciante ambulante en Tepito, 60 años, primaria), ...sin la intermediación de los comunicadores que pueden, a través de la entonación o la interpretación dadas a las palabras tergiversar el sentido original "de lo que se quiere decir": "se escuchan las voces de los participantes, en todas las demás estaciones uno llama y hay una recepcionista que le toma el recado, a veces se distorsiona, a veces no se entiende" (ama de casa, 53 años, secundaria incompleta)".

En el caso de los noticieros y programas de opinión pública, los participantes se caracterizan porque recurren con frecuencia a la radio o a otros medios para realizar personalmente o por teléfono algún tipo de denuncias, o simplemente expresar una opinión. Esto les ha permitido convertirse en verdaderas estrategias de la participación para decir el discurso más apropiado según el estilo del programa, lo que implica, no sólo que los que participan forman parte de una "especie" de ciudadanos que se han incorporado a los medios como un vehículo eficiente para canalizar sus preocupaciones, sino que en esta práctica han adquirido habilidades para adecuar sus demandas según las exigencias del discurso mediático. Dentro de estas condiciones es pertinente preguntarse en qué sentido esta clase de participación amplía las posibilidades de un uso democrático de los medios, y en qué sentido restringe y condiciona esta posibilidad al estar sometida dentro de las reglas y códigos de los escenarios mediáticos.

Otra característica de los participantes es que utilizan la radio como medio y forma de expresión más a título personal que en representación de una organización. En algunos casos esto fue justificado por sentirse defraudados de su militancia en distintas agrupaciones políticas o gremiales. Pareciera entonces, que la necesidad de llamar no expresa sólo el ejercicio de valores cívicos, sino también la necesidad de ser escuchado y de ejercer un rol protagónico: "Son varios factores [para llamar al programa]: primero porque a esa hora estoy en la casa, porque hay un teléfono, segundo porque me escuchan en ese programa, si no me hubieran escuchado como ha habido

muchos otros adonde he llamado, a veces ni me escuchan, toman el recado y jamás lo pasan" (secretaria, 26 años, preparatoria).

Este aspecto introduce nuevamente la reflexión acerca del sentido de la participación en las sociedades mediatizadas y de sus posibilidades reales de ampliación del espacio público. Si bien es cierto que por una parte los medios representan una oportunidad invaluable para la incorporación en el espacio público de una gran pluralidad de contenidos y códigos procedentes de distintas realidades privadas, locales, comunitarias, y/o regionales; al mismo tiempo la creciente retracción de los ciudadanos al ámbito privado nos obliga a pensar sobre otra dimensión del mismo fenómeno, vinculado a la proliferación de múltiples canales de expresión mediatizada:

cuanto mayores son los medios de expresión, menos cosas se tienen por decir, cuanto se solicita la subjetividad, más anónimo y vacío es el efecto [...] Eso es precisamente el narcisismo, la expresión gratuita, la primacía del acto de comunicación sobre la naturaleza de lo comunicado, la indiferencia por los contenidos, la reabsorción lúdica del sentido, la comunicación sin objetivo, ni público, el emisor convertido en el principal receptor (Lipovetsky, 1986:14).

Por último cabe mencionar que la participación en la radio, particularmente en los noticieros y programas de opinión, dista mucho de ser aquella concebida por las denominadas radios alternativas, libres, comunitarias o populares muy en boga en la década de los setenta y principios de los ochenta. A diferencia de éstas, que apuntaban a la autogestión del proyecto y a la apertura de sus códigos comunicativos, la participación tan generalizada hoy en día se produce en un marco establecido, en el sentido de que el público no tiene injerencia en las condiciones de producción de su discurso.

### **El discurso radial: ¿traducción o resignificación de la participación ciudadana?**

La participación, como una estrategia generalizada prácticamente en todos los géneros radiales, constituye un recurso de legitimidad frente al auditorio, que es particularmente evidente y necesario en



los noticieros y programas de opinión para generar credibilidad. Este recurso es eficiente en la medida en que actúa junto con otros elementos como la consulta en vivo de “expertos” y especialistas de diversos temas, el prestigio personal del conductor basado en una supuesta independencia respecto del sistema político, el uso de datos cuantitativos, la producción del acontecimiento en “vivo” y el testimonio de los protagonistas relatando los hechos y opinando “libremente”, que se refuerzan y retroalimentan mutuamente en la producción de un discurso “veraz”.

Otro fenómeno de retraducción de la participación en la radio, particularmente en los noticieros, es su utilización como fuente para la creación de ciudadanos prototípicos, a partir de “etiquetas” como *auditorio; amigos; radioescuchas, ciudadanos; público; usted; señor o señora; gente; personas; ciudadanía; opinión pública*, etc. Estas denominaciones implican una segmentación de los ciudadanos que reduce la complejidad de las múltiples pertenencias que conforman la identidad de un sujeto a entidades rígidas y homogéneas y no permite visualizar los “cruces” y “fracturas” tanto a nivel de las representaciones como de las prácticas.

Un problema interesante a investigar es si existen conexiones y regularidades entre las “etiquetas” mencionadas y determinadas situaciones, temas, coyunturas y niveles de argumentación del discurso. Por ejemplo, en el caso del reporte de tráfico en hora pico, el ciudadano en su momentánea doble condición de radioescucha y automovilista, será interpelado como: *usted, que transita a la altura de viaducto Tlapan...*; en otras circunstancias será mencionado como *habitante* a propósito de problemas de vivienda, ocupación de predios y uso del suelo; o cómo *opinión pública* en el caso de quejas generalizadas en la prestación de servicios: “Parece ser que ante tantas, tantas, tantas quejas y llamadas de la opinión pública sobre la duración de la verificación, las hora y media, dos horas, tres horas, cuatro horas, cinco horas, parece ser que finalmente como ya lo escuchamos se tomó la determinación de ampliar el plazo...” (Noticiero de la Mañana, 23/2/1996); o como ciudadano cuando aparecen lesionados sus intereses: “nos vamos al asunto del famoso tren elevado, el tren elevado que ha sido toda una historia aquí en la capital mexicana, porque, pues, en un principio no se expuso bien a los ciudadanos, no se les explicó” (“Noticiero de la Mañana”, 20/6/1996).

