



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación

RADIO DE SERVICIO PÚBLICO Y PARTICIPACIÓN CIUDADANA.

**Estudio de caso: programa Ecosol de Radio Educación.  
12 años tejiendo economía solidaria.**

Tesina de licenciatura que para obtener el título de  
licenciada en Ciencias de la Comunicación con orientación en periodismo

Presenta

Miriam Beatriz Djeordjian

Director de tesina: Mtro. Federico del Valle Osorio

Ciudad Universitaria, CD. MX

22 de noviembre de 2021



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **Agradecimientos**

A Héctor Parker Vázquez, por su maestría y empeño permanente en pensar medios de servicio público y una comunicación más democrática.

A Ana Medina, por la cercanía, los mates y la complicidad para crear otros mundos posibles.

A todo el equipo de Ecosol en Radio Educación.

A Laura Collin, Claudia Valadez, Eduardo Martínez, Celina Salvatierra y en ellos a los académicos que desde su trabajo en las universidades sistematizan y comparten saberes más allá de las aulas.

Al movimiento de Economía Solidaria en México, en especial a mis compas de la Comunidad Multitruেকে Mixihuca, por todo lo compartido.

A María Eugenia Marioni, por las búsquedas y las coincidencias.

A mis compas radialistas de Radio Sur y AMARC Argentina, y de Radio Humedales de Chile, y en ellos a quienes se apasionan cotidianamente por hacer posible otras radios.

A mi familia y mi compañera Tamy Imai por el apoyo y el cariño.

A la memoria de mi padre y mi madre.

## ÍNDICE

<b>Introducción .....</b>	<b>1</b>
<b>CAPÍTULO 1. La Radio de Servicio Público .....</b>	<b>5</b>
<b>1.1 La radio pública y su función como servicio público .....</b>	<b>6</b>
1.1.1. Políticas comunicacionales y gestión de medios .....	9
1.1.2. El ecosistema comunicacional en la convergencia digital .....	14
1.1.3. La participación ciudadana en la radio de servicio público .....	19
<b>1.2. Radio de servicio público y ejercicio democrático en México .....</b>	<b>21</b>
1.2.1. Contexto de la radio en América Latina .....	22
1.2.2. La radio en México y su marco legal .....	25
1.2.3. ¿Hay radios de servicio público en México? .....	34
<b>CAPÍTULO 2. Radio Educación: vanguardia radial de los medios públicos ....</b>	<b>38</b>
<b>2.1. Radio Educación en el Ecosistema de las Radios Públicas de México .....</b>	<b>39</b>
2.1.1. 1924-1968: Una radio de gobierno al vaivén de la historia .....	42
2.1.2. De 1968- hasta nuestros días: <i>El oasis del cuadrante</i> .....	44
<b>2.2. Radio Educación y el carácter de servicio público.....</b>	<b>47</b>
2.2.1. Estética e identidad sonora .....	49
2.2.2. Los contenidos de Radio Educación.....	50
2.2.3. Hacia el interior de la institución .....	52
2.2.4. Hacia afuera de la emisora.....	55
<b>2.3 Radio Educación, su audiencia y la participación ciudadana.....</b>	<b>57</b>
<b>CAPÍTULO 3: ECOSOL, más de 12 años de Economía Solidaria en la radio pública .....</b>	<b>60</b>
<b>3.1 Redes de economía solidaria y el surgimiento del programa Ecosol .....</b>	<b>61</b>
3.1.1. Redes, movimiento de economía solidaria y <i>lo público no-estatal</i> .....	62
3.1.2. Concepción del programa.....	65
<b>3.2. Características del programa y análisis de la producción .....</b>	<b>66</b>
3.2.1. La preproducción: coordinación de contenidos y vinculación.....	69
3.2.2. La realización en vivo .....	71
<b>3.3. Vinculación con los radioescuchas: un programa que te lleva a la acción .....</b>	<b>74</b>
3.3.1. Las convivencias .....	75
3.3.2. Tianguis cultural de economía solidaria.....	79
3.3.3. Talleres de Economía Solidaria .....	80
<b>CAPÍTULO 4: Ecosol y la participación ciudadana en la radio pública.....</b>	<b>82</b>

4.1. Breve análisis de las entrevistas .....	82
4.2. Los oyentes hablan.....	83
4.3. Los hilos de la trama pública: lo estatal y lo no-estatal .....	87
<b>A MODO DE CONCLUSIÓN. ....</b>	<b>92</b>
<b>DOCUMENTOS .....</b>	<b>95</b>
a. DOCUMENTOS IMPRESOS.....	95
b. DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS .....	99
<b>ANEXOS.....</b>	<b>105</b>
ANEXO 1: Organigrama de Radio Educación .....	105
ANEXO 2: Gráfico de la Opinión sobre Radio Educación .....	106
ANEXO 3: Detalle de testimonios y entrevistas .....	107
ANEXO 4: Los cuestionarios.....	110

## Introducción

En América Latina, muchos crecimos con la idea que los medios públicos eran “del gobierno”. Lo cierto es que el devenir de gobiernos autoritarios y la discontinuidad democrática en el continente, así como una débil división de poderes, hizo que las funciones estatales efectivamente se confundieran con los lineamientos partidarios de los gobiernos de turno en el Poder Ejecutivo. En este marco, los medios públicos muchas veces sirvieron para fines más proselitistas que de servicio público, o en otras, su lugar quedó intencionalmente opacado por el protagonismo de medios privados afines a gobiernos de turno, o donde su función informativa sirvió, y aún sirve, de blindaje al quehacer político oficialista.

Desde finales del siglo XX, con la presión de los lineamientos neoliberales clamando por reducir la función reguladora de los Estados, la situación de los medios públicos se vio agravada con vaciamiento estructural, reducción de presupuestos y atraso tecnológico. Sin embargo, los debates en torno a la democratización de las comunicaciones se profundizaron aún más con el vertiginoso cambio tecnológico que, si por un lado multiplicó las plataformas de comunicación, y por otro concentró su gestión comercial en un puñado de empresas cuyo único fin es el lucro.

En este escenario, la concepción misma de *lo público* se complejizó hasta cuestionar esta idea naturalizada donde *público* es sinónimo de *estatal*. Frente a esta percepción, desde distintas geografías, se empezaron a oír voces clamando por la integración de la *participación ciudadana* a la ecuación *público-estatal*. En materia de medios, el rol de la radiotelevisión pública se redefinió como contraparte a la concentración de medios comerciales, pero también en el desafío de cómo sumar voces y officiar su función mediadora en el diálogo social. Hoy, a la luz de pandemia provocada por el SARS CoV-2, el rol del Estado vuelve a ponerse en revisión en un contexto más general, y del manejo de la información en particular, lo que será en el tiempo por venir motivo de nuevos análisis que escapan a este trabajo.

En la presente investigación, doy cuenta de un programa radial que ejemplifica el giro anteriormente descrito: *Ecosol*, programa de economía solidaria que se produce y emite por Radio Educación desde octubre del 2007. Señalo aquí, con especial énfasis, la importancia que la radio sigue teniendo en comunidades semi-rurales o rurales, donde no se vive la voracidad del consumo audiovisual que se ve en las zonas urbanas, y donde la escucha acompaña las tareas cotidianas, cambiando quizás la radio analógica por el teléfono celular, pero sin abandonar el medio como tal. Digo esto en defensa de la radio, frente al eterno supuesto de su agonía y pronta muerte, un mito superado porque el entorno digital y la pandemia dieron cuenta de que la voz y la posibilidad de la oralidad, en su componente empático y emotivo, se vuelven centrales para la escucha y la necesidad humana de consumo de relatos multimediales, aunque cambien los soportes hacia radios digitales o *podcast*. Se abren si, nuevos desafíos que demandan, a diferencia de la radio tradicional, otras prácticas de producción, circulación y recepción.

Como fenómeno deseable pero no habitual, *Ecosol* amplía el espacio público a través de la participación de la ciudadanía, no tanto como consumidora de contenidos o por la interacción en redes sociales, sino por la *apropiación del medio como herramienta para consolidar su propio ejercicio ciudadano*. Mi principal objetivo con este trabajo es demostrar el valor que tiene el servicio público audiovisual, y en particular la radio pública, en tanto productores, transmisores y promotores de una programación que contribuye a fortalecer la participación, involucrando a sus radioescuchas en la producción de contenidos. Con más de 12 años al aire, el programa *Ecosol* da a conocer experiencias motivadoras que se hacen realidad en distintas geografías y con diversas actividades, fuera de la lógica del triunfalismo del mercado capitalista. Su contenido se vuelve referente de *bienvivir* para toda una comunidad de oyentes.

En el primer capítulo, *La Radio de Servicio Público en México*, sitúo el papel de la ciudadanía en la construcción de medios *realmente* públicos, despejando el derrotero histórico de su conformación bajo la tutela estatal y su pugna para sobrevivir ante la competencia de los medios comerciales. Para ello,

analizo el contexto en el que los medios de servicio público de Latinoamérica en general y de México en particular dan su batalla contra el vendaval neoliberal que concentró y globalizó la economía. Tomo como referentes de estas reflexiones las investigaciones de Tremblay (1988 y 2014), Pasquali (1991, 2007), Alva de la Selva (1982, 1989), Mastrini (2013), Becerra (2012), Trejo Delabre (2005) y Ortega (2006), entre otros autores, y sobre todo, las conversaciones con el Ing. Héctor Parker, quien sembró en mí, siendo su alumna, las primeras inquietudes sobre las políticas en comunicación. También en este primer capítulo se considera el contexto de convergencia y, ahora, de plataformización como condicionantes de la experiencia democrática en más de un sentido, con el impacto de la migración de tecnologías analógicas hacia las digitales y la convergencia transmediática de plataformas que perpetúan una concentración ya existente.

En el segundo capítulo, *Radio Educación: vanguardia radiofónica en los medios públicos*, presento las características institucionales de Radio Educación medio que, a lo largo de sus 95 años, atravesó todas las etapas políticas del México posrevolucionario hasta la actualidad. Se destaca su vocación explícita de servicio público al reconstruirse desde su segunda fundación integrando contenidos novedosos, de calidad, enraizados con su comunidad, divulgando siempre lo regional con visión federal y dando un lugar protagónico a sus trabajadores y a su audiencia. Entre las fuentes consultadas para este capítulo, se encuentran sistematizaciones que han hecho la misma emisora, Sosa Plata y Rodríguez (2007) y la tesis del Dr. Lenin Martell Gámez (2017).

En el tercer capítulo, *Ecosol: Más de 12 años de Economía Solidaria en la Radio Pública*, analizo el programa como estudio de caso y ejemplo de cómo la radio puede officiar de mediación en el ejercicio ciudadano de un movimiento social joven y en formación. Para dar cuenta de ello, caracterizo el Movimiento de Economía Solidaria en México, para luego analizar la articulación entre el movimiento y la radio a partir la coordinación que existe entre la producción del programa y los diversos actores del mundo de la economía solidaria, así como el proceso mediante el cual el testimonio de una experiencia, trascendiendo lo



anecdótico, se vuelve contenido. Para este capítulo, tomé la entrevista con Ana Medina (2014) sobre las motivaciones que impulsaron la creación del programa, y los aportes teóricos de Euclides Mance, quien define las redes de producción y consumo que conforman la economía solidaria como parte del sector público *no estatal* (Mance:2008, p.33) y de Laura Collin (2012) quien sitúa este movimiento en México como heredero de redes cooperativistas preexistentes.

En el cuarto y último capítulo, *Ecosol y la participación ciudadana*, expongo la vocación dialógica del programa en tanto propiciador de la participación de su audiencia en espacios de economía solidaria. A través del análisis de testimonios recogidos entre 2011 y 2019, indago, en términos cualitativos, los matices de pequeños y grandes cambios del estilo de vida que han experimentado algunos oyentes del programa *a la luz de escucharlo*. En la recolección de estos testimonios, procuré cubrir un rango diverso de edades y ocupaciones para abarcar la diversidad de radioescuchas que tiene el mismo. Con muchos de los entrevistados hemos compartido espacios o coincidido en actividades y ferias, sin embargo, las entrevistas particulares fueron realizadas mediante dos cuestionarios de preguntas cerradas y abiertas, en una primera ocasión en 2013 (Anexo 3-a) y en una segunda ocasión en 2016 (Anexo 3-b), donde se han revelado intimidades de sus procesos personales de gran riqueza, que rescato en *La voz de los oyentes*. Tanto en las entrevistas a Héctor Parker, Ana Medina, como los testimonios y entrevistas recogidos de los oyentes, la transcripción de sus palabras se expone con letras cursivas para reforzar su valor. Retomo la invitación que hace Martell Gámez en su tesis sobre la radio pública con el caso de Radio Educación (2017, p.337), y con ella al legado de Jesús Martín Barbero a que se hagan más investigaciones de casos sobre la radio de servicio público desde una perspectiva atenta a la subjetividad, como un modo de abandonar la especulación teórica y traer el estudio de sus realizaciones hacia el centro del interés comunicacional. Acaso este sea un granito de arena para sumar a una línea de investigación en la cual, aún, queda mucho por andar.

## **CAPÍTULO 1. La Radio de Servicio Público en México**

Desde la aparición de la imprenta, el desarrollo de los medios de comunicación masiva ha estado en el centro de las sociedades modernas articulando la expresión de la opinión pública como una *característica de la vida democrática*. Se entenderá aquí a los medios de comunicación masiva como aquellos cuyos productos tienen la característica de estar disponibles para una pluralidad de destinatarios, como plantea Thompson (1998) y no exclusivamente por su alcance cuantitativo (p.44). La opinión pública de la ciudadanía en el ejercicio de su libertad para expresarse y participar según los intereses del quehacer común se sirve hoy de estos medios como los periódicos y revistas, radio y televisión –incluyendo redes sociales– conformados en espacio público. A decir de Habermas (1996),

La idea de espacio público designa un territorio de nuestra vida social donde puede formarse algo así como una *opinión pública*. Por lo general, todos los ciudadanos pueden tener acceso a este territorio. Una parte del espacio público se constituye con cada conversación entre individuos, cuando abandonan su vida privada y se interesan por cosas comunes, es decir, públicas. (...) Los periódicos y las revistas, la radio y la televisión son ahora los medios del espacio público.

El concepto de espacio público, a su vez, tiene significados complejos que exceden este trabajo. Se tomará aquí el sentido utilizado por Ortega (2006, p.40) al trabajar los medios públicos, donde define el espacio público como “la esfera intermedia entre sociedad civil y el Estado que mantiene una relación con lo político pero que no se agota en lo gubernamental. Es una esfera en la que la sociedad mantiene relaciones con el Estado y el Estado con la esfera de lo público.” A lo largo de este capítulo se indagará la conceptualización y funciones de la radio de servicio público en el ecosistema comunicacional de México y su potencialidad para fortalecer la democracia si logra legitimarse con la participación ciudadana.

## **1.1 La radio pública y su función como servicio público**

La radio pública, y de manera extensiva también a la televisión, ha tenido propósitos y funciones cambiantes en diferentes épocas y lugares, vinculada siempre a dar información general, analizar lo político, brindar entretenimiento, cultura y difundir el quehacer de lo público, ligada a la concepción dominante del Estado en cada coyuntura. Desde comienzos del siglo XXI, el Consejo Mundial de Radio y Televisión, dependiente de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), buscó propiciar reflexiones en torno al horizonte de los medios públicos, sin intervenciones comerciales ni de gobierno, pensándolos con capacidad de garantizar el pluralismo, la diversidad, la independencia editorial, gestionados con transparencia y un financiamiento acorde para cumplir su función (Unesco, 2001, p.31).

Dando seguimiento a los lineamientos para crear instrumentos de análisis como los Indicadores de Desarrollo Mediático, Unesco destina un apartado donde se afirma que:

Los medios de servicio público (MSPs) se fundamentan en la suposición de que el mercado no puede satisfacer todas las necesidades mediáticas de una nación. La característica que define los MSPs es que sean protegidos de la interferencia, en particular de carácter comercial y político, respecto a su gobernabilidad, presupuesto y toma de decisiones editoriales (UNESCO, 2008, p.37).

Existen, sin embargo, condicionamientos sociopolíticos que, por la falta de cultura en el ejercicio democrático y la corrupción enquistada en la función pública, llevan esta aspiración al choque con una realidad muy diferente. Los medios públicos terminan siendo terrenos de disputa ideológica cambiantes al ritmo de los cambios de gobierno, o asfixiados presupuestalmente con la intención de beneficiarse en el blindaje mediático que el poder corporativo de medios comerciales da al poder político en pos de beneficios recíprocos. A pesar de ello, los medios públicos también, cuando logran ser públicos de acuerdo a un ideal, en el sentido de la definición que antecede a este párrafo, habilitan imaginarios potentes donde compartir diferentes puntos de vista y obtener información, educación y

entretenimiento.

Pensar en medios públicos, conlleva revisar el rol del Estado y sus modos de ver y vincularse con la ciudadanía. La radiodifusión depende del espectro radioeléctrico para su transmisión, misma que es en sí un recurso natural de carácter limitado según quedó definido por la Unión Internacional de Telecomunicaciones (García Leiva, 2013, p.71)<sup>1</sup>. En el caso de México, está caracterizado como *bien inalienable e imprescriptible de la Nación* (Constitución Política de los Estados Unidos de México, art. 27) y por lo tanto la habilitación para su uso depende del Estado. A diferencia de otros bienes con el mismo carácter, su gestión, desde las reformas constitucionales de 2013, ya no está a cargo del Poder Ejecutivo sino de un *organismo autónomo*, como se verá más adelante.

Más allá del país, los Estados tienen un primer *rol técnico-administrativo* que es otorgar permisos y concesiones en la utilización de frecuencias y regular sus respectivas potencias; y tienen un segundo *rol de carácter político*, central para garantizar activamente el derecho a la información, la comunicación y la libre expresión, teniendo “*el interés público* como principio rector de la regulación de los medios de comunicación” como sostienen Loreti y Lozano (2012, p.54) para quienes su importancia radica “en su contribución potencial a la gobernabilidad, el fortalecimiento de las instituciones democráticas y el desarrollo económico y social”. Por tanto, el Estado tiene así un *rol técnico*, en tanto ordenador del espectro radioeléctrico de cada país, pero sobretodo *político* en tanto garante del interés público y el derecho a la información.

Sin embargo, cuando se piensan en los servicios públicos como derechos adquiridos por los ciudadanos que el Estado debe garantizar, los derechos vinculados a la comunicación y la información no suelen considerarse como tales. Mastrini (2013) entiende que en Latinoamérica

los medios de comunicación y en particular los servicios de comunicación audiovisual no aparecen, ni conceptual ni prácticamente, involucrados al derecho ciudadano de contar con medios públicos que representen al conjunto de la sociedad (...) y no se ha sabido/podido construir un vínculo con la ciudadanía que permita que los medios públicos sean concebidos como una alternativa válida para la difusión de información de calidad, de

programas que respondan a la diversidad cultural de nuestros países, y generen ficciones que se vinculen con las identidades presentes en nuestras regiones (p.111).

Existen excepciones y matices en esta afirmación, que en el presente estudio de caso se presentarán. De todos modos, está planteada la pregunta: ¿Para qué sirven los medios públicos? La función de los medios públicos puede definirse según objetivos tendientes al interés general, pero lo cierto es que su función varía de acuerdo al contexto del ecosistema infocomunicacional y las condiciones socio políticas locales. Es por ello que en las tensiones que templan su definición, algunas reflexiones guardan más reparos con el poder que ejerce el mercado y otros con la intervención gubernamental, pero en ambos casos se consideran a los medios públicos como un *contrapeso*: al interés de lucro y la disputa de audiencia tras el *rating* que vende, por un lado; o al uso gubernamental que abusa del poder en su gestión confundiendo el carácter público con intereses partidarios o solo estatales, por otro.

La gestión de los medios en América Latina ha tenido, desde sus inicios y a diferencia de otros continentes, una marcada tendencia privada en gran medida influenciada por la dependencia tecnológica con Estados Unidos, por lo que se ha consolidado bajo la hegemonía de unas pocas corporaciones transnacionales o incluso nacionales. Becerra y Waisbord (2015) afirman que, “al contrario de lo que ha pasado con otras regiones del mundo, en América Latina, los medios, en la mayoría de los casos, nacieron privados y, en gran medida, continúan siéndolo” (p.7). En este marco Raúl Trejo Delabre (2005) conceptualiza como *mediocracia* al poder de los medios comerciales *por encima de instituciones políticas y del interés de la sociedad* y define a los medios públicos como “contrapesos a la influencia y el poder, que en algunos países alcanza una imperiosa prepotencia de los consorcios de la comunicación privada” (p.10) de tal modo que el servicio audiovisual quede garantizado aún en las zonas más rezagadas, aunque esto pueda no ser rentable en términos económicos, pero redundante en una utilidad social.

Otros señalamientos más atentos a la intervención gubernamental y la pobreza de contenidos que de ella deriva, considera necesario redefinir lo público. Es el caso de Jesús Martín Barbero (2012), quien en su conferencia magistral dada en la 9na.

Bienal Internacional de Radio titulada “La radio hoy: reencuentros con lo público y reconversión digital de las oralidades culturales” reflexionó sobre cómo recuperar legitimidad como medios públicos, y afirmó que “no existe espacio público si solo hay Estado” porque “tiene que estar la homogeneidad del Estado y la heterogeneidad social y cultural de la sociedad”. Finalmente, en la tónica propuesta por la UNESCO, la de aquellos argumentos que más allá del contrapeso a uno y otro definen la función de los medios públicos por su *carácter de servicio público*, como Antonio Pasquali (2007) quien lo definió como “un servicio que la sociedad se presta a sí misma sin intermediación de empresas privadas con fines lucrativos ni instancias gubernamentales que buscan beneficios ideológico-políticos” (p.149).

Cuando la audiencia se sabe destinataria de las producciones de un medio público por su carácter de *ciudadanos*, ni por ser clientes ni por ser electores, da cuenta de su ciudadanía en el reconocimiento de los otros, en el diálogo y la escucha, en la explicitación de disensos y el ejercicio de los consensos. Esa ciudadanía heterogénea se sabe respetada y parte, y puede entonces tomar un rol activo en la retroalimentación con el medio a manera de monitoreo cotidiano de la producción de contenidos (Winocur, 2007).

Se verá a continuación cómo los cambios político-económicos y los tecnológicos que tuvieron lugar desde finales de los ochenta estuvieron vinculados al advenimiento del neoliberalismo. Traducido en políticas públicas implicó la reducción del Estado en la gestión de lo público, la privatización de empresas, la desregulación de los mercados y la concentración de grandes medios en detrimento de la pluralidad de voces, especialmente en América Latina. Simultáneamente, la revolución tecnológica que atravesó el sector de las comunicaciones, dejó obsoleto el concepto de radiodifusión, reacomodando el conjunto del ecosistema mediático, y en particular a los medios públicos. Y finalmente, se expondrá una reflexión sobre la participación ciudadana y la mediación de la radio para ello.

### **1.1.1. Políticas comunicacionales y gestión de medios**

A partir del trabajo de Bernardette Califano (2018) se presenta una historización de

las políticas comunicacionales que es a su vez una relectura latinoamericana del trabajo de Van Cuilemburg, J. y McQuail, D. (2003), enriquecido con aportes de las tesis de licenciatura (1997) y doctoral (2017) de Lenin Martell Gámez quien aborda los actuales debates sobre la radio de servicio público y las experiencias dentro del mismo imaginario conceptual del interés público, como el modelo estadounidense del *public utility* o utilidad pública, frente al avance desregulacionista impuesto por el poder corporativo desde la década de los ochenta. A partir de este contexto histórico de políticas comunicacionales se situará en América Latina el resbaladizo concepto de *medios públicos atentos a su función como servicio público*, templado tras años de tensiones, debates, ideales y prácticas en el continente, y su particularidad en México.

Según Van Cuilemburg y McQuail, existen tres fases paradigmáticas en el desarrollo de las políticas comunicacionales: una primera que se remonta a inicios del siglo XIX y se extiende hasta la Segunda Guerra Mundial; una segunda fase a la que se define por sus política de servicio público y se desarrolla durante la Guerra Fría (1945-1980); y una tercera fase iniciada desde mediados de los ochenta, con el impacto del neoliberalismo, sus políticas de desregulación y el libre comercio a la par de la aceleración de cambios tecnológicos que trajeron la revolución digital.

Desde la *primera fase*, donde emerge la industria mediática, ya se insinuaron dos modos contrapuestos para la gestión política de las comunicaciones: con el telégrafo primero y luego con la radiofonía y la televisión: mientras en Europa, principalmente Gran Bretaña y Alemania, se nacionalizó el servicio de telégrafo quedando como un *monopolio* estatal, en Estados Unidos, la Dirección General de Correos, por falta de presupuesto para su desarrollo, decidió entregarlo a *manos privadas*. Al llegar la telegrafía “sin hilos”, como se denominó la radiodifusión en sus inicios, estas concepciones en la gestión se mantuvieron, aunque por ser el espectro radioeléctrico *un bien de dominio público*, justificó la intervención del Estado con decretos regulatorios o por lo menos debates sobre la necesidad de regulaciones que ordenen las frecuencias (Pierre y Tusdeq, p. 17).

La radiodifusión en Europa tuvo regulación legal desde su inicio, con el monopolio de la administración estatal. La *BBC* representa, junto con *Radio France* y la *Deustch Welle*, el modelo de la radiodifusión europea de *servicio público* según

Lewis y Booth (1992, p.91-105), sin afán de lucro se buscaba convertir a las masas “incultas” con cierto sentido evangelizador, desde el *control unificado* del estado para evitar presiones sectoriales y ampliar el servicio a toda la población, sabiendo desde un lugar erudito *lo que el público necesita*. Así, las potencias coloniales como el Reino Unido, Francia, Holanda también vieron en la radiodifusión la posibilidad de “crear a partir de las grandes estaciones emisoras una red que uniera la metrópolis con el resto del mundo” (Pierre y Tusdeq, p. 17). También tempranamente se crearon “corporaciones públicas, financiadas por la aplicación de un *canon* a los propietarios de aparatos receptores y/o por los aportes voluntarios de los oyentes” (Califano, 2018, p.137).

De manera contraria, en Estados Unidos para 1918 el *boom* de la radio volvió caótica la lucha por el espectro entre amateurs y emisoras patrocinadas por la industria, de tal modo que superponían sus transmisiones y elevaban cada vez más sus potencias (Lewis y Booth, 1992, pp. 66-67). En ese contexto una idea transformó el medio radial cuando en 1922, la *Queenboro Corporation* pagó 50 dólares por 10 minutos de transmisión a una emisora de Nueva York, en la que promocionaba la venta de departamentos. Los artistas y músicos, que hasta el momento trabajaban gratis, pusieron valor a su tiempo de actuación, y al mismo tiempo la ambición por los posibles ingresos que la publicidad podía traer desató una disputa feroz entre la *American Telephone and Telegraph* (ATT) y la *Radio Corporation of America* (RCA) dos corporaciones aún activas en el rubro. Lo mismo sucedió con las transmisiones deportivas y el uso para propaganda electoral cuando en 1923, el republicano Warren G. Harding fue el primer presidente que emitió un discurso radiofónico de carácter político iniciando una vertiente de la comunicación política que abriría el uso de este medio para fines electorales. Aunque el presidente Wilson visualizó tempranamente la necesidad de un marco legal para esta nueva y expansiva actividad, la presión de los oligopolios de la incipiente industria del *brodcasting* y la venta floreciente de publicidad, se encargaron de postergarlo hasta 1927, cuando finalmente se plasmó el *Decreto de Radio*. Este dejaba la gestión en *manos privadas* con un mínimo control en las concesiones a cargo de una Comisión Federal de Radio que tardíamente se dio a la tarea de vigilar las potencias y garantizar el control de las emisiones para evitar los cambios en las frecuencias asignadas y



ordenar paulatinamente el caos reinante.

La *segunda fase* se da en el marco de la Guerra Fría. Coincide con la concepción keynesiana de Estado-Benefactor activo garante del acceso igualitario a los servicios básicos como la salud, la educación y también el uso de estos medios. Esta fase se caracterizó por “perseguir consideraciones normativas y sociopolíticas -antes que tecnológicas o de estrategias nacionales-, y por la búsqueda de una coherencia y estabilidad en pos de objetivos derivados de las necesidades de las democracias de masas” (Califano, p.137). En Europa fue prioridad la universalidad del servicio en todo el territorio, con una programación que priorizara los intereses de las distintas poblaciones promoviendo la cultural nacional, y cediendo al Estado las transmisiones cuando así se requiriera. En esta fase, la noción de servicio público se vincula a la gestión monopólica del Estado, sin mayores contrapesos. Este concepto, más político que administrativo, evolucionará con el cambio de coyuntura global en las décadas siguientes.

En Estados Unidos, por su parte, la intervención de la Comisión Americana sobre Libertad de Prensa de 1947 estableció por primera vez un vínculo entre la libertad de prensa y la responsabilidad social, sugiriendo la intervención del gobierno para garantizar la calidad de las noticias y la información en caso de ser necesario, promoviendo límites por empresa para el uso de las licencias de radiodifusión desalentando las grandes corporaciones. No obstante, el organismo regulador pasó a quedar cooptado desde un principio por la industria que regulaba. Sin embargo, en 1965, la llamada Comisión Carnegie, sentó las bases desde el Congreso para crear un sistema de radiodifusión pública, mismo que dio nacimiento en 1967 a la *Corporation of Public Television* (CPT) y en 1970 a la *Corporation of Public Broadcasting* (CPB). Según Martell Gámez (1997) desde entonces y a pesar de las resistencias políticas de los republicanos, la base de la radiodifusión pública en Estados Unidos ha consolidado una estructura socioeconómica que le da sostén y la participación de la sociedad civil en la radio, de modo tal que “ha logrado integrar el servicio público a un proyecto de nación” (Martell Gámez, 1997, p.96) con el aporte activo de las universidades y diversos actores sociales logrando autonomía editorial, gran legitimidad, un discurso alternativo al hegemónico y sostenido con un modelo financiero mixto.

La *tercera fase* histórica en materia de políticas comunicacionales inicia a mediados de los ochenta y coincide con el cuestionamiento al intervencionismo del Estado de Bienestar y el auge neoliberal que guía la lógica comercial y tecnológica. Esta fase, mantiene elementos normativos, pero menos apoyada que la anterior en elementos democráticos. Como lo señala Tremblay (2014),

en los años 80, como bien se sabe, llegaron al poder varios gobiernos conservadores, liderados a nivel internacional por Margaret Thatcher y Ronald Reagan, consagrando la hegemonía del neoliberalismo según la escuela de Chicago. Atacaron el Estado de bienestar en todas sus manifestaciones. Iniciaron movimientos de desregulación, o mejor dicho de re-regulación, intentando definir un nuevo marco reglamentario idóneo con los intereses de los grupos privados dominantes (p.3).

Nuevos actores ajenos al sector de la radiodifusión, pero fuertemente vinculados al sector financiero, irrumpieron en la propiedad de los medios con capacidad de presionar al poder político. Se conformaron así nuevos sectores oligopólicos vinculados a las nuevas tecnologías, como lo describe Sinclair (1999, citado por Califano 2018, p.139) “predominando pactos informales entre gobiernos y estos nuevos empresarios con beneficios recíprocos: los gobiernos facilitan la expansión de los mercados a cambio de que los empresarios brinden legitimidad y blindaje al sistema político”. Esta reciprocidad entre el poder corporativo creciente y la adecuación de políticas comunicacionales a la medida del mercado reconfiguró el lugar de los medios públicos, muy especialmente en América Latina, reduciendo los presupuestos del sistema público audiovisual y trocando abruptamente el *interés general* por el *interés del mercado*.

La tan elogiada autorregulación escondió la operación central de esta fase: el reemplazo de la regulación estatal por nuevos organismos transnacionales contruidos a la medida de las corporaciones, redactores los nuevos andamiajes legales para tener un sistema regulatorio que proteja sus intereses. (Mastrini, Charras de, Fariña, 2011).

Este reemplazo, se materializa principalmente con la creación de la Organización Mundial de Comercio (OMC) en 1995. En su página web, se presenta a sí mismo como “una Organización para liberalizar el comercio. Es un foro para

que los gobiernos negocien acuerdos comerciales. Es un lugar para que resuelvan sus diferencias comerciales”. La OMC será la encargada de legitimar globalmente los debates del Foro de Davos, devenido en 1987 en Foro Económico Mundial, el cual en su web oficial se autodefine como la organización internacional para la cooperación público-privada, es decir, la cocina de la gobernanza mundial e impulso de los incipientes Tratados de Libre Comercio (TLCs) que en el caso de México fue pionero con la firma del Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCN) vigente desde 1994.

Como hemos visto hasta aquí, diferentes objetivos han moldeado diferentes tipos de medios: aquellos que responden a la lógica del mercado, concebidas como empresas y con la finalidad de generar ganancias con la venta de espacios publicitarios, y concibiendo el espacio público como una pantalla mercantil; y otros cuyo fin es social, cultural, en muchos casos gestados por iniciativas comunitarias o ciudadanas y en otros por iniciativa estatal, mismas que en líneas generales pueden nombrarse de distinto modo: servicio público de radiodifusión, misión de servicio público, mandato de servicio público, emisoras de servicio público o simplemente medios públicos. En todos los casos estos medios se diferencian de las emisoras comerciales cuyo fin es el lucro y su propiedad es privada, por ser su propósito final de carácter cultural y social, y su propiedad pública o social. Aunque su función sea de servicio público nos referiremos a estos como medios públicos.

### **1.1.2. El ecosistema comunicacional en la convergencia digital**

Las metáforas ecológicas para describir el carácter orgánico de las interacciones mediáticas entre usuarios, medios-plataformas-interfaces y contenidos, surgen con el espíritu de su época en la década de 1970. El concepto de ecosistema mediático, en tanto ambiente que combina la estructura y su contenido con el impacto sobre los usuarios construyendo realidad, fue planteado por primera vez en el campo disciplinar de la comunicación por McLuhan. Este ambiente o entorno sensorial, este *medium*, en el que nos movemos con cierta reciprocidad orgánica conforma un *sistema* y “su ecología está totalmente volcada hacia las percepciones de los

sujetos: los humanos modelamos los instrumentos de comunicación, pero, al mismo tiempo, ellos nos remodelan” (Scolari, 2010). Postman (1970, citado por Scolari, 2010, p. 23-24) entendió que al pensar el estudio de los medios como *ambientes* el cambio tecnológico no es *aditivo*, sino *ecológico* porque la llegada de un nuevo medio *lo cambia todo*, por lo tanto “un ambiente es un sistema de mensajes complejos que impone a los humanos ciertas formas de pensar, sentir y comportarse” (p.24).

La convergencia digital, según el investigador argentino Martín Becerra (2003) surge con la migración de las tecnologías analógicas hacia las digitales que permitió homogeneizar la recepción de un mismo contenido audiovisual en distintos soportes, confluyendo las telecomunicaciones, la informática y lo audiovisual con la prensa escrita y la edición. Permite “imbricación de tecnologías, cultura y tradiciones de producción y procesamiento informativo, y distribución de las diferentes actividades infocomunicacionales” (p.22); pero aunque es inicialmente tecnológica también trae cambios en el mundo laboral y en “escenarios relacionados con las culturas de producción, las formas de organización, las rutinas de trabajo, los circuitos de distribución y las lógicas de consumo de bienes y servicios infocomunicacionales” (p.23).

La convergencia trastoca la producción, circulación y consumo de los productos culturales, dando lugar a lo que se definió como *cultura transmedia* en la que un relato se expande por distintos canales o plataformas e interactúa y evoluciona con su público en resultantes que superan al relato original (Jenkins, Ford y Green, 2015, p.13). El usuario o la audiencia, abandona su rol pasivo como mero receptor para transformarse en interactuante con el contenido, siendo consumidor y a su vez productor, o *prosumidor* (*prosumer* en inglés) como lo acuñó Alvin Toffler al contraer *productor* y *consumidor* en su libro *The Third Wave* (La tercera ola, 1981) refiriéndose a los procesos productivos previos a la revolución industrial y augurando que se volvería al prosumo en el futuro. Sobre este concepto, pero en un contexto más amplio que el de la comunicación, se volverá en el tercer capítulo al hablar de economía solidaria y las nuevas redes de consumo.

En este escenario de plataformas convergentes, el concepto de radiodifusión *queda obsoleto*, ya que entre las varias plataformas por las que acceder a los

contenidos audiovisuales se suman las mediadas por internet. Los nuevos marcos legales hablan de *teleradiodifusión* en el abordaje de la convergencia tecnológica, de *servicios audiovisuales o infocomunicacionales* para hablar de los contenidos y el ecosistema ya no es solo mediático sino *comunicacional* o incluso *infocomunicacional*.