Otro beneficio de la participación es la utilización por parte de locutores, reporteros y expertos, del testimonio de los ciudadanos como recurso indirecto para expresar contenidos, censuras, críticas o cuestionamientos, sin asumir responsabilidad directa por lo dicho y evitando la acusación en primera persona. Esta operación se monta sobre una doble “complicidad” tácita por una parte con los participantes, que funciona a partir del siguiente pacto de reciprocidad: a cambio de que yo les brinde un espacio para quejarse, ustedes van a decir lo que yo como locutor no puedo decir; y por la otra, con el auditorio sobre la base de generar un sentido de lo “no dicho”:

...Hace un rato nos comentaba un amigo del auditorio lo que le sucedió, un accidente automotriz, pero pues dentro de una escena muy especial.

—Buenos días

—Muy buenos días

—¿Qué fue lo que le ocurrió de manera muy concreta?

—Mire, ayer en la madrugada, a eso de las 12.15 de la noche, circulaba hacia el sur por Calzada del Hueso, cuando delante de mí, se atravesaron unas patrullas así sin decir agua va...

Continúa el relato y al final el conductor realiza el siguiente comentario:

¿Qué tipos, verdad?, bueno, todo esto es producto de la impreparación nacional. No preparamos a la gente, se meten de policías y bueno, pues pobres, no tienen preparación, ¿verdad?, y tampoco tienen muchas veces jefes que les enseñen a proceder o a llevar a cabo acciones... (“Noticiero Popular”, 19/06/96).

El uso del testimonio representa una fuente de legitimación del discurso que permite crear un “sentido de lo no dicho”, que en este caso reside en establecer una crítica genérica al conjunto de las fuerzas de seguridad a partir de un hecho tomado como ejemplar, cuyos orígenes y significados se comparten tácitamente con el auditorio.

Esto constituye una operación de reducción de complejidad que “simplifica” el sentido de un hecho producto de múltiples condicionamientos políticos y sociales, a la impreparación presentada como un rasgo de la identidad nacional.

Finalmente, y sin agotar el listado, una importante retraducción de la participación se realiza a partir de la selección de algunos contenidos y/o la censura de otros en forma explícita o implícita con el objetivo de sostener un supuesto consenso sobre temas que se consideran tabúes o por el contrario sagrados dentro de los valores de la sociedad mexicana. Como nos dijo un conocido locutor:

[...] no hay que meterse con los valores religiosos de la gente, [...] con cosas así que son muy propias del pueblo mexicano, como son sus creencias, sus ritos y sus mitos, el día de muertos, el día de la madre, ¡olvídese! Por más escéptico que sea uno y pragmático como se dice ahora, pues no [...] hay que respetar todo eso, porque la gente se va más por el corazón en México, que por la cabeza, no? (mayo 1996).

Al dar por sentado que existen hechos, prácticas y valores que son de determinada forma y no pueden cambiarse, el discurso mediático contribuye a estereotiparlos y mistificarlos de modo amplificado, reforzando su presencia y su importancia en la sociedad.

Esta operación pone en duda nuevamente la supuesta apertura y pluralidad del discurso radial y de los espacios que brinda para la libre expresión y circulación de ideas contrastantes. Esto significa que aquellos participantes y la porción del auditorio que piensan de manera distinta quedan excluidos del discurso por la vía de la omisión, de la censura o por su condición de minoría, lo cual tiene como consecuencia la producción de un modelo de "participante" y de formas de participar que contribuyen a reproducir los estereotipos acerca del ciudadano ideal, de lo que piensa la mayoría, lo que es de interés común, y además acerca de cómo, cuándo y dónde deben expresarse.

No es cuestión de poner en duda la buena fe de muchos locutores y productores de programas radiales, sino de tratar de entender las lógicas que gobiernan la producción del sentido en el discurso radial y la incorporación en este discurso de la participación del público. Las observaciones realizadas en estas páginas deben ser entendidas como un primer esfuerzo en esta dirección.

*Ciudad de México, septiembre de 1996*

## Bibliografía

- BOURDIEU, P., *La distinción*, Barcelona: Ed. Taurus, 1988.
- CERTEAU, M. *Escritos políticos*, Universidad Iberoamericana, 1995.
- FLORES, CLAUDIO *et al.*, "Radio y participación. Imágenes de una voz pública", tesis de licenciatura, UAM-X, México, 1995.
- KROTZ, E. "La dimensión utópica en la cultura política. Perspectivas antropológicas", en R. Winocur (comp.), *Culturas políticas a fin de siglo*. FLACSO (en proceso de edición).
- LIPOVETSKY, G. *La era del vacío*, Anagrama, Barcelona, 1986.
- MENDUNI, R., *La Radio Negli Anni Ottanta. Fine di un complesso di inferiorità*, Bolonia: Il Mulino, 1995.
- MORLEY, D., *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Amorrortu, Buenos Aires: 1996.
- STUART HALL, "Cultural Identity and Cinematic Representation", mimeo., 36, 1989.
- WINOCUR, Rosalía, "Radio y cultura ciudadana en la ciudad de México". Informe final de investigación. Programa de Cultura Urbana. Fundación Rockefeller/Depto. Antropología UAM-Iztapalapa, 1995.