La sincronía de la convergencia tecnológica con el neoliberalismo y sus andamiajes señalados anteriormente, confluyen para el nacimiento de una tecnología concentrada desde sus inicios en pocas corporaciones, entre ellas las conocidas por su acrónimo como GAFAM: *Google, Amazone, Facebook y Apple*, a las que se han sumado *Microsoft* y los emporios chinos de *Tencent* y *Alibaba*. Según Esteban Mangnani (2018) en su nota de Página12, estas empresas tienden a la marcada concentración monopólica, la evasión fiscal y la competencia desleal amparadas en su carácter transnacional y el vacío regulatorio para su funcionamiento. La concentración de las GAFAM está en franca contradicción con las declamaciones de competencia y libertad que justificaron el retroceso de la regulación estatal en el sector comunicacional, dejan al descubierto una lógica paradójica: “más libertad” implica más concentración, y no mejor competencia. A su vez estas mismas empresas concentradas vienen demostrando un dudoso manejo con la privacidad de datos personales, a los que transformaron en nueva mercancía que alimenta a las secuencias de cálculos masivos, conocidos como algoritmos, cuya centralidad va quedando al descubierto tanto en la publicidad comercial como en la propaganda política, de tal manera que se ha desplazado *la dictadura del rating* por la *dictadura del algoritmo*.

Tim Wu, padre del concepto de la *neutralidad en la red* planteado en 2003, defiende el principio de no discriminación del tráfico de datos en Internet, que consiste, como lo resume Jorge Bravo (2019), en que

los proveedores de servicios de Internet (PSI) traten el tráfico de datos por igual, sin discriminar y sin cobrar al usuario de manera diferente según el contenido, página web, plataforma, aplicación, tipo de equipamiento utilizado para el acceso o modo de comunicación.

Wu, en entrevista con Elman (2019) durante su visita por Buenos Aires, advierte

que quien concentra el poder “utiliza la red para desinformar y pone en riesgo la misma idea de democracia” además de llamar la atención sobre tres puntos: la consolidación de unas pocas compañías con mucho poder como Facebook (y su fusión con *Whatsapp* e *Instagram*), *Google*, *Twitter*, *Youtube*, mismas a las que debería considerarse como medios de comunicación; el auge de desinformación política, encarnada por las *fake news* o noticias falsas; y derivada de esta última, la “sensación de que la democracia en sí misma está siendo amenazada en varios países”. Tal y como se había planteado anteriormente, la misma tensión existente entre el Estado y el mercado se continúa hoy con los debates en torno a la regulación de las redes, los límites en la injerencia de los gobiernos en torno a la libertad de expresión y, al mismo tiempo las alarmas sobre la concentración de empresas que controlan los datos que circulan, transformados hoy en mercancías al punto que, opina el autor, “la batalla por el futuro de los negocios se va a definir por los datos, la atención y agregaría la conveniencia”. Además, considera importante el acceso de la ciudadanía a un buen periodismo basado en hechos, certero e independiente para el ejercicio democrático, ya que de eso depende la toma de decisiones. Atento a las mentiras que rondan los procesos electorales, advierte que la democracia misma “está luchando hoy por su vida”.

En este contexto de concentración en la propiedad de las plataformas y los medios, la función de los medios públicos en el ecosistema comunicacional convergente y concentrado se define, ante todo, por su carácter político y su función social, atendiendo los rezagos que impiden acceder a un servicio audiovisual y comunicacional de calidad en regiones menos rentables para el interés comercial, pero también para preservar las identidades y culturas locales frente al *huracán globalizador* y afrontar colectivamente qué medios públicos necesitamos.

En algún momento, la ampliación de frecuencias que trajo la migración de lo analógico a lo digital, abonó la idea que, en la abundancia, es decir, al dejar de ser un recurso escaso, ya no sería importante la regulación. Tremblay, advertía ya en 1988, que “aunque sea posible una multiplicación de las frecuencias -y hoy agregamos de plataformas- su número será siempre limitado, y el Estado debe intervenir para distribuir las en la forma que mejor convenga al *interés general*”, ya

que “existen razones sociales y culturales que no pueden abandonarse a la iniciativa privada y al puro juego de las leyes de mercado”, e insiste en la necesidad de pensar, incluso, un régimen jurídico especial. Esto aplica también para la concentración de las redes.

En este nuevo escenario, surgen entonces nuevos desafíos para los medios públicos: ¿Cómo se garantiza la pluralidad, la libertad de expresión y el acceso a la información con la actual concentración del ecosistema infocomunicacional? ¿Cómo garantiza el Estado el acceso a la red y así a los flujos de circulación? ¿Cómo se establecen prioridades presupuestales en un contexto de endeudamiento y recortes para hacer las adecuaciones que permitan seguir el ritmo vertiginoso de los cambios tecnológicos? ¿Y cómo controlar a la autoridad competente de su regulación sin que sea censor de contenidos del gobierno de turno?

No hay respuestas que funcionen universalmente. Cada región, y aún cada estado va entretejiendo con mayor o menor poder de decisión las adecuaciones legales al ritmo tecnológico de esta convergencia y de los entramados políticos y económicos que condicionan los escenarios regionales y nacionales. Europa, con cierta homogeneidad y tal como venía siendo su política comunicacional en el siglo XX, ha ido tomando su tiempo para adecuar los cambios, liberar concesiones privadas, gestionar modos de financiación a través de un *canon*, venta de producciones y contenidos, ajustes legales y reparos en el manejo de datos personales. Estados Unidos continúa su política de desregulación experimental y legalidad tardía condicionada por las corporaciones, coexistiendo con una corporación pública que en cincuenta años ha dado un poco de aire a su ecosistema mediático. En las últimas décadas, América Latina ha tenido experiencias heterogéneas y novedosas, con procesos más o menos exitosos, pero aún vulnerables a los cambios de gobierno y las concentraciones corporativas. Aun así, merecerán una mención más detallada en el segundo apartado de este capítulo, a fin de conformar el contexto del ecosistema comunicacional de México en el continente.

Pero antes, retomando la posición de Martín Barbero (1987) sobre la necesaria heterogeneidad social para concebir lo público, se analizará la participación ciudadana en la conformación del espacio público no estatal, fundamental en la

construcción de legitimidad de los medios públicos.

### **1.1.3. La participación ciudadana en la radio de servicio público**

En una democracia representativa donde los poderes constitucionales cumplen su función sin interferencias y con respeto entre las instituciones, la salud social se expresa también ampliando el espacio público hacia una democracia donde las organizaciones sociales activas intervienen en las decisiones comunitarias sin censuras ni autocensuras. Atento a las limitaciones que pueden existir en las grandes ciudades para una *democracia directa* efectiva, Thompson retoma el concepto de democracia *deliberativa* (1998, p.327-331), en donde los medios juegan un papel importante en la *circulación* de información y puntos de vista. El mismo autor, entiende por democracia deliberativa a aquella en la que:

(...) se trata a todos los individuos como agentes autónomos capaces de formar juicios razonados a través de la asimilación de *información y diferentes puntos de vista*, y que institucionaliza una variedad de mecanismos para incorporar los juicios individuales a un *proceso* de toma de decisión colectivo (Thompson, 1998, p.327)

De tal modo, la legitimidad de las decisiones emerge del proceso de compartir puntos de vista, criterios, experiencias. En el mismo sentido, Serrano (2006, citado por Martell Gámez, 2017, p.113) define la participación que se promueve desde un medio como “una saludable reacción que intenta restablecer la acción del sujeto en la construcción y desarrollo de los procesos históricos” porque representan formas de “*reconstrucción social y ciudadana*”.

Centrado en cómo los modos ciudadanos intervienen con un propósito narrativo para convertirse en *productores de resistencias creativas*, Rincón (2019) ve necesario:

pasar del consumidor al ciudadano para la política, trabajar por la autoestima social y las identidades culturales; promover visibilidades, accesos y reconocimientos nuevos. El asunto es dejar los discursos y buscar las historias inscritas en cada sujeto, territorio, memoria, tradición, concepto o



realidad. Hay que incorporar los silencios y los modos de narrar de los sujetos que cuentan (Rincón, 2019, p.156).

Desde mediados del siglo XX, el crecimiento acelerado de las ciudades nos trae como humanidad una situación novedosa: más de la mitad de la población mundial se encuentra hacinada en las megalópolis, y el espacio público se ha transformado de tal modo que la participación y los debates en torno a *lo común* encuentran su mediación en los medios de comunicación y las redes sociales. Las identidades colectivas y el reconocimiento del/de la otro/a y, por lo tanto, la noción misma de ciudadanía, se redefinen dinámicamente (Winocur, 2007).

En el siglo pasado, la radio, la televisión y el cine construyeron el sentimiento nacional y con él un horizonte cultural común, estos mismos medios hoy, como analiza Martín Barbero configuran su disolución al instalar la homogenización global de una “multiculturalidad que hace estallar los referentes tradicionales de identidad” (Martín Barbero, 1999, p.47).

Tanto en su configuración como en su disolución el rol de los medios ha servido para reconfigurar las mediaciones de la representatividad social, con nuevos escenarios en los que la ciudadanía se vuelve parte “de la trama de los discursos y de la acción política misma” porque el medio ya “no se limita a transmitir o traducir representaciones existentes (...) sino que ha entrado a construir una escena fundamental de la vida pública” (Martín Barbero, 1999, p.50).

El desarrollo de los movimientos sociales y la proliferación de diversos grupos que batallan por el reconocimiento de sus intereses y la legitimación de sus demandas están llevando a revisar qué se entiende por *ciudadanía*, no sólo respecto a la igualdad de posibilidades sino también en el derecho a ser diferente. García Canclini (1995), describe los matices de esta redefinición de ciudadanía trascendiendo lo abstracto y estático de lo jurídico, en el entendido que “los derechos importan como algo que se construye y cambia en relación con prácticas y discursos” (p.20).

Por un lado, el concepto de ciudadanía hoy *no asegura derechos y puede volverse restrictivo*, incluso con tintes xenofóbicos, en un mundo donde las poblaciones se desplazan de las zonas rurales a las urbes, y hacia los países centrales desde los países empobrecidos (Appadurai, 1996 citado por Winocur,

2007). Por lo mismo, la ciudadanía deja de ser *universal* ya que se vive de distintos modos según los grupos sociales: migrantes sospechados de ilegalidad, indígenas que, aunque originarios del territorio, han permanecido exiliados del espacio público y la gestión política; y las mujeres que han sido *extranjeras*, por siglos, de la civilidad política (Young, 1996). Esta complejidad acaba con el *ideal de ciudadano* y pugna por ampliar el espacio público. A su vez, el nuevo rol activo de la ciudadanía, es decir “las personas en su interacción cotidiana” generando y cuidando vínculos sociales, está “anclada en la localidad y en las relaciones más próximas” según Lechner (2000, p.31) porque logra que la política resida no solo en las instituciones formales sino en su *ciudadanización*, desplazando el interés del sistema político en sí hacia *la trama de la convivencia social* deviniendo en una relación circular entre política y sociedad, entre el ejercicio activo de la ciudadanía y la calidad de vida social. Lechner (2000) lo resume como la *ciudadanización de la política*.

Los medios y las redes, en tanto mediaciones indispensables de este proceso ciudadano, conforman un juego dialéctico que, según Rosalía Winocur (2007), les permite legitimar su actuación a los medios al mismo tiempo que visibiliza las reflexiones y demandas de movimientos y organizaciones. Así,

Los medios han contribuido notablemente para que la noción de ciudadanía haya dejado de ser un concepto abstracto, restringido al ejercicio de deberes y derechos políticos dentro de una nación, y se haya vuelto una designación popular, polisémica e instrumental. (Winocur, 2007)

Resta ahora que la participación se haga efectiva dando lugar al ejercicio cotidiano de deliberación y opinión de las audiencias conscientes de su rol activo como ciudadanos, y transitando, como sugiere Martín Barbero (1987) de los medios a las mediaciones, tanto para enriquecer la producción de los contenidos como para democratizar la gestión institucional.

## **1.2. Radio de servicio público y ejercicio democrático en México**

Para entender las condiciones y los desafíos de los medios públicos en México, se analizarán el desarrollo de la concentración de medios y las condiciones de

dependencia tecnológica y estados ausentes del continente. Ya en este contexto, se presentan las particularidades del caso mexicano y sus debates actuales sobre el papel de los medios públicos y la brecha eterna entre la aspiración y lo fáctico.

### **1.2.1. Contexto de la radio en América Latina**

Los servicios de radiodifusión en el continente tuvieron desde sus inicios una marcada influencia norteamericana, tanto en el abastecimiento material y de servicios tecnológicos, como en la expansión del modelo de gestión comercial, al tiempo que los estados se limitaron mayormente al ordenamiento de frecuencias, manejo de licencias y asuntos técnicos y “con una participación marginal como emisor y productor de mensajes” (Califano 2018, p.139). A la presión de las cadenas comerciales en el diseño del marco legal, se le sumaron las directivas para la región desde los organismos internacionales.

En sociedades tan desiguales en su estructura y con altos niveles de exclusión como las de América Latina resulta difícil imaginar el ejercicio igualitario y democrático de la comunicación, más aún cuando los medios con afán de lucro invocan la libertad de expresión y el interés público para garantizar su propia hegemonía e influencia en el poder político, mientras que, en los hechos, su hegemonía es la principal censora de esta libertad y de cualquier proceso de consolidación democrática. Como lo expresan Becerra y Mastrini (2019)

Si es verdad que la pluralidad y diversidad de medios en el ecosistema comunicativo es fundamental para la ampliación de la libertad de expresión y, luego, para el fortalecimiento democrático, sigue que la concentración de la propiedad en este ecosistema (monopolios y oligopolios, por ejemplo) son un problema para la libertad de expresión y luego para la democracia. (Becerra y Mastrini, 2019, p.6)

Para situar el origen de los debates en torno a la gestión, las regulaciones y explicar la proliferación y concentración de medios comerciales en el continente, debemos remontarnos a 1945, cuando se crea la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR) que agrupa al “*broadcasting* privado de las tres Américas” a la asociación

conformada por los radios comerciales y las grandes cadenas de radios, como denominó el comunicador chileno Raúl Aicardi (1981, p.151). En un documento histórico de 1948 que rescatan Sosa Plata y Rodríguez (2007), *Las 12 bases*, la AIR demandaba “libertad de expresión plena, otorgamiento de concesiones por tiempo ilimitado, trato fiscal privilegiado, ausencia de competencia publicitaria por parte de las emisoras del Estado y el considerar la radiodifusión como una actividad de *interés público* y no de *servicio público*” (p.261). La distancia entre *interés* y *servicio* tienen consecuencias en la concepción de la administración pública. Toda una disputa de sentido en una palabra que, insertada en las leyes de regulación, determina el carácter de la actividad radiofónica y la incidencia con que la administración pública puede o no regularla. Estas demandas del sector privado se plasmaron en mayor o menor medida en numerosas leyes de países como Argentina, Brasil, Cuba, Guatemala y más tardíamente en México como se verá más ampliamente al tratar el marco legal de la radio mexicana.

Promediando el siglo XX y con este contexto de fuerzas, irrumpe un nuevo medio que modifica el ecosistema comunicacional: la televisión. En América Latina, el nuevo medio llega de la mano de las tres grandes cadenas norteamericanas: la *American Broadcasting Company* (ABC), la *National Broadcasting Company* (NBC) y la *Columbia Broadcasting System* (CBS). El “desembarco” se hizo a través de *los tres imperios radiofónicos*: el de Emilio Azcárraga Vidaurreta, dueño de Televisa en México, el de Jaime Yankelevich en Argentina y el de Goar Mestre en Cuba (Aicardi, 1981) y a los que cabe agregar otros dos: el grupo Cisneros en Venezuela y la familia Marinho del grupo *O Globo* en Brasil. Mastrini y Becerra (2001) caracterizan el poder mediático del continente en sus orígenes como un *patriarcado artesanal* anclado “en estructuras familiares con figuras patriarcales fuertes” (p.198). En América Latina, durante esta fase, diversos golpes de Estado dieron lugar a gobiernos que aseguraron el poder mediático de estas cadenas, con regulaciones tardías y medios públicos que operaron muchas veces como voz de los gobiernos de facto.

Para finales de los 80, la administración de Reagan había logrado desbaratar en Estados Unidos mismo la aplicación de las leyes antimonopólicas o *antitrust*, de tal modo que estas cadenas comunicacionales se concentraron aún más. Con la globalización de los mercados, Internet tiene un lugar central por lo que lleva a

pensar, como plantean Becerra y Mastrini (2019) “hasta qué punto la defensa de la competencia sigue siendo un asunto de Estados nacionales, y en qué medida estos están capacitados para lidiar con empresas desterritorializadas que operan en el mercado global” (p.19). Existen dudas sobre cómo instrumentar regulaciones antimonopólicas a nivel mundial, siendo tema de debate en varios organismos internacionales como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos (OCDE) o la misma UNESCO. Por ahora, sigue siendo tarea de los estados democratizar su ecosistema comunicacional robusteciendo sus medios públicos y garantizando el ejercicio de medios ciudadanos.

Iniciando el siglo XXI, el giro progresista llega en el continente: en Argentina con la presidencia de Néstor Kirchner y Cristina Fernández (2002-2014), en Brasil con Lula Da Silva (2003-2010) y Dilma Rousseff (2011-2016), en Uruguay con José Mujica (2010-2015), en Paraguay con Fernando Lugo (2008-2014), en Bolivia con Evo Morales (2006-2019), en Ecuador con Rafael Correa (2007-2017) y en Venezuela con Hugo Chávez (1999-2013). Este giro trajo nuevas experiencias y reflexiones en materia de medios, dando lugar a diversas voces y contenidos innovadores que refrescaron los medios públicos y recuperaron prioridades hacia un uso más social, aunque no por eso menos gubernamental. Tal es el caso de *Telesur* en 2005 con el 51% de capital Venezolano complementado con aportes de otros países latinoamericanos; en Argentina con la creación en 2009 de *Radio y Televisión Sociedad del Estado* y la apertura del acceso digital a nuevos canales culturales como *Canal Encuentro* (Linares, 2017); la descentralización de la señal estatal en Colombia fortaleciendo 8 señales regionales y 102 canales comunitarios; las mejoras de *Televisión Nacional* en Chile en 2005 y 2006 o la creación de *TV Brasil* en 2007, televisión pública de cobertura en todo el país.

Con las nuevas experiencias en el continente, se presentaron paradojas que en los debates ideales sobre cómo deben ser los medios públicos no se daban, suscitándose nuevos interrogantes. Al respecto los autores del libro *Cajas mágicas, el renacimiento de la televisión pública en América Latina* (Becerra et al. 2012, p.59-60) se hacen preguntas para seguir pensando los desafíos de los medios públicos en el continente frente a nuevas exigencias en la gestión, con la transparencia, el equilibrio político que logre contemplar diferentes intereses:

¿Cómo pueden los medios públicos soslayar la influencia de los intereses comerciales si tienen como clientes a las empresas que colocan en ellos su publicidad? (...) ¿qué puede suceder cuando los parlamentos están configurados con mayorías abrumadoras de una misma fuerza política? O, al contrario, ¿cómo encontrar el equilibrio cuando en los órganos de control de los medios hay una pluralidad demasiado grande de posiciones políticas?

Pero también respecto al rol de los medios públicos en el fomento de la identidad nacional y el cómo respetar las identidades de las minorías se cuestionan:

¿Qué criterio debe seguirse para dar voz a las minorías nacionales? ¿El criterio de población? ¿El criterio de la lengua? Si ha de ofrecerse contenido «popular», ¿cómo definir lo que es popular? ¿Son populares las manifestaciones culturales ancestrales por muy minoritarias que sean?

En síntesis, los autores concluyen en que no hay respuestas cerradas y que, tal vez, convenga establecer buenos y malos ejemplos de prácticas en lugar de seguir aspirando a ensayar un listado de características ideales de los medios públicos.

Pero en todos los casos las reflexiones giran en torno a: la transparencia, la autonomía, el financiamiento, la apropiación ciudadana de los medios para lograr audiencias nutridas y la redacción de un marco legal que permita democratizar las comunicaciones con reglas claras para todos los actores del ecosistema.

### **1.2.2. La radio en México y su marco legal**

En este apartado, se esboza un acercamiento general a la radio en México, sus tensiones, los principales elementos del marco legal y su evolución desde la centralidad que detentó el Poder Ejecutivo en la aplicación de las políticas, hasta las modificaciones logradas en la última década.

Como ya se vio en el contexto de América Latina, también en México la radiodifusión se expandió bajo el modelo comercial, a pesar de haber tenido en sus inicios un lugar especial en la atención del gobierno posrevolucionario. Sin embargo, la radio que surge en la posrevolución está mayormente tutelada por corporaciones extranjeras, y como lo señala Alva de la Selva, “adoptando el modelo yanqui, con

auspicios de grandes consorcios y cadenas norteamericanas con fuertes intereses en el mercado de la radiofonía” (Alva de la Selva, 1982, p.10)

Esto era en parte, porque evitaba hacer inversiones en un tiempo de reestructuración institucional. Jurídicamente la concentración de emisoras y la discrecionalidad para asignar las concesiones tuvo como contraparte la subordinación de estas empresas al gobierno, con la consecuente autocensura y el predominio del entretenimiento como línea editorial. La Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926, por ejemplo, condicionaba las noticias que podían transmitirse, otorgando, a cambio, concesiones de hasta 50 años desde el gobierno (Sosa y Rodríguez, 2007, p.259).

De las 17 emisoras que existían en 1927 sólo 2 eran de carácter cultural o servicio público: la concedida a la Secretaría de Educación Pública y la de la Secretaría de Gobernación. En 1920 Álvaro Obregón se propuso tempranamente impulsar la radiodifusión cultural desde el gobierno de México al crear la Secretaría de Educación Pública (SEP) y desde allí ocupar la radio para promover el apoyo a la docencia. En las Memorias de la SEP (1933, vol. II: 875) que cita Roldán Vera (2009), queda plasmada su apuesta visionaria: “La radio es un instrumento esencialmente educativo. Con él puede realizarse la más profunda revolución, sobre todo en pueblos de escasos maestros y de penuria espiritual”. En el segundo capítulo, se analizará detalladamente la evolución puntual de esta radio como referente de un importante quehacer de la radio cultural y no comercial.

En los años siguientes, el entusiasmo inicial de la radio pública quedó atrapado por fines propagandísticos gubernamentales, tal y como estuvo la radio en los tiempos cardenistas, bajo el control del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAAP) (León López, 2004, p. 51), al tiempo que se desarrollaron rápidamente las radios comerciales.

En 1929 nacen las empresas de Emilio Azcárraga Vidaurreta, iniciando una dinastía mediática continuada con su hijo, Emilio “El tigre” Azcárraga Milmo, y su nieto, Emilio Azcárraga Jean, el dueño principal de Televisa en la actualidad. Con su empresa *México Music Co.*, Azcárraga Vidaurreta quedó vinculado a las filiales de la *Radio Corporation of America* (RCA) y la NBC ya mencionada, con quienes fundó en 1930 la estación XEW *La voz de América Latina*, la primer gran estación

comercial del país, y con la disquera *Columbia Broadcasting System (CBS)*, a quien afilia a la XEQ, la histórica radio musical de AM de la Ciudad de México. Además, logró hábilmente controlar el desarrollo radiofónico en el país al ser importador casi monopolístico de radiopartes y refacción de trasmisores, en su casi totalidad de origen estadounidense. Aunque el desarrollo radiofónico también se impulsa en otros centros como Ciudad Juárez; Veracruz y Monterrey como señala Fernández Christlieb, F. (1991, p.37), hábilmente Azcárraga los captó, afiliando a la mayoría de sus promotores en *Radio Programas de México*.

En la radio comercial mexicana, el papel de Azcárraga Vidaurreta fue central, así como su hegemonía ejercida desde la capital del país, en el sistema Radiópolis, consolidando vínculos comerciales con grandes empresas norteamericanas, así como con el poder político local. Su casamiento con Laura Milmo Hickman, nieta de un banquero que supo expandir negocios financieros en la frontera entre Estados Unidos y México, coadyuvó en sus tratativas binacionales. Su hijo “el tigre” Azcárraga Milmo, quien tempranamente se involucra en el manejo comercial de las empresas mediáticas, hereda esta hegemonía al morir su padre en 1972, con la inminente concentración televisiva en la empresa Televisión Vía Satélite más conocida por su acrónimo, TeleViSa. Junto a las empresas, se hizo también acreedor de los vínculos comerciales y políticos, y también de una fortuna consolidada que supo mantener y actualizar.

Los medios masivos en México fueron pioneros en su desarrollo, pero han tenido tempranamente un condicionamiento de su marco legal, más sujeto a los requerimientos empresariales con leyes inadecuadas y tardías respecto a su avance tecnológico. Las regulaciones de 1931 y 1935 aunaron en la Secretaría de Comunicación y Transportes todo lo referido a vialidades, ferrocarril, aeronáutica, correo postal, telegrafía y radio, permaneciendo dependiente del Poder Ejecutivo por 80 años más. En lo relativo a la radiodifusión, estas leyes habilitaron el uso del 10% del tiempo para anuncios comerciales, pagando al fisco un bajo impuesto. También comienza a implementarse el tiempo para anuncios de gobierno.

Azcárraga, quien en 1920 importaba radio partes, impulsa en 1942 la Cámara de la Industria Radiofónica (CIR), devenida en la actual Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), y al mismo tiempo creó uno de los imperios



radiofónicos comerciales más grandes del continente al concentrar el manejo de radios del interior, rompiendo con la armonía existente hasta el momento entre los diversos empresarios de la radio. Martínez Medellín (1989) asegura que, en 1943, “el 90% del sistema radiofónico nacional ya se hallaba en el Distrito Federal y en ciudades del norte” sin que la Secretaría de Comunicación y Transporte interviniera en la concentración. (1989, p.23)

El Estado mexicano durante la Segunda Guerra Mundial fue favorable a la industria privada, con facilidades fiscales, infraestructura o por medio de sus campañas publicitarias de manera que, dieron a Emilio Azcárraga las bases para asentar el control en el área mediática sumado a sus sociedades con las grandes corporaciones de la radio norteamericana, tanto de la radio como de la incipiente industria televisiva.

Aunque México comparte el derrotero del continente en lo que refiere a la inestabilidad de sus políticas, la corrupción y la hegemonía de los medios comerciales dictando las leyes, el surgimiento de las elites mediáticas no nació al amparo de gobiernos autoritarios o dictaduras, no al menos como las dictaduras militares características del sur y centro América. Como señala el informe del Observatorio de propiedades de medios o *Media Ownership Monitor* (MOM) para México (2019),

(...) el surgimiento de los magnates de la comunicación nació, creció y se desarrolló durante la hegemonía del Partido Revolucionario Institucional (PRI), que se asentó en el poder de manera ininterrumpida desde 1929 y hasta 2000. Aunque había elecciones, fueron 79 años de “dictadura perfecta”, como señaló el escritor peruano Mario Vargas Llosa, resumiendo un sentir popular.

Al respecto cabe destacar que el alcance masivo de este medio de comunicación se puso al servicio tanto de las políticas de gobierno, como de la estructura partidaria de Partido Revolucionario Institucional a manera de plataforma para ideologizar a las masas, consolidando un estatismo partidario en el período pos-revolucionario y a lo largo de resta del siglo XX. La interdependencia del PRI con el imperio mediático llevó a Emilio “El tigre” Azcárraga Milmo a definirse como *un soldado del PRI*, aunque en el dicho popular se dice que, *más que un soldado, era “un general de*

*cuatro estrellas*”.

A pesar de la hegemonía de los medios comerciales, existieron paralelamente diversas experiencias radiales ligadas al interés social, de carácter universitario y de servicio público. Mientras la radio comercial se volvía un buen negocio de entretenimiento, la radio pública se limitó a contenidos tendientes hacia la *instrucción cívica y moral y el fervor patriótico*. (León López, F. 2004, 75-77)

En tiempos de la Guerra Fría, en 1960, se sanciona la Ley Federal de Radio y Televisión que rigió por varias décadas, hasta el 2013, aunque con toda la ambigüedad que conlleva una ley sin su regulación correspondiente: falta de regulación en las tarifas publicitarias, discriminación selectiva para los anunciantes, concesiones de hasta 30 años prorrogables, entre otros beneficios. Pero en el espíritu de la ley la actividad de la radiodifusión no quedó consagrada como “servicio público” sino de “interés público” como lo perfiló el sector empresarial del continente antes mencionado. Además, la ley en su artículo 13°, facultaba al Poder Ejecutivo a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, regular el otorgamiento de las licencias según “la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole” (Ley Federal de Radio y Televisión publicada el martes 19 de enero de 1960 en el Diario Oficial de la Federación, a Tomo CCXXXVIII. No. 15, Artículo 13). De tal modo que, citando a la ley “en el caso de las estaciones comerciales la ley otorga concesiones, y en el caso de las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios”, sólo requerían permiso, teniendo así dos figuras jurídicas con distintos requerimientos legales.

La ley explicitó las garantías a la libertad de expresión, consagrada ya en el artículo 6° de la Constitución Nacional, aunque la Secretaría de Gobernación, a través de la Dirección General de Radio, Televisión y Cine de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, ofició como órgano de control de los contenidos y fácticamente, también de las políticas en la materia. En los hechos, la autocensura siguió siendo la norma. (Sosa y Rodríguez, 2007, p-262-264).

La relación de los medios comerciales con el poder político fue amable hasta la

presidencia de Gustavo Díaz Ordaz, quien, en 1968, tras de la masacre de Tlateloco y la realización de las Olimpiadas, impuso sin una causa justificada un impuesto del 25% sobre los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales, es decir, a los medios comerciales, afectando a la publicidad de radio y televisión que las empresas debían pagar (Sosa y Rodríguez, 2007, p.259). Tras las protestas de los empresarios, el gobierno ofreció condonar ese pago por un intercambio del 12,5% del tiempo diario de trasmisión, constituyendo el llamado “tiempo fiscal”.

En 1983, durante la presidencia de Miguel de Lamadrid, se crea el Instituto Mexicano de Radio (IMER) con 17 radios federales y el Sistema Nacional de Noticias que se transmite, desde entonces, en todas sus emisoras. Esta fue una gestión de gobierno que dio presencia al Estado en la materia, pero con ella concluyó una etapa ya que, en los años siguientes, llegarían las políticas neoliberales durante la presidencia de Carlos Salinas de Gortari entre 1988 y 1994, una etapa caracterizada por el achicamiento del Estado, las privatizaciones (principalmente del Instituto Mexicano de la Televisión, licitando los canales 7 y 13 y el servicio de telefonía), y la liberalización de las comunicaciones a partir de compromisos internacionales.

México suscribió el Tratado de Libre Comercio de América del Norte (TLCN) con Canadá y Estados Unidos de América en diciembre de 1993 y al Acuerdo General sobre el Comercio de Servicios (AGCS) de la OMC al año siguiente. Clara Luz Álvarez (2007) plantea que, con las reformas de Salinas de Gortari desde 1989, se privatizó Teléfonos de México (Telmex) y los medios públicos existentes, federales y estatales sufrieron recortes presupuestales y reformas estructurales. Se suma al tratado, la opinión del Banco Mundial alentando la privatización de las telecomunicaciones en los países en desarrollo, para permitir la llegada de inversiones, proceso que significó la pérdida de control gubernamental para diseñar políticas nacionales de comunicación que beneficien a toda la sociedad. Muy por el contrario, los alcances del TLCN en materia telecomunicacional, según evalúa Carmen Gómez Mont (2000), que, si bien fue el principal vector para el despegue tecnológico en la materia y el crecimiento del sector informático y comunicacional fue más significativo que el resto de la economía mexicana, los beneficios fueron

para el capital y el proceso de privatización de servicios, pero este crecimiento no se reflejó en el trabajo ni en la dimensión social. Y concluye que como resultado:

hubo un crecimiento económico concentrado y con un impacto negativo en la cadena productiva local al ser los insumos tecnológicos del sector comunicacional de procedencia extranjera, no contribuyendo a la restauración de la industria y generación de riqueza con trabajo mexicano (Gómez Mont 2000).

Como en muchos países, también en México hubo una respuesta organizada a las políticas neoliberales, y que, en materia de comunicaciones, se plasmó con la constitución de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, conocida como *La Red*, y hoy como *Red México*, constituida en 2005 como Asociación Civil. En su web declara que “Fue creada ante la necesidad de propiciar la articulación y la colaboración común ante todos los sistemas de radio y televisión de servicio público del país”. Esta Red Nacional, así como académicos, trabajadores y referentes de la sociedad civil, conformaron una voz potente en los debates en la “Mesa de diálogo para la revisión integral de la legislación de medios electrónicos” para las reformas a las Leyes de Radio y Televisión, y de Telecomunicaciones durante la presidencia de Vicente Fox.

Traicionando los acuerdos alcanzados en la mesa de diálogo, la propuesta presidencial, apoyada con desprolijos manejos legislativos, terminaron plasmando la llamada “Ley Televisa” en 2005, nombrada así por el tendencioso favoritismo hacia las presiones ejercidas desde los medios comerciales representados por el duopolio del grupo Televisa y el grupo Azteca del empresario Ricardo Salinas Pliego, principal favorecido durante las privatizaciones del presidente Salinas de Gortari. La expresión de la sociedad y sus anhelos de democratizar las comunicaciones quedaron afuera, bajo un nuevo marco legal para las telecomunicaciones, desregulado en plena convergencia tecnológica y con una impronta inconstitucional al no garantizar los derechos allí consagrados. Esteinou y Alva de la Selva (2009, entienden que “La aprobación de la *ley Televisa* fue la expresión más acabada del proyecto neoliberal aplicado por los monopolios de la radiodifusión y de las telecomunicaciones”. (p.17)

La traición de los acuerdos consensuados y la consolidación de una

propuesta ciudadana diversa, activaron respuestas con amparos por inconstitucionalidad presentados por 47 senadores ante la Corte Suprema de Justicia de la Nación, pero también, profundizaron la reflexión sobre los caminos hacia la democratización de las comunicaciones. Como lo señala Carmen Patricia Ortega (2009)

por primera vez, medios estatales como Canal 11, Canal 22, Radio Educación, la Red de Televisoras y Radiodifusoras Educativas y Culturales y el Instituto Mexicano de la Radio tuvieron una participación pública destacada en la revisión de sus propias funciones, así como en el debate sobre las condiciones del marco jurídico. (p. 385)

La sentencia de la Corte, sentó precedentes en la defensa de los artículos 6 y 7 constitucionales, con un saldo favorable que dejó la profundización en debates que hasta ese momento no estaban clarificados, dejando un movimiento por la democratización de las comunicaciones más fortalecido.

Las reformas constitucionales de Junio de 2013, alcanzaron modificaciones en materia de medios y comunicaciones, entre las que destacan: a) el artículo 6 con una modificación sustancial que incluyó el *carácter de servicio público de interés general* en lo que refiere a telecomunicaciones y radiodifusión; b) aggiornando el alcance del artículo 7 sobre la prohibición del secuestro de los bienes utilizados para la difusión de información u opinión que refería solo a la imprenta, con una actualización general que refiere a “cualquier medio de difusión” por la cual se haga; y c) el artículo 27 constitucional, en lo referido a la autoridad que administra las concesiones del bien inalienable que es el espectro radioeléctrico, que estuvo hasta el momento en manos del Poder Ejecutivo queda, con la modificación, en manos de un organismo autónomo, el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

El 2014, Peña Nieto presentó un proyecto de ley, conocido como “Ley Peña Televisa” que es rechazada por el Frente por la Comunicación Democrática bajo la consigna *No más poder al poder*, el cual a través de la Asociación Mexicana por el Derecho a la Información (AMEDI) contrapropuso otro proyecto sin la intervención de la Secretaría de Gobernación ni privilegios para las concesionarias de medios comerciales. Por el contrario, el proyecto de la ciudadanía incluyó mecanismos para fortalecer los medios públicos, indígenas, comunitarios y ciudadanos, y procurando

autonomía del gobierno para los organismos reguladores.

Las dos leyes que abarcaban la normatividad vinculada a los medios de comunicación electrónicos, es decir, la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 y la Ley Federal de Telecomunicaciones fueron finalmente derogadas en julio de 2014, al sancionarse la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. La misma preserva las atribuciones del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ya creado en 2013 y sanciona la ley que crea el Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano (SPR) en 2014, reconvirtiendo y ampliando el Organismo Promotor de Medios Audiovisuales (OPMA) creado en 2010.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) se creó en 2013, heredando las competencias de la Comisión Federal de Telecomunicaciones (CoFeTel), dependiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. El IFT, por fuera de las secretarías del Poder Ejecutivo, es un órgano regulador de carácter público gubernamental, pero con autonomía constitucional y de decisión propia de forma colegiada, encargado de ser el árbitro y garante de los derechos plasmados por la Ley Federal de Telecomunicaciones en su nacimiento, y desde 2014 de la nueva Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. El IFT, en página oficial (<http://www.ift.org.mx>), se define como un organismo *autónomo*, encargado de la supervisión del uso y las prestaciones de servicios vinculados a “la radiodifusión y las telecomunicaciones tanto en lo referido a licencias y uso, como de garantizar la competencia con un uso racional y eficiente evitando la concentración y el oligopolio de operadores”.

El SPR, por su parte, es un organismo *descentralizado* del Estado mexicano, que alberga formalmente a los medios de servicio público como contrapeso a los gigantes medios comerciales y los servicios audiovisuales en general. El propósito de este organismo es “asegurar el acceso de más personas, a una mayor oferta de contenidos plurales y diversos de radio y televisión digital”, según la información de su página oficial.

El carácter de *autónomo* y colegiado de uno y *descentralizado* del segundo, resultan un paso anhelado tras años de lucha por la democratización del ecosistema infocomunicacional, desconcentrando estas funciones que históricamente

estuvieron en manos del Poder Ejecutivo, en particular de la Secretaría de Gobernación a través de la Subsecretaría de Normatividad de Medios. Este nuevo marco legal, es resultado de la articulación por la democratización de los medios, consolidada en los inicios del milenio, con la participación activa de distintas organizaciones civiles.

### **1.2.3. ¿Hay radios de servicio público en México?**

El nuevo marco legal para los medios públicos se propone garantizar un contenido programático con pluralidad política, cultural y social, promoviendo la educación, valores democráticos, servicio social, información veraz y objetiva, así como participación ciudadana. Sin embargo, para que cada una de estas palabras no quede en buenas intenciones este espíritu de la ley debe hacerse cotidiano, con decisiones políticas y sostén material.

En líneas generales, Raúl Trejo Delabre (2005) resume tres necesidades básicas que los medios de propensión pública tienen que resolver:

a) *financiamiento suficiente*, donde la mayor parte de los recursos sean aportes públicos que retornan a su comunidad en servicio de información y productos audiovisuales, devolviendo una imagen panorámica del paisaje común y posibilitando el fortalecimiento del tejido social;

b) *autonomía funcional en la gestión*, para dejar afuera cualquier pretensión de confundir el servicio público con la propaganda que alague al gobernante de turno, es decir a través de empresas u órganos desconcentrados, que en lo posible tengan directorios con miembros rotativos, cuyo mandato no coincida con los tiempos de rotación gubernamental; y

c) *vinculación con la sociedad*, donde trabajadores y ciudadanía tengan participación, de manera directa en su interacción cotidiana y a través de consejos y defensorías.

A su vez Trejo Delabre advierte que las emisoras deben tener sus códigos de ética, sus consejos ciudadanos y defensorías del público de tal modo de garantizar su vinculación con la audiencia para que la *rentabilidad sea social* y contemple una

*proyección de largo plazo.*

Jenaro Villamil periodista gráfico y actual presidente del SPR, se expresó en diversas entrevistas concedidas tras su asunción atento a compartir los desafíos que encuentra para su mandato. En *Línea directa*, entrevista realizada por Ezra Shabot el 14 de abril de 2019 por Canal 11, visualizó como prioridad *desintoxicar la comunicación política*, mientras que en *Contraseñas*, en la entrevista cedida a Sabina Bergman el 25 de febrero de 2019 por Canal 22, remarcó la importancia de *separar el poder mediático del político por la salud de los dos*, señalando que por mucho tiempo, la propaganda y los anuncios del estado fugaron dinero del sistema público al tercerizarlo con empresas privadas; esto puede corregirse con producciones realizadas en los propios medios públicos, de tal modo que haya una reinyección de dinero al propio sistema. Villamil también entiende que con un presupuesto limitado *igual* se pueden hacer contenidos de calidad, *como de hecho se hizo siempre*, a condición de que haya compromiso y creatividad, más humor, más música y literatura y menos violencia teniendo como horizonte que los medios públicos *lleguen a ser un faro* entre los medios, según compartió con Ricardo Raphael en su programa radial en Radio Centro, el 9 de octubre de 2019. Sin embargo, y en disidencia con naturalizar la precarización de los medios públicos, urge corregir los presupuestos que se asignan al sector si se quiere tener adecuaciones tecnológicas, capacitar trabajadores, lograr producciones locales y alcanzar una cobertura más amplia y democrática.

Urge además afinar los debates y llenar los vacíos legales que aún existen en la ley. En la consideración del investigador Israel Lay Arellano (2019) quedan aún definiciones y debates pendientes en torno a la libertad de expresión y la democratización del ecosistema mediático, porque queda aún pendiente “definir adecuadamente lo que es un medio público, sus funciones, mecanismos claros de financiamiento, y de paso hacer lo mismo con los medios indígenas y comunitarios.” Respecto a la neutralidad de la red, la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión prevé en los artículos 145 y 146 los 7 criterios a considerar a fin de garantizarla y faculta al IFT, aunque sin plazos, al dictamen de los lineamientos. Para ello, desde diciembre de 2019 hasta mediados de 2020, se abrió una consulta, que finalizó con un foro virtual, siendo un tema en debate recogido en distintos



materiales disponibles en la página oficial del IFT.

Sigue vigente el señalamiento que años atrás hiciera la investigadora y docente Delia Crovi sobre la importancia de *descentralizar y regionalizar los medios*, y en especial la radio por sus bajos costos de producción y un mejor dominio del lenguaje y técnica, para volverla vehículo de cultura local en un país polifacético como México con necesidades tan diversas (Crovi, 1989, p.261).

La concentración del ecosistema infocomunicacional y la producción de contenidos en las zonas metropolitanas intentaron equilibrarse con la creación de los sistemas estatales de radio y televisión, que buscaban una mejor distribución para coadyuvar al desarrollo local, al fortalecimiento de la cultura y el tejido social, con la producción de contenidos que reflejen las realidades locales. Según Parker (1992) la descentralización de los sistemas estatales y la autonomía de cada estado favoreció la adopción de estructuras organizativas diferentes: algunos lo hicieron como organismos gubernamentales permisionados, otros como instituto de radio y televisión; otros optaron por una o varias empresas paraestatales permisionadas o concesionadas, pero en todos los casos con finalidad de servicio público (p.17). Este proceso de descentralización se detuvo y, en muchos casos, dio marcha atrás con las políticas neoliberales.

La regionalización tiene su contraparte complementaria en la federalización de contenidos de los medios de alcance nacional, de tal modo de fortalecer la diversidad, dando cuenta de otras realidades y culturas presentes en el país y el continente, y no solo la cultura urbana hegemónica de las metrópolis.

A todo lo ya dicho, la audiencia debe ser el punto de partida y su motivación en la producción de contenidos de los medios de servicio público. Según compartió Héctor Parker Vázquez (2014) es deseable que las producciones logren dar información oportuna, motivadora, ordenada, clara, accesible a una amplia audiencia; puedan dar información con sensibilidad, pensándola como un panorama de lo que hay en el espacio público y lograr ampliarlo; evitar caer en la tentación de dar consejos; llegar a supeditar la estructura del formato audiovisual y sus tiempos al contenido -y no al revés-; y lograr promover, ante todo, que la audiencia pueda conocer lo que existe en su comunidad y propiciar la conexión *conociendo a los otros y dándose a conocer*. Para Pasquali (1991) estos programas deben tener

*capacidad de sustituir importaciones y salvaguardar identidades culturales viendo al mundo con ojos propios.*

Una ventaja con la que hoy ya cuentan los medios públicos es la infraestructura existente con la cual se cubre casi la mitad del territorio del país, según da cuenta el SPR (<http://www.spr.gob.mx/secciones/es/cobertura.html>). El mayor desafío es generar servicios audiovisuales atractivos, que no promuevan la individualidad, sino que motiven el fortalecimiento del tejido social y la participación ciudadana, y donde haya educación, información, pero también entretenimiento. Con la creación de los Consejos Ciudadanos en cada emisora, se abre una ventana para el ejercicio de esta participación. Al menos de manera experimental, se habilitó un espacio que, si logra trascender la burocracia y se legitima en su ejercicio efectivo, puede inaugurar hábitos democratizadores de participación y sentido crítico en los usuarios.

Se mencionó anteriormente a los autores de *Cajas mágicas* y su propuesta de revisar las prácticas en los buenos y los malos ejemplos, analizar los aciertos y errores para afrontar los nuevos desafíos que enfrentan hoy los medios públicos en América Latina. En México, existen varios ejemplos de medios que han instituido en su práctica valores tendientes al servicio público. Radio Educación es uno de los medios que, dentro de los permisionados, por su largo recorrido y su creatividad colectiva, y aún sin marco legal, logró *mediante acuerdos administrativos* (Martell Gámez, 2017, p. 32) a lo largo de años de organización y negociaciones, aportar mucho al derrotero de aciertos y errores sobre el cual, seguir fortaleciendo los medios de servicio público en el camino hacia la democratización de los medios mismos y con ellos, de nuestras sociedades.

## CAPÍTULO 2. Radio Educación: vanguardia radial de los medios públicos

Al revisar el ecosistema mediático de México, y poniendo en contexto el surgimiento de la radio con la Revolución, y su desarrollo con la posrevolución, se destaca la radio de la Secretaría de Educación Pública (SEP) por la experimentación inicial y la vanguardia de sus contenidos durante los primeros años. Basta imaginar la impronta de su nacimiento bajo la dirección de una mujer en 1924 como un hecho extraordinario si se piensa que las mujeres mexicanas estuvieron



*Cartel ilustrativo de los 95 años de radio educación*

imposibilitadas de ejercer su derecho cívico del voto hasta 1952.

Esta emisora, impulsada por José Vasconcelos, fue el punto de partida de la actual Radio Educación. La innovación es una característica de la mayor parte de su historia. En lo tecnológico experimentó varias convergencias para llevar contenidos novedosos a las aulas y al público en general mediante retrasmisiones, satélites, onda corta, y tempranamente sus variantes digitales de escucha y descarga o *streaming* y el *podcasting*. Ha innovado también en términos estéticos, al romper la rigidez de la cultura elitista e incluyendo música popular latinoamericana y del mundo en su programación y en contenidos informativos, impulsando el noticiero cultural y eludiendo creativamente la censura para informar con libertad en momentos críticos de la historia reciente. Y en la historia reciente también aparece como punta de lanza en la resistencia a la “modernización” neoliberal contribuyendo a consolidar espacios de debate y posicionamientos políticos de los medios públicos y en materia gremial con la sindicalización de sus trabajadores en una organización que procura la rotación de su dirigencia periódicamente.

En este capítulo se abordarán la historia y las características de los lineamientos generales de la emisora donde el programa *Ecosol*, que será el estudio

de caso a analizar. También se detalla su lugar en el ecosistema de medios públicos y sus aportes a nivel nacional e internacional en el esfuerzo por definir el carácter de servicio público en la promoción del ejercicio democrático y la promoción de la participación ciudadana.

## **2.1. Radio Educación en el Ecosistema de las Radios Públicas de México**

La radiodifusión sorprende a México cuando la ebullición de la revolución pugnaba por instituir en 1917 una nueva Constitución. Su masificación coincide con la posrevolución donde los proyectos del país aún se debatían a los tiros. Era un tiempo de experimentos y radio afición, aunque algunos empresarios y periodistas vislumbraron tempranamente la potencialidad del medio. Francisco Martínez Medellín (1989, p.19) señala que algunos grupos económicos del país lograron mantener su fortuna tras la revolución que inició en 1910, y se consolidaron dentro de una burguesía nacional que invirtió en la industria radiofónica y que fue determinante en la instalación del modelo comercial y privado de la misma, ante un estado inestable, con prioridades centradas en la lucha por el poder y la definición de un proyecto de país.

Alva de la Selva (1989) recuenta para el año 1985, un total de 856 emisoras, 818 comerciales y donde sólo 38 eran culturales y educativas con una visión tendiente a poder “contribuir a la consolidación de la vida democrática de nuestro país, a través de un servicio público de radiodifusión de calidad, innovador, diverso, de beneficio social y con cobertura a nivel nacional” (Alva de la Selva, p.37). Actualmente, ese número creció; según los datos del Sistema Público de Radiodifusión del Estado mexicano, existen radios públicas federales, estatales, regionales, universitarias y comunitarias (así se denominan las emisoras del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indígenas).

Las emisoras de carácter federal integran el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y según su sitio oficial (<https://www.imer.mx/emisoras/>) cuenta con 17 emisoras terrestres en todo el país, una emisora virtual y 3 emisoras que transmiten por canales digitales. Dispone de una variedad de formatos que cubren diversos géneros musicales, espacios informativos, programas culturales, de investigación y

opinión. Por fuera del IMER, pero con carácter federal se suma Radio Educación, que actualmente es un órgano desconcentrado de la Secretaría de Cultura y que cuenta con 6 emisoras de las cuales hablaremos luego más en detalle. Por otra parte, 16 estados cuentan con estaciones de radio operadas por los gobiernos locales en muchos casos como parte de Sistemas de Radio y Televisión estatales.

Entre las *radios universitarias*, Radio UNAM de la Universidad Nacional, fue la primera fundada en 1937, con el rector Luis Chico Goerne. La estación contaba en sus inicios con cuatro horas diarias de transmisión en las instalaciones ubicadas en Justo Sierra 16, desde la frecuencia de 1170 khz de AM, según cuenta la historia de la radio en su página oficial. Le siguió en 1938 la radio de la Universidad de San Luis Potosí, en 1943 la de Veracruz, hasta 1954 la de Guanajuato y otras postergadas por la desidia gubernamental como la de la Universidad de Puebla solicitaron su permiso en 1958 demorando 39 años en ser otorgada su frecuencia, o Radio Chapingo con su espera de 10 años, dando a la luz ambas en 1997 (Sosa Plata y Rodríguez, 2007, p.251). Actualmente existen 50 radiodifusoras universitarias en todo el país.

Para terminar de describir el ecosistema de medios públicos, quedan las radios comunitarias que conforman el Sistema de Radiodifusoras Culturales Indígenas con 21 radios dependientes del Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI antes INDI), donde “cada una de ellas transmite en las lenguas mayoritarias de su área de cobertura y, además, recoge las expresiones culturales, musicales y artísticas de los pueblos indígenas y afro mexicano” integrando según su página oficial “más de 36 lenguas indígenas vivas distintas”. La primera emisora, *La Voz de la Montaña* (XEZV), localizada en Tlalpa de Comonfort, Guerrero, nació el 10 de marzo de 1979. Según el SPR este modelo “fue particularmente innovador, al proponer a las comunidades indígenas el investigar a sus audiencias y producir sus programas radiofónicos en función de sus propios intereses y necesidades”. Más del “75% de los trabajadores de dichas estaciones son miembros de las comunidades indígenas” y según los datos oficiales alcanzaría una audiencia de más de 4.7 millones de indígenas de 25 estados de la república.

Cabe aquí diferenciar, que también se denominan *radios comunitarias* a las organizaciones nucleadas desde 2007 en la Red de la Asociación de Radios

Comunitarias de México, A.C. integrantes de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias (AMARC, organismo no gubernamental internacional, de carácter laico y sin fines de lucro), y otras radios libres que no están asociadas. No son estatales, pero tampoco son privadas, y su legalidad precaria e imprecisa perpetúa su fragilidad institucional. Se autodefinen como:

una red nacional integrada hasta el momento por 62 radios *comunitarias e indígenas*, así como centros de producción, comprometidos con el servicio social a las comunidades y la defensa de los derechos humanos, en particular del derecho a la información y la libertad de expresión, con base en una visión alternativa de la comunicación que propone de manera crítica el uso de los medios y la difusión de contenidos plurales, diversos y con perspectiva de género”. (Rescatado el 7 de noviembre de 2019, de <http://amarcmexico.org/>).

En este contexto, el devenir de Radio Educación acompañó la historia del país, pero al mismo tiempo marcó innovaciones que inspiraron a otros medios públicos de México y que fortalecieron el quehacer de distintas radios a lo largo del país.

Sosa Plata (2004), actual Director de la emisora, periodizó la historia de la radiodifusora en cinco etapas, en la que a su vez se pueden identificar dos momentos: las primeras cuatro etapas, desde su fundación en 1924 hasta 1968, en las que la radio se encuentra atravesada por el modelo de radio pública con una línea editorial gubernamental, siendo instrumento de la experimentación en el alcance del medio, pensado incluso desde las políticas educativas para llegar a medios rurales con instrucción y cultura; y la quinta etapa, desde 1968 hasta nuestros días, también conocida como la “segunda fundación”, marcará un cambio drástico tanto en materia de gestión, propósitos, línea editorial, así como en su estética musical y sonora; cambio que sustancialmente da un giro hacia la concepción de una radio de servicio público abierta a la diversidad de voces, incluso aquellas disidentes del partido gobernante. Este cambio, inaugura una nueva concepción de medios de servicio público diferenciados de los intereses gubernamentales, donde trabajadores y audiencia se suman como protagonistas del quehacer radial, por lo que cabe preguntarse si es del todo cierto que la radiodifusora cumpla 95 años o si la actual radiodifusora nació en 1968, si se

considera la discontinuidad que ha tenido como se describirá a continuación.

### **2.1.1. 1924-1968: Una radio de gobierno al vaivén de la historia**

La primera radio educativa y cultural de América Latina, bajo las siglas CYE (Cultura y Educación), impulsada por José Vasconcelos, lanzó su primera emisión el 30 de noviembre de 1924, en la frecuencia de 560 KHz y contando con 500 watts de potencia, un alcance importante para ese tiempo, identificada como una de las instituciones claves del Estado mexicano en materia de servicios educativos y acceso a la cultura.

Para situarnos en la historia, durante la presidencia de Álvaro Obregón, se crea el 29 de septiembre de 1921 la Secretaría de Educación Pública (SEP) con la inspiración y la impronta del Ateneo de la Juventud integrado principalmente por José de Vasconcelos, Antonio Caso, Jesús Acevedo, Pedro Henríquez Ureña, Alfonso Reyes. Siendo Vasconcelos el primer secretario de Educación Pública, promovió la edición de libros, la creación de bibliotecas y el uso del cine con fines educativos, y trabajó para que la SEP tuviera su propia emisora de radio, cosa que se concretó pocos meses después que dejara la secretaría.

Su primera directora, María Luisa Ross, hizo hincapié en “la necesidad de hacer de la radiodifusión educativa un servicio profesional” al sostener que “la radio era uno de los vehículos más apropiados para la trasmisión de conocimientos en un país como México, con deficientes sistemas de comunicación y con una población atomizada en una vasta geografía.” (Ávila, 2002, citado en Radio Educación, 2004, p.42).

Lidia Camacho, otra directora de la radio, pero varias décadas después, recuerda en la introducción de *Una historia hecha de sonidos* (p.22) que Radio Educación “surge casi al mismo tiempo que las grandes emisoras europeas de carácter público” pero que, en México, “la radiodifusión de servicio público siguió otros derroteros y quedó en manos del Estado”.

Dentro de este primer momento, siguiendo la periodización de Gabriel Sosa Plata (2004) se distinguen 4 etapas:

1ra Etapa: 1924 a 1937. La emisora de la SEP “se convirtió en espacio de innovación tecnológica (...) colocándose por encima de los logros técnicos alcanzados por la radio comercial” (p.117). Se procuró que en cada escuela hubiera un receptor, y que se transmitieran en vivo los conciertos desde Bellas Artes, diferentes teatros y Escuelas como la Nacional Preparatoria y la de Maestros, el Palacio Legislativo. Incursionó en la experimentación de radioteatros, así como en la difusión de contenidos formales de educación.

2da. Etapa: 1937-1946. Cambió sus siglas a XFXM primero, y luego a XEDP. Con la reforma de Lázaro Cárdenas al artículo 3° constitucional que instauró una “educación socialista”, la radio apoyó los proyectos en esa dirección, aunque bajo la órbita del Departamento Autónomo de Prensa y Propaganda (DAPP) se fusionó con Radio Gobernación, limitando sus producciones educativas y, según la descripción de Mejía Barquero, “vegetó hasta los años cuarenta hasta desaparecer” (p.72).

3ra. Etapa: 1946-1947. Antes de terminar la presidencia de Ávila Camacho, la SEP obtiene dos frecuencias, una en onda corta y otra en onda larga para llevar adelante la Campaña Nacional contra el Analfabetismo. Por primera vez se usa el nombre de *Radio Educación* con el lema: *Vocero cultural de México*. Su vida fue muy breve ya que sólo transmitió por cinco meses.

4ta. Etapa: 1948-1967. En esta etapa, la falta de inversión y la reducción de espacios limitaron la producción a “grabaciones en cintas magnetofónicas que se enviaban a escuelas radiofónicas del interior del país, y a la difusión del folklore, marchas, himnos y cantos escolares”. Según la investigadora Gloria Fuentes, la mayor parte del equipo “había desaparecido misteriosamente” y “lo poco que quedaba se encontraba deteriorado por el abandono”. Para Alejandro Ortiz Padilla “era una emisora fantasma” (p.150).

Estas primeras cuatro etapas podrían caracterizarse como el ciclo público-gubernamental. La quinta etapa en esta propuesta de historización de Sosa Plata inaugura la tendencia hacia el carácter de servicio público, en donde la comunidad radial se apropia del medio en busca de una mayor independencia del gobierno en



la gestión y la línea editorial.

### **2.1.2. De 1968- hasta nuestros días: *El oasis del cuadrante***

La quinta etapa comienza a gestarse con el renacimiento de la radio de la SEP con las siglas actuales (XEEP) en 1967. Con cambio de autoridades y la transformación de la Unidad de Grabación de la SEP en la Emisora Radio Educación, se debió esperar por fallas técnicas al siguiente año para comenzar las emisiones regulares. Este cambio se da en un contexto de una gran riqueza intelectual, debates, movimientos y la efervescencia política que sacudió a México, tras la sangrienta represión al movimiento estudiantil el 2 de octubre de 1968 en la Plaza de las Tres Culturas en Tlatelolco, previo a las Olimpiadas. A esta etapa se ha denominado “la segunda fundación” de la radio.

El primer gran paso de este renacimiento fue volver a la regularidad de las transmisiones: para noviembre de 1968, transmitía 4 horas, dos en la tarde y dos en la noche; y para 1969 ya lo hacían con 47 horas semanales. De a poco, con cierta apertura democrática y una nueva directriz en las políticas educativas tendientes a un pensamiento latinoamericanista y “pro-socialista” la radio fue consolidando más horas de transmisión, su perfil cultural, y sobretodo musical.

Para 1970, al hacerse cargo la Mtra. María del Carmen Millán de la Dirección General de Educación Audiovisual (DGEA), se creó un área de Divulgación que controlaba las bibliotecas y la edición de libros de la SEP, sumándose la Telesecundaria y la Radioprimaria. Uno de los cambios importantes que se sucedieron, fue la salida del Ing. Castillo Ledón de la DGEA y, según el testimonio del Ing. Héctor Parker recogido por León López (2004),

el nombramiento de Enrique Atonal, egresado de la carrera de Filosofía y Letras, así como la incorporación de musicólogos y locutores como fue el caso del maestro Julio Estrada, quien se desempeñó como diseñador de la programación musical de la estación (p.87).

A raíz de las reformas educativas de 1972-1973, se reorganizó la estructura interna de Direcciones en la SEP quedando por un lado la Dirección General de Educación

Audiovisual y por otro la de Divulgación; en esta segunda la Mtra. Millán tuvo a su cargo las áreas de Bibliotecas, Ediciones, Radio Educación y el Proyecto Multinacional de Tecnología Educativa de la OEA.

En 1973, Radio Educación cambió definitivamente su rumbo con “la imaginación creadora de jóvenes egresados de las carreras de Humanidades de la Universidad Nacional Autónoma de México y del Instituto Politécnico Nacional” (testimonio de Parker citado por León López, 2004, p.87). También cambió su sede. Se asignó la reubicación de la estación a una parte del Internado Madero, en la calle Ángel Urraza, donde tiene al día de hoy su sede, en una precaria construcción a la que, con cariño, quienes vivieron esa época, recuerdan como *la casita*, por tratarse de una “pequeña casa que utilizaba el vigilante del internado” (p.88). Con el fin de evitar que los profesores de la DGEA impidieran el traslado del transmisor, los estudios de grabación y la cabina de locutores, esta reubicación se realizó un fin de semana para cerrar la posibilidad de que la estación quedara en manos maestros del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación.

Cabe aquí destacar, que la Mtra. María del Carmen Millán (1914-1981), maestra en Letras en la UNAM, al tiempo que oficiaba de Directora de Radio Educación (1973-1976) fue también electa miembro de la Academia Mexicana de la Lengua el 28 de Julio de 1974, siendo la primera mujer en ser designada Miembro de Número. Durante el 89° Aniversario de la Radio, celebrado en diciembre de 2013, se dedicó el salón del hall de Radio Educación a su memoria.

Radio Educación mantuvo desde su segunda fundación, las siglas XEEP a través de los 1060 KHz de amplitud modulada, primero con 50 mil watts de potencia y luego con 100 mil watts de potencia, las 24 horas del día, a toda el área metropolitana de la ciudad de México y 16 estados de la República Mexicana. Desde 1977 le fue asignada las siglas XEPPM para operar la emisora por onda corta (SW) a través de los 6185 KHz de la banda internacional de los 49 metros. A partir del año 1997 vía satélite a través del canal 112 del Sistema Edusat, cubre todo el territorio nacional, Centroamérica, norte de Sudamérica y el sur de los Estados Unidos, aunque luego se pasó al canal 2 del mismo satélite. En diciembre de 2000 inauguró la transmisión de su señal a través de internet mediante el servidor del Centro Nacional de las Artes, y dos meses después a través de su propia página web.

A lo largo de los años, el consumo de radio se desplazó de la Amplitud Modulada a la Frecuencia Modulada. Según mediciones de audiencia, para 1980 el 77% de la audiencia prefería la AM mientras que solo el 23% optaba por la FM. En 2000, los porcentajes estaban casi invertidos con una tendencia tecnológica que acentuaría aún más esa diferencia (Sosa Plata y Rodríguez, 2007, p. 258). Larga fue la espera de Radio Educación por acceder a una frecuencia en FM en la ciudad, lo cual se concretó en agosto de 2017 con la señal del 96.5 del dial, justo al lado de Radio UNAM (96.1 FM).

La adecuación tecnológica, y la asignación de la señal en FM, aunque tardía, resultaron oportunas para seguir vigente frente a la disputa de audiencias. Según la Encuesta Nacional de Consumo de Contenidos Audiovisuales de 2016, publicada<sup>1</sup> por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), el 71 por ciento de los radioescuchas mexicanos prefiere sintonizar frecuencia modulada y solo 15 por ciento se mantiene en amplitud modulada. Además, México cuenta con 1.659 estaciones de radio, de las cuales 1.288 transmiten en Frecuencia Modulada (FM) y solo 371 en Amplitud Modulada (AM). Esto demuestra la importancia de esta asignación que, en opinión de Fernando Mejía Barquero (2017) le permitirá a Radio Educación transmitir en HD (alta definición) y multiprogramación, permitiendo “colocarse en sintonía con la convergencia tecnológica y utilizar todas las plataformas posibles, para fortalecer su presencia en internet”.

Hoy Radio Educación está conformada por un conjunto de emisoras: las dos señales Metropolitanas, una en el 1060 en AM y la otra en el 96.5 en FM en la Ciudad de México; la Señal Cultura México (XEPPM) de alcance internacional que se emite por Onda Corta ya mencionada y tres señales locales: Señal Kukulcán en Mérida, Señal Cultura Michoacán, en Morelia y Señal Cultura Sonora en Hermosillo; además mantiene la Señal Satelital por el Canal 2 de EDUSAT, y convergencia mediante, la señal también puede ser escuchada a través de internet y por medio de las aplicaciones para dispositivos móviles. A su vez, están disponibles sus contenidos en el servicio a la carta (on-demand) o *podcast*.

---

<sup>1</sup> Disponible en <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/comunicacion-y-medios/comunicados-ift/comunicado86.pdf>

## 2.2. Radio Educación y el carácter de servicio público

La emisora logró ser un *órgano desconcentrado* de la Secretaría de Educación en 1978, con una personería jurídica en la que se plasma el reconocimiento de su autonomía *de facto*, y en este marco conforma un Consejo Consultivo para coordinar los proyectos y la programación. (León López, 2004, p.91). Las consecuencias fueron una temprana democratización de su línea editorial en los noticiarios, mayor independencia para la actualización tecnológica y la posibilidad de promover los valores del servicio público en otras emisoras públicas. Desde mediados de noviembre de 2016 Radio Educación se conformó como coordinadora del Servicio Nacional de Comunicación Cultural, al tiempo que dejó de pertenecer a la Secretaría de Educación Pública, quedando adscrita a la Secretaría de Cultura.

Considerando que el marco legal para la noción de servicio público no existió hasta 2014, en su tesis doctoral Martell Gámez (2017, p. 321-323) valora de la emisora el haber sido una vanguardia en el carácter de servicio público, a partir de conceptualizar una interpretación propia lograda a través de acuerdos administrativos y la construcción histórica de un discurso propio dentro de la emisora, consensuado entre trabajadores, sobre todo realizadores, y la dirección. En sus palabras

A falta de un marco legislativo que definiera el servicio público a nivel constitucional (...) la buena relación de algunos directivos con funcionarios de la SEP (particularmente con CONACULTA) y el hecho que Radio Educación se encontraba en la Ciudad de México, fueron aspectos claves para lograr ciertos avances en materia normativa. (p.321)

El investigador describe varios elementos que fortalecieron su desarrollo entre ellos: los lazos creados con sectores sociales sobre todo en el área metropolitana, intelectuales, de la cultura y la educación que permitió a estos grupos identificarse con los contenidos ofertados por la emisora; la activa contribución de la radio en los debates en torno a la relación Estado-medios-sociedad intensificados a principio del nuevo siglo, propiciando el fortalecimiento institucional de los medios públicos con políticas públicas que les otorguen condiciones jurídicas, tecnológicas y de autonomía política y económica; la participación activa y crítica de los y trabajadoras

en este debate nacional contribuyendo “desde sus actividades cotidianas e imaginario social a la elaboración de una noción de servicio público”.(p.322)

Profundizando en las características que Radio Educación construyó, orientadas hacia el servicio público, Martell Gámez en su trabajo concluye que: a) la emisora se diferencia con su oferta programática y contenidos de los medios comerciales por privilegiar el interés público y la utilidad social de los contenidos; b) no basa su éxito en el rating sino en el servicio y orientación que puede proveer a su audiencia; c) la preocupación por mantener y ampliar su audiencia atendiendo la renovación tecnológica mediante la incorporación de procesos digitales en la producción y la lucha por obtener la estación en frecuencia modulada; d) la propia concepción de servicio público en Radio Educación tiene una interpretación inspirada pero distinta a la concebida en Europa o Norteamérica; e) la permanente preocupación por atender a las mayorías y también a las minorías sociales olvidadas en otras radios, y atentos siempre a ampliar el número de grupos sociales que llegaban a las cabinas; f) la función informativa se tomó como pilar de la función social del servicio público, con atención en producir “noticiarios críticos y una visión más amplia de la realidad latinoamericana” procurando que sea “diferente a la de los medios comerciales y oficiales”, con información vinculada a eventos no lucrativos, sindicales, educativos, culturales tendientes a cubrir la justicia social y reforzar la identidad nacional; g) lograr contenidos y formatos novedosos como la barra programática para niños, contenidos de radioarte, semblanzas y perfiles de personas que han contribuido a enriquecer el quehacer cultural de México, radionovelas, etc.; h) haber logrado consolidar una audiencia participativa, “crítica, cautiva y leal”, pero que también debe renovarse (Martell Gámez, 2017, 319-340).

Durante la dirección de Enrique Atonal, con la definición de los principios y los valores de la emisora, se sentaron las bases del perfil que tendría la programación desde 1968. Al definir sus *Principios y fundamentos institucionales*, la radio se propone en su misión ser:

una radiodifusora de *servicio público*, con carácter cultural y educativo. Produce, transmite y promueve una programación de calidad que contribuye a la construcción de ciudadanía y a fomentar el diálogo intercultural. Se fundamenta en los valores de diversidad cultural, inclusión, convivencia

democrática, libertad de expresión, responsabilidad y ética informativa para un mundo abierto (p.3).

En su visión, “busca ser un centro de producción cultural, pilar en la consolidación de un sistema de medios públicos al servicio de la ciudadanía, garante de los derechos de las audiencias” (Principios y fundamentos, p.4), según los valores que procura el Consejo Mundial de Radio y Televisión en sus esfuerzos por definir las mejores prácticas de los medios públicos. Entre ellos el principio de *universalidad* para poder ser un medio utilizado por el mayor número de ciudadanos posibles de manera gratuita en el territorio nacional, propiciando la cohesión social y la participación ciudadana, con transparencia en los recursos.

### **2.2.1. Estética e identidad sonora**

Desde la década de los setenta Radio Educación marcó la diferencia del cuadrante dirigiéndose a un público diverso en edades, que creció y se nutrió de su variado universo musical, sus radionovelas históricas, su programación infantil, así como la programación con temáticas de profundidad específicas habitualmente ausentes en el mundo radiofónico. Hoy ocupa un lugar entrañable para muchos al pensar en la radiodifusión mexicana. Como la definiera Emilio Ebergengy, esta radio se convirtió en *el oasis del cuadrante*.

Como todas las *otras radios*, en la caracterización que hace Cristina Romo (1990) describiendo en su prólogo a las radios no comerciales, la estética sonora de Radio Educación bien puede describirse como una de las que tienen “música diferente, locutores respetuosos y sosegados que parece que van a decir algo interesante (...) y que van a tener la posibilidad de escuchar significados diferentes y más nobles” (p.1). El estilo de Radio Educación se consolidó al transformar la solemnidad por un estilo de locución “desenfadado y fresco” pero sin perder la sobriedad como lo define Calderón (2011, p.52).

Desde sus inicios fue pionera tanto en la puesta al aire de obras de radioteatro con contenido histórico, retrasmisiones de conciertos desde el Palacio de Bellas Artes, hasta cursos formales de Perfeccionamiento para Maestros, Incorporación Cultural Indígena, Divulgación Científica, Pequeñas Industrias, o Divulgación de las

Bellas Artes (León López, 2004, p.43) promoviendo el acceso gratuito a la cultura y dando lugar a contenidos educativos tanto formales como no-formales capaces de contribuir a formación ciudadana sus oyentes.

Desde su refundación, Radio Educación fue un claro contrapunto a las radios comerciales: por la serenidad de su locución; por la inmensa variedad de músicas del mundo acompañadas de la descripción de sus autores, ejecutores y orígenes; por una estética sonora propia donde cada elemento se conjuga en la totalidad como en una orquesta explorando posibilidades sonoras en diferentes discursos tanto literarios como musicales y teatrales; por su perfil latinoamericanista donde religa la identidad cultural de México a la de Centro y Sudamérica y; finalmente, por poner el medio al servicio de sus radioescuchas. Por todo esto, ocupa un lugar afectivo en la vida de su público. Es un referente, un punto de identificación cultural, estético, político que, sin ser partidario, está en el corazón de varias generaciones.

### **2.2.2. Los contenidos de Radio Educación**

La programación tiene su noticiario, con tres emisiones diarias de lunes a viernes, el *Pulso de la mañana* a las 8 hs, el *de la tarde* a las 14.30 y el *de la noche* a las 20 hs, el pulso *sabatino* y *dominical*, y cortes informativos a lo largo del día a cargo de un equipo redacción propia, con aportes para las noticias internacionales de Radio Francia Internacional y la BBC. También mencionamos la importancia de sus barras musicales a cargo de programadores que combinan variados estilos sonoros de México y el mundo.

Su noticiario se distingue por su carácter cultural y por una línea editorial tempranamente independiente, que tuvo el reconocimiento y respeto de su audiencia por la cobertura durante el terremoto de 1985, el conflicto de Chiapas en 1994, la huelga de la UNAM durante 1999 a 2000. (León López, 2004, p.99)

Por otra parte, tiene programas institucionales como *La hora Nacional* de los domingos, cápsulas de organismos de cultura y conciertos de la Orquesta Sinfónica Nacional. Pero lo más característico de Radio Educación son los programas de producción propia con temáticas dirigidas a diferentes públicos abordando temáticas infantiles, culturales, indígenas, de género, sanitarias,

políticas, económicas, ambientales entre otras, combinando información específica y análisis. Los programas infantiles, promovidos por creativos que venían de la pionera Radio Rin del IMER, tuvieron un lugar importante y prioritario; entre los más recordados *El mundo de Balam*, *El rincón de los niños* y *De puntitas*. (p.101)

Los contenidos que produce la radio no se limitan sólo a su programación. Como ya se dijo en el inicio, coordina el Servicio Nacional de Comunicación Cultural por lo que oficia también como promotora de contenidos artísticos y culturales que ofrece de manera gratuita a emisoras y organizaciones sin fines de lucro de México y del mundo, profesionales del área cultural, académicos, estudiantes, e incluso público en general tanto para fines de retrasmisión, investigación tanto como para otros recreativos. Bajo el lema “*Crea, colabora, comparte. El valor de lo público*” provee producciones radiofónicas, musicales, audiolibros e información a través de distintas plataformas de su página web:

1. *E-radio* o radio a la carta ofrece los *podcasts* de 17 programas ya emitidos. (Disponible en Disponible en <http://e-radio.gob.mx/>)
2. *KUI* una plataforma de “intercambio y dotación de contenidos digitales de acceso gratuito” propiciando y manteniendo la cooperación con distintas instituciones.
3. *VOX LIBRIS*, para “acercar la experiencia de leer a quienes por diversas razones tienen a la escucha como la principal o única opción a su alcance”. Bajo la consigna “mira con los oídos, lee con el corazón”, se ofrece una diversidad literaria que va de la poesía o los cuentos a las crónicas, ensayos y novelas, abordando tanto obras literarias ambientadas con efectos sonoros y ambientación como producciones donde se fusionan el periodismo, la historia y la literatura. Recorren autores como Efraín Huerta, Octavio Paz, Alfonso Reyes o José Revueltas, hasta la misma María Luisa Ross Landa quien fuera la primera directora de la emisora.
4. *NIMBEË* discos está dedicada a la consulta y descarga de música y experimentación sonora para “contribuir al desarrollo musical del país, apoyando a músicos mexicanos, realizando la grabación y mezcla de su material discográfico de manera gratuita.”



A través de estas plataformas se expande el acceso al acervo sonoro de la emisora devolviendo y contribuyendo a la comunidad con servicios en producciones sonoras de calidad, con acceso público y gratuito.

La vocación del servicio público se ha plasmado en la búsqueda de una estética capaz de albergar diversidades, tanto musicales como temáticas, aunque no siempre ideológicas. En este sentido ha sido muchas veces contrapeso al discurso predominante en los medios comerciales, priorizando interlocuciones con las voces ausentes del entorno mediático. En ese mismo sentido, Radio Educación alberga tanto hacia el interior de la emisora como hacia el exterior, instancias de organización institucional y despliegues de vinculaciones novedosas como se analizará a continuación.

### **2.2.3. Hacia el interior de la institución**

Dando cumplimiento al artículo 86 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, la emisora cuenta con su Código de ética y órganos para vehicular tanto el cumplimiento efectivo como la observancia de este a través de la Defensoría de las audiencias y el Consejo Ciudadano.

El *Código de ética*, también disponible en la página de la radio, tiene como objetivo establecer una serie de principios éticos y valores que regulen la conducta de los servidores públicos de la institución, con el propósito de fomentar el respeto, estimular el desarrollo personal y profesional, así como desarrollar hábitos y actitudes que permitan el cumplimiento de los fines institucionales” (Código de ética, p.6)

También según la web, la *Defensoría de las audiencias* es una instancia legal para dar seguimiento y observancia al Código de Ética de la radio, (disponible en <https://e-radio.edu.mx/La-Defensoria-de-las-Audiencias>). Durante la dirección de Virginia Bello, se instituye la figura del defensor/a de las audiencias en noviembre de 2009, según la observación de Ernesto Villanueva (2011, p.131) “requirió de una decisión que debe apreciarse en su contexto” sin esperar a tener un marco legal que lo exija, pero con una “decisión fundacional”. La función de esta defensoría,

según consta en la presentación de su red social, es que:

resuelve dudas e investiga el cumplimiento de los valores establecidos por la misma emisora, los difunde y expone a los radioescuchas, estimulando una cultura de las audiencias críticas, con el objetivo de contribuir al fortalecimiento del servicio público de radiodifusión.  
(<https://www.facebook.com/pg/defensoriaRE>)

Incorporó en 2015 la participación de cinco especialistas que, de manera colegiada, darán apoyo a la Defensoría en su nuevo esquema para incorporar los ejes de género, transparencia y derechos humanos. La Defensoría cuenta además con un tiempo semanal de aire, los miércoles 17.30, en donde comparte sus quehaceres y responde a la audiencia.

El *Consejo Ciudadano* es un “órgano plural de representación social” que acompaña a la radio “con facultades de opinión y asesoría en las acciones, programas y proyectos” así como “verificando su gestión pública en lo que refiere a la materia de transparencia, rendición de cuentas, información pública, independencia editorial, participación ciudadana y expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales” (disponible en <https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2018/05/Lineamientos-del-Consejo-2.pdf>). Está conformado por cinco personas con voz y voto, elegidas mediante convocatoria pública y abierta.

Entre sus facultades está proponer mecanismos que vinculen a Radio Educación con sus audiencias trabajando estrechamente con y evaluando la actuación de la Defensoría antes mencionada, como explicó Josefina King Cobos durante el programa que conduce la defensora de audiencias de la emisora, Cecilia Terrazas en el programa del 16 de octubre de 2019. (disponible en <https://e-radio.edu.mx/La-Defensoria-de-las-Audiencias/El-consejo-ciudadano-de-Radio-Educacion-que-hace-como-lo-hace-y-para-que>)

Además de los canales habilitados para que la emisión de los programas complete el ciclo interactivo, a través del teléfono, correo electrónico y redes sociales, desde la emisora se promueve la *vinculación con la audiencia* mediante actividades en la propia sede: desde conciertos en hall central, celebración de aniversarios, convivencias de fin de año, talleres y ferias en los jardines de la radio.

La emisora tiene, además, un protagonista colectivo fundamental de la

institución: *el sindicato de trabajadores*. Como dice Raúl Trejo Delabre (2005), “ningún medio público puede tener éxito sin la creatividad y el compromiso de quienes laboran en ellos. Los trabajadores son el alma de los medios de vocación pública y a menudo su principal patrimonio”. Y este es el caso de Radio Educación. La gestación del sindicato se remonta a 1975. Por estos años los trabajadores, a quienes se llegó a llamar “los faquires de la radio” tenían un cobro sumamente irregular, al igual que las prestaciones. Con el lema “*Por una radiodifusión crítica, popular y democrática*” nace finalmente en 1976 el Sindicato de Trabajadores de Radio Educación consolidada en la Agrupación de Trabajadores de Radio Educación (ATRE) con la intención de *formar un grupo independiente de cualquier central o sindicato, que articulara las particularidades propias de la actividad cultural radiofónica en la emisora*. El primer Comité ejecutivo estuvo formado por Adela González Revelo, Edmundo Cepeda, Felicita Vázquez Nava y Víctor Guerrero. Sin embargo, desde el punto de vista formal, los trabajadores de la radio debían estar en ese entonces afiliado al Sindicato Nacional Trabajadores de la Educación (SNTE), según la respuesta dada desde la Dirección, entonces a cargo de Miguel Ángel Granados Chapa.

En mayo de 1980 “sale la primera convocatoria del SNTE sección XI citando a asamblea constitutiva de la delegación sindical de la radio”. El primer secretario general fue Emilio Ebergenyi, y desde entonces, se fueron renovando los comités, primero cada dos años y luego cada tres. La principal reivindicación, que no la única, relata Delia Morales (Ibargüengoitia, 2008, p.126) fue por obtener el “catálogo de puestos” cosa que se logró parcialmente tras 23 años de perseverancia en el 2003. Según Alicia Ibargüengoitia (p.127) el sindicato de Radio Educación no puede explicarse en forma aislada, “sino en el diálogo y reciprocidad con el carácter cultural y educativo de la emisora que lo cobijó a partir de los años ochenta”.

La lucha del sindicato fue determinante en el modelado institucional de la actual Radio Educación, como parte organizada de su comunidad, tanto para el diálogo como para la confrontación con las distintas direcciones, templanza en la cual se forjó una participación activa en los procesos de gestión. Por ejemplo, el impulso para crear el Comité Técnico de Evaluación mismo que, aunque no es estrictamente laboral es de carácter profesional e involucra y compromete a los

trabajadores de la radio en la evaluación de los programas.

En sintonía con la innovación que caracteriza a la radio en muchos aspectos tanto creativos como institucionales, también en su gremio de trabajadores ha sido parte e impulsor en 1991, de una agrupación de sindicatos democráticos llamada *Coordinadora de Medios*. La misma estaba integrada por el sindicato de Radio Educación, el Sindicato Independiente de Trabajadores de *La Jornada* (SITRAJOR), sindicatos de editoriales como el Sindicato Único de Trabajadores del Fondo de Cultura Económica, el de Editorial Siglo XXI, y el de la agencia nacional de noticias de Notimex, así como integrantes de la Coordinadora Nacional de la Unión de Periodistas Democráticos (UPD). Este espacio cobró relevancia en los debates del Foro Democracia y Medios de Comunicación, al grado de ser interlocutores del sector con el entonces secretario de Gobernación.

Desde enero de 2016, con el traspaso de la emisora a la órbita de la Secretaría de Cultura, la imposibilidad de continuar como integrantes del Sindicato de Trabajadores de la Educación llevó a una reconversión con nuevas articulaciones sindicales, conformándose como el Sector Radio Educación del Sindicato Nacional Democrático de Trabajadores de la Secretaría de Cultura.<sup>2</sup>

#### **2.2.4. Hacia afuera de la emisora**

Hacia afuera de la institución, Radio Educación ha sido impulsora de espacios y organizaciones que coadyuvan en el fortalecimiento de los medios públicos con vocación de servicio público, no sólo en México sino en el mundo: ha estado entre las instituciones que promovieron a *La Red A.C.*, hoy Red México, y a través de la cual se comparten contenidos con otras emisoras culturales y educativas del Junto con Radio UNAM, constituyeron un modelo de radio pública para los gobiernos de varios estados que en la década de los 80 impulsaron radios estatales. Promueve junto con la Fonoteca Nacional la profundización conceptual y experimental del mundo sonoro, en lo artístico y lo documental a través de Seminarios Internacionales como *Los archivos sonoros y audiovisuales en América Latina* (el

---

<sup>2</sup> según registra la nota del diario El Universal, con fecha 29 de enero de 2016, disponible en <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/patrimonio/2016/01/29/crean-sindicato-de-trabajadores-de-la-secretaria-de-cultura>.

primero realizado en 2001) y el de *Capacitación sobre Preservación del Material Sonoro* y con la creación de su *Laboratorio de Experimentación Artística Sonora* (LEAS).

Tiene convenios de cooperación con *Radio Francia Internacional*, la *BBC*, *Radio Nederland*, *Deutsche Welle*, Radio Nacional de España, y es miembro de la Asociación Internacional de Archivos Sonoros y Audiovisuales (IASA) (Rocha, 2004, p.178) y fue también impulsora de la Bienal Internacional de Radio que a la fecha tiene 12 ediciones. La Primera Bienal de Radio se realizó en la Ciudad de México, organizada por la SEP y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes a través de la emisora, según indica la página de la Secretaría de Cultura:

Celebrada desde 1996, la Bienal Internacional de Radio se ha consolidado como un encuentro que reúne a especialistas en el medio, de diversas partes del mundo, así como a estudiantes, profesionales y representantes de la academia para abrir espacios cuyo objetivo fundamental es el intercambio de experiencias, el análisis y la formación en uno de los factores mediáticos determinantes de la cultura contemporánea: la radio. (<https://www.gob.mx/cultura/acciones-y-programas/bienal-internacional-de-radio>).

A partir de la Cuarta Bienal, en 2002, su importancia e influencia fue creciendo en la segunda y tercera edición, volviéndose un evento académico importante a nivel mundial en lengua castellana.

En el marco de la bienal, se desarrollan temas diversos que transitan desde lo relacionado al servicio público de medios radiofónicos, arte sonoro y *radioastas* o artistas radiales, una creciente variedad de géneros radiofónicos, distintas experiencias en el mundo, hasta lo referido al mundo sonoro y su relación con el paisaje, con la emoción y la memoria, la organización de archivos sonoros y las posibilidades tecnológicas que se van desarrollando a través de charlas, talleres, conferencias.

Desde la cuarta edición se realiza un concurso abierto con distintas categorías: radiodrama, reportaje de investigación, revista radiofónica, mesa de análisis y/o debate, radioarte, programa para niñas y niños, programa comunitario y/o indigenista, programas producidos por estudiantes, y una categoría temática que

ha ido cambiando en cada bienal. Y desde la décima edición, se sumó la categoría “inclusión social y construcción de ciudadanía”. Además del concurso existen otros dos ejes: el programa académico y el cultural.

En el marco de la Bienal *han nacido ideas, proyectos innovadores y estrategias de trabajo conjunto* que han innovado en la forma de hacer la radio. Prueba de esto fue la “Declaración de Churubusco” suscripta por directivos de radios de servicio público en América Latina durante la 9na Bienal Internacional (2012). En ella reconocen “la importancia que los medios públicos en general, y la radio, en particular, revisten en la sociedad actual como espacios abiertos a la pluralidad, la creatividad, la libertad de expresión y la diversidad”. En el primero de tres ítems la declaración proclama:

Avanzar en la determinación y puesta en marcha de *esquemas de cooperación* en materia de *producción e intercambio* de contenidos que por su pertinencia social y cultural sean susceptibles de contribuir como *herramienta para fortalecer la cohesión social* y los procesos culturales en nuestros países. (disponible en <https://uabcradio.blogspot.com/2012/10/declaracion-de-churubusco.html>)

Desde la 11va edición, la bienal se descentralizó de la Ciudad y dio un giro a su tradición realizándose en Zacatecas primero con el sostén de los sistemas de Radio y Televisión de Zacateca y Coahuila, y luego en Bogotá durante su 12va edición, con lo que la propuesta gestada desde Radio Educación durante 10 ediciones salió de gira por el mundo propiciando siempre el fortalecimiento del intercambio de experiencias y el desarrollo democrático en la región.

### **2.3 Radio Educación, su audiencia y la participación ciudadana**

Como lo expresan Becerra y Waisbord (2015), la premisa central del ideario de los medios públicos es que “deben estar en el corazón de la vida democrática y actuar como pilar comunicativo de las diferentes necesidades de la democracia – diálogo, diversidad de ideas, construcción de identidades, tolerancia y libertad de expresión” (p.14). Radio Educación, ha ido creando instancias institucionales donde anclar los principios de ciudadanía, representatividad, rendición de cuentas, pluralismo y cierta

búsqueda de imparcialidad apoyada en su profesionalismo.

Desde su segunda fundación, los criterios editoriales del servicio de noticias han dado muestras de un buen intento de imparcialidad y pluralidad, resultando en muchos casos contrapunto de las versiones gubernamentales difundidas en los medios hegemónicos. Entre sus contenidos culturales, de cine, teatro y la temprana inclusión de músicas populares de México y el mundo nutre a su audiencia de paisajes universales y variados como pocas emisoras. Los contenidos sociales tendientes a vincular el tejido social con temas de interés referidos a la salud física y mental, los medios, la ebullición en los temas de género y sexualidad, la urbanidad y la ruralidad, los temas ambientales, la reflexión política y económica coyuntural con nuevos y variados enfoques, desde la concepción del servicio público en interacción permanente con sus radioescuchas.

Como contraparte institucional, la emisora vehiculizó, como ya se expuso, la Defensoría de la audiencia y distintos mecanismos de transparencia en la rendición de cuentas y de información que hoy toman forma en el Consejo Ciudadano. La observancia de los principios y el código ético a través de estos órganos colegiados y autónomos, coadyuvan para garantizar contenidos que concuerden con los ejes de género, pluralidad y derechos humanos se plasma en el programa de la Defensoría. Con el Comité Técnico de Evaluación se articuló la participación de trabajadores, dirección y audiencia en la evaluación los programas.

La información disponible sobre mediciones de imagen y audiencia de la emisora son muy escasas, sin embargo durante la campaña realizada por la radio en 2013 para medir el posicionamiento de la radio entre oyentes del medio y promover los contenidos de la emisora atrayendo mayor audiencia, la empresa Consultores en Investigación y Comunicación evaluó entre quienes fueron alcanzados por la campaña, la imagen de Radio Educación (disponible en <https://radioeducacion.edu.mx/transparenciadocs/repgr-PREDUCACION1319.pdf>)

En la página 56 de la evaluación (ver ANEXO 2), la emisora presenta una imagen positiva entre el público considerado en el estudio, principalmente porque se le percibe como una institución que se preocupa “por difundir la cultura, por orientar sobre diferentes temas y porque la temática que aborda es actual”.

En la encuesta, sobre un total de 421 encuestados alcanzados por la campaña,

el 80% estuvo de acuerdo con que los programas de la emisora orientan y dan información sobre diferentes temas, abordando temas de actualidad.

Radio Educación se ha vuelto para varias generaciones un referente de calidad, credibilidad, independencia, y en cierto modo también, siempre dio lugar a vanguardias del proceso democratizador de un México asediado por el fraude electoral y el silencio cómplice de los medios hegemónicos. Radio Educación abrió sus puertas a los distintos movimientos sociales y culturales, habilitando la diversidad de voces en las que la audiencia misma se siente reflejada, pero que a su vez potencia su rol participativo en tanto ciudadanos.

Frente a la multiplicación de plataformas y los cambios en el modo de consumir los contenidos, y con un presupuesto fluctuante que no siempre permite adecuar sus emisiones al ritmo requerido, sin embargo, cuenta con nichos de audiencias que encuentran contenidos ausentes en otros medios públicos, y comerciales.

En el próximo capítulo, ya centrados en el estudio de caso, se profundizará cómo la participación ciudadana hace radio pública, con un programa ya instalado en la cartelera semanal de la radio desde hace más de 12 años. El mismo aborda temas de economía anclados con el tejido social, el cuidado ambiental y la satisfacción de necesidades. *Ecosol*, contracción de *economía solidaria*, es uno de los programas que pone los micrófonos de la radio pública al servicio de un movimiento contracultural en construcción, con aportes múltiples desde la academia y las experiencias de producción ecológica y los cuidados, el fortalecimiento regional y las cadenas de producción, comercialización y consumo, mismas que fortalecen el tejido social, inscriptas dentro de lo que Euclides Mance define como *lo público no estatal*.



### **CAPÍTULO 3: ECOSOL, más de 12 años de Economía Solidaria en la radio pública**

*“La radio es unidireccional en cuanto debería ser en los dos sentidos. Es puramente un aparato pensado para la distribución, meramente para distribuir. Así que planteo una propuesta positiva: cambiar este aparato de distribución a comunicación. La radio sería el mejor aparato de comunicación de la vida pública (...) si supieran cómo recibir aparte de transmitir, cómo dejar que el oyente hablara aparte de escuchar, cómo traerlo a una relación en vez de aislarlo.”*

*Bertoth Brech, (1932)*

La radio construye ciudadanía si logra conformarse como espacio donde ejercitar la expresión de la vida pública y servir de medio para reconocerse y potenciar los debates sobre *lo común y el espacio público*. Este reto constitutivo para un medio público invita a que los movimientos y organizaciones de la sociedad se apropien del medio, como plantea Rosalía Winocur (2007), para “hacer valer sus argumentaciones en el plano discursivo, crear sentidos colectivos y significados comunes, sin dejar de reivindicar los intereses propios”. En este sentido, una forma de sentir propio el medio puede ser actualizando contenidos, aportando información, generando debates que luego se reflejan en nuevos contenidos logrando que, verdaderamente un medio público sea un canal de participación.

Si bien entre la aspiración y lo posible existen brechas que no siempre se pueden zanjar, la cercanía de un medio con su audiencia suele abrir posibilidades. Este capítulo presenta el estudio de caso de un programa que es en sí mismo un importante canal de comunicación entre los participantes y simpatizantes de un movimiento social joven, sin una organización vertical, pero con articulaciones muy vitales sostenidas por la misma actividad de la economía solidaria, con redes de producción, comercialización y consumo. En este caso, el papel de la radio tanto como la participación del movimiento en los contenidos del programa conforman una experiencia novedosa en materia comunicacional, por el grado de interacción que existe entre la audiencia y el medio.

Se abordará primero un panorama general de este movimiento social y su conformación en redes, para luego analizar la concepción y características del programa *Ecosol*, analizando en particular la producción y realización, los contenidos y vinculación con los distintos actores del movimiento de economía solidaria en México; los diferentes modos de interacción entre la audiencia y la radio como espacio de participación.

### **3.1 Redes de economía solidaria y el surgimiento del programa *Ecosol***

Durante la primera década del milenio las manifestaciones civiles en contra de la Organización Mundial de Comercio que tuvieron lugar en Seattle, y del Foro Económico Mundial que se reúne anualmente en Davos, se tradujeron en el nacimiento del Foro Social Mundial (FSM) en Porto Alegre, Brasil, donde se dio una prolífica multiplicación de movimientos, entre otros, los tendientes a repensar la economía y los modos de producción, consumo y vida. En su carta de principios (2001), el FSM se declara un espacio que “se opone a toda visión totalitaria y reduccionista de la economía, del desarrollo y de la historia y al uso de la violencia como medio de control social por el Estado” (apartado 10), dando cuenta de una búsqueda que, con distintas expresiones, se ha manifestado a nivel mundial. La antropóloga Laura Collin, académica del Colegio de Tlaxcala, describe este movimiento señalando que

el protagonismo de las prácticas pre figurativas o movimientos contra hegemónicos fue notorio destacando la corriente denominada de economía solidaria, que conjuga experiencias alternativas de producción, circulación y consumo (Collin, 2012, p.249).

La autora señala que distintas denominaciones dan cuenta de estas prácticas que surgen en diversas latitudes, con eje en las economías alternativas: economía social, solidaria, digna y sustentable, autogestiva, sustentable, participativa, popular, comunitaria, de trabajo... pero que todas se enmarcan y coinciden con el lema del Foro Social Mundial: *Otro Mundo es posible*. (Collin, 2012, p.249).

Además de diversas denominaciones, economía solidaria tampoco tiene una definición acabada, aunque predomina el consenso de una idea más amplia que lo

meramente “económico”. La Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria (RIPESS) en su web oficial entiende que en esta definición “se incluyen múltiples prácticas que abarcan dimensiones económicas, sociales, ambientales, políticas, comunitarias u holísticas” y que “existe una visión general común, valores y principios compartidos que se pueden encontrar en todo el mundo” tendientes a construir “una alternativa a la economía de mercado del capitalismo, dirigida a la transformación, ciudadana y de rápido crecimiento, que aspira a un cambio sistémico para construir una economía y una sociedad al servicio de la gente y del planeta.” (disponible en <http://www.ripess.org/que-es-la-ess/es-economia-social-solidaria/>)

### **3.1.1. Redes, movimiento de economía solidaria y lo público no-estatal**

Siguiendo esta línea de pensamiento que descentra a los mercados y sus leyes de la concepción económica para reintegrarla al conjunto social y la satisfacción de necesidades vitales, Euclides Mance (2008) elige hablar de *colaboración solidaria* para abarcar en esta concepción los tres niveles: el económico, el político y el cultural dando cuenta de la complejidad del modelo de redes que conforma este movimiento dentro del horizonte del *bienvivir*, al que define como

el ejercicio humano de valerse de las mediaciones materiales, políticas, educativas y *de información*, no sólo para satisfacer éticamente necesidades biológicas y culturales, sino para garantizar éticamente la realización de todo lo que se pueda concebir y desear por la libertad personal y que no niegue la libertad pública. (pp.31-32)

Desde la economía solidaria se problematizan los modos de producción, de circulación y consumo de bienes y servicios, su impacto social y ambiental. Mance clasifica tres tipos de consumos: el *alienante*, promovido en forma masiva por la compulsión publicitaria que crea necesidades de mercancías cargadas de simbolismo de prestigio y que están más allá de los objetos; el *forzoso*, que busca estirar el salario priorizando la cantidad a la calidad; y finalmente el *solidario*, en donde el consumo resulta una *mediación del bienvivir*, y donde la selección se da

atendiendo el bienestar personal y colectivo, generando empleos locales y preservando el ecosistema (Mance, 2008, p.42). Por lo tanto, el consumo solidario inscripto en esta lógica, recupera una búsqueda más amplia que la mera resolución de las necesidades materiales, poniendo en el horizonte el *bien común* y con éste la ampliación de la esfera de lo que el autor describe como el *Sector Público No-estatal*, es decir, la “esfera de relaciones en la sociedad civil en la que se realizan incontables acciones encaminadas a garantizar soportes materiales, políticos y culturales necesarios para la realización de las libertades públicas y privadas.” (Mance, 2008, p.36). Aquí radica lo novedoso de este movimiento anclado en las *redes de colaboración solidaria*, donde el vínculo recíproco entre integrantes conlleva una corresponsabilidad por el bien vivir de todos y cada uno, buscando ampliar el ejercicio de las libertades y de lo público.

El concepto de *red* es central para este autor, y lo será también para explicar la importancia que el programa *Ecosol* ha jugado como facilitador en el fortalecimiento del movimiento en México. Mance pone particular atención en explicitar conceptualmente qué se entiende aquí por red y sus características. La red, según el autor, es “una articulación entre diversas unidades que, a través de ciertas conexiones, intercambian elementos entre sí, con lo cual se fortalecen recíprocamente y se pueden multiplicar en nuevas unidades” (Mance, 2008, p.38). Caracteriza las redes como sistemas abiertos, que se auto-reproducen, son *intensivas*, en la medida que pueden crecer en el lugar donde actúan, y *extensivas* porque a su vez pueden expandirse a otros territorios promoviendo el surgimiento de nuevos nodos ampliando su alcance. Además, las sostiene la *retroalimentación*, de tal modo que los nodos desarrollan la propia red, ampliándola a más personas en un círculo virtuoso, creando así nuevos nódulos que a su vez fortalecen el conjunto.

Esta retroalimentación al igual que la comunicación, requiere que los roles dentro de la dinámica de intercambio no sean estancos, siendo todos productores y consumidores *al mismo tiempo*. El concepto de *prosumidor*, ya mencionado en el capítulo uno, vuelve a aparecer aquí vinculado a los espacios de economía solidaria, para describir el doble rol de quienes conforman mercados solidarios e interdependientes.

Esta idea dinámica, horizontal, rizomática en su conformación, muestra las nuevas dinámicas de los movimientos sociales en las primeras dos décadas del siglo XXI. En ellos la circulación de información es central en la retroalimentación que los caracteriza, sirviéndose de todas las plataformas digitales, así como todas las formas de comunicación para desplazar a las mediaciones centralizadas por líderes o comisiones, accediendo directamente a los otros nodos o personas de la red.

El movimiento de Economía Solidaria en el mundo se nombra a sí mismo en el primer Foro Social Mundial de 2001. En México es heredero y ampliación de organizaciones preexistentes como la Red Mexicana de Comercio Comunitario (REMECC) es en 2002 cuando se conforma la Red ECOSOL, tras el primer encuentro de Economía Social y Solidaria realizado en la Ciudad de México.

En el mismo confluyeron grupos relacionados a las finanzas sociales, organizaciones entre los que había grupos de economía social, cristianos de las comunidades de base y no cristianos de diversos orígenes, productores, académicos, ecologistas, indígenas y activistas altermundistas, muchos de ellos participantes del Foro Social Mundial. Desde entonces se continuaron varios encuentros nacionales.

Según relata en entrevista Luis Lopezllera (2013), impulsor de la revista *La otra bolsa de valores* y de la Red de Vida Digna, estos encuentros fueron nueve, y se realizaron en distintos puntos del país tales como Dolores Hidalgo, Tlaxcala en dos oportunidades, Cuernavaca, Distrito Federal, Aguascalientes, Tuxtla, Morelia, San Juan Parangaricutiro, siendo el último en Tlaxcala en 2006, de donde son muchos de los referentes que dieron forma al movimiento como Félix Cadena, los hermanos ecologistas Ofelia y Rogelio Coba, Ana Medina y Héctor Parker y Laura Collin.

Entre los grupos promotores que integraron la Red Ecosol estuvieron: los miembros del Centro de Desarrollo Agropecuario (CEDESA), de Promoción del Desarrollo Popular (PDP) y los suscriptores de su periódico *La otra Bolsa de Valores* y la Red Tláloc, el Centro Nacional de Misiones Indígenas (CENAMI), académicos de Tlaxcala, Chiapas, el DF, Puebla; la Alianza de Cooperativas Nacional (ALCONA); el Centro de Estudios y Comunicación Audiovisual (CECAC) y

ecologistas de distintas regiones. Este espacio tuvo también el apoyo de referentes de otros países tales como Marcos Arruda y Euclides André Mance de Brasil, Pierre Johnson de Francia y Eloisa Primavera de Brasil-Argentina.

### **3.1.2 Concepción del programa**

Los compromisos democráticos expresados en los *Principios y fundamentos de Radio Educación* como medio de servicio público fueron, en parte, la motivación para impulsar un programa vinculado a la diversidad y pluralidad de los diferentes sectores, en este caso, del movimiento de economía solidaria en México.

A partir de la experiencia previa realizada en canal 11 del Politécnico con un programa de divulgación científica, Parker se propuso implementar para *Ecosol* un esquema de producción en donde exista una persona capacitada en el tema y en articulación permanente con el movimiento, avocada a la pre-producción de los contenidos, adecuándolos para desarrollar un lenguaje radiofónico, dirigido a un público diverso y amplio; y por otra parte un equipo profesional capaz de llevar adelante la producción técnica del vivo de manera coloquial, atractiva y profesional. En la concepción del programa se visualizó la posibilidad que estas redes emergentes pudieran darse a conocer y ampliar su red, compartir experiencias y mantenerse comunicadas desde un programa radial de servicio público que propicie en los oyentes a la búsqueda de otros modos de consumo. “*Ese papel del programa no pretende que desde el día siguiente ya todo cambie. Se está hablando de prácticas, hechas desde un marco teórico, que a su vez están en construcción*”, dice Héctor Parker (2014) en entrevista.

En el espacio semanal de *Ecosol* confluyen el profesionalismo de un medio de servicio público *estatal* como Radio Educación y la articulación de experiencias y reflexiones de un movimiento en construcción que aglutina diversas redes alternativas, ya sean estas productivas, de comercialización directa, de consumo, o de cuidado ambiental tendientes a un estilo de vida más cercano al consumo solidario, inscriptas en lo ya definido como *lo público no-estatal*. Así como en el capítulo anterior se retomó la caracterización de las radios no-comerciales como las *otras radios*, esa misma alteridad que se expresa como contrapunto a una tendencia dominante, el movimiento de economía solidaria retoma el lema instituido en el Foro

Social Mundial con la paráfrasis *otra economía es posible*. Por lo que en la *otra* radio se expresa la *otra* economía, ambas fuera de la lógica del lucro comulgando ambos en un horizonte ético tendiente al bien común.

### 3.2. Características del programa y análisis de la producción

El programa *Ecosol* busca dar la voz a distintos protagonistas del mundo de la economía solidaria, traduciéndolo a un lenguaje coloquial. Que sea en vivo permite mantener la frescura y tensión de un programa vital. Parker (2014) cuenta que fue puesto en un horario *flojo*, mitad de semana, a las 12 del día, apostando a *que lo escuche quien le interesa*.

Ecosol se sitúa entre un bloque de programación musical y el noticiario de la tarde. De 12 a 13 horas, en un horario donde Radio Educación cuenta con una barra programática de información útil para mejorar la calidad de vida. Tal es el caso de los programas: *Aprendiendo en familia*, medios y remedios para vivir en armonía, que se emite los lunes; *Escucha tu cuerpo*, revista radiofónica que aborda temas de salud, sexualidad y derechos humanos y se emite los martes; *Paisaje interno*, los jueves, dedicado a temas de salud emocional y psicológica abordados desde la psicología social; y *Diabetes y yo* (antes *Con D de diabetes*) los viernes, pensado para informar a personas con diabetes, familiares y público interesado en una enfermedad que afecta a casi el 10% de los mexicanos.

Se transmite por todas las plataformas de Radio Educación y se retrasmite, además, por Radio Calpulalpan de Tlaxcala y la radio del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE).

11:55-11:57	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					11:55-11:57
11:57-11:59	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					11:57-11:59
11:59-12:01	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					11:59-12:01
12:01-12:03	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:01-12:03
12:03-12:05	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:03-12:05
12:05-12:07	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:05-12:07
12:07-12:09	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:07-12:09
12:09-12:11	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:09-12:11
12:11-12:13	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:11-12:13
12:13-12:15	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:13-12:15
12:15-12:17	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:15-12:17
12:17-12:19	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:17-12:19
12:19-12:21	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:19-12:21
12:21-12:23	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:21-12:23
12:23-12:25	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:23-12:25
12:25-12:27	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:25-12:27
12:27-12:29	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:27-12:29
12:29-12:31	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:29-12:31
12:31-12:33	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:31-12:33
12:33-12:35	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:33-12:35
12:35-12:37	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:35-12:37
12:37-12:39	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:37-12:39
12:39-12:41	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:39-12:41
12:41-12:43	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:41-12:43
12:43-12:45	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:43-12:45
12:45-12:47	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:45-12:47
12:47-12:49	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:47-12:49
12:49-12:51	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:49-12:51
12:51-12:53	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:51-12:53
12:53-12:55	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:53-12:55
12:55-12:57	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:55-12:57
12:57-12:59	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:57-12:59
12:59-13:01	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					12:59-13:01
13:01-13:03	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:01-13:03
13:03-13:05	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:03-13:05
13:05-13:07	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:05-13:07
13:07-13:09	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:07-13:09
13:09-13:11	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:09-13:11
13:11-13:13	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:11-13:13
13:13-13:15	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:13-13:15
13:15-13:17	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:15-13:17
13:17-13:19	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:17-13:19
13:19-13:21	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:19-13:21
13:21-13:23	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:21-13:23
13:23-13:25	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:23-13:25
13:25-13:27	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:25-13:27
13:27-13:29	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:27-13:29
13:29-13:31	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:29-13:31
13:31-13:33	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:31-13:33
13:33-13:35	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:33-13:35
13:35-13:37	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:35-13:37
13:37-13:39	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:37-13:39
13:39-13:41	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:39-13:41
13:41-13:43	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:41-13:43
13:43-13:45	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:43-13:45
13:45-13:47	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:45-13:47
13:47-13:49	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:47-13:49
13:49-13:51	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:49-13:51
13:51-13:53	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:51-13:53
13:53-13:55	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:53-13:55
13:55-13:57	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:55-13:57
13:57-13:59	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					13:57-13:59
14:00-14:02	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:00-14:02
14:02-14:04	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:02-14:04
14:04-14:06	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:04-14:06
14:06-14:08	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:06-14:08
14:08-14:10	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:08-14:10
14:10-14:12	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:10-14:12
14:12-14:14	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:12-14:14
14:14-14:16	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:14-14:16
14:16-14:18	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:16-14:18
14:18-14:20	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:18-14:20
14:20-14:22	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:20-14:22
14:22-14:24	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:22-14:24
14:24-14:26	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:24-14:26
14:26-14:28	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:26-14:28
14:28-14:30	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:28-14:30
14:30-14:32	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:30-14:32
14:32-14:34	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:32-14:34
14:34-14:36	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:34-14:36
14:36-14:38	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:36-14:38
14:38-14:40	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:38-14:40
14:40-14:42	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:40-14:42
14:42-14:44	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:42-14:44
14:44-14:46	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:44-14:46
14:46-14:48	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:46-14:48
14:48-14:50	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:48-14:50
14:50-14:52	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:50-14:52
14:52-14:54	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:52-14:54
14:54-14:56	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:54-14:56
14:56-14:58	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:56-14:58
14:58-15:00	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					14:58-15:00
15:00-15:02	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:00-15:02
15:02-15:04	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:02-15:04
15:04-15:06	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:04-15:06
15:06-15:08	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:06-15:08
15:08-15:10	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:08-15:10
15:10-15:12	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:10-15:12
15:12-15:14	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:12-15:14
15:14-15:16	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:14-15:16
15:16-15:18	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:16-15:18
15:18-15:20	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:18-15:20
15:20-15:22	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:20-15:22
15:22-15:24	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:22-15:24
15:24-15:26	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:24-15:26
15:26-15:28	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:26-15:28
15:28-15:30	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:28-15:30
15:30-15:32	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:30-15:32
15:32-15:34	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:32-15:34
15:34-15:36	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:34-15:36
15:36-15:38	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:36-15:38
15:38-15:40	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:38-15:40
15:40-15:42	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:40-15:42
15:42-15:44	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:42-15:44
15:44-15:46	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:44-15:46
15:46-15:48	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:46-15:48
15:48-15:50	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:48-15:50
15:50-15:52	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:50-15:52
15:52-15:54	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:52-15:54
15:54-15:56	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:54-15:56
15:56-15:58	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:56-15:58
15:58-16:00	TIEMPO Y ESPACIO (EN VIVO)					15:58-16:00

Detalle de la programación de Radio Educación en el horario de lunes a viernes al mediodía

El equipo de producción está conformado por: en la pre-producción Ana Medina como *coordinadora de contenidos y vinculación* con el movimiento de economía solidaria, quien tiene a su cargo la elaboración de las preguntas que guiarán el encuentro con los invitados; en la realización del vivo Felicitas Vázquez Nava y Lourdes Garzón en la asistencia; en la conducción Natalia Luna y Roberto Nájera, quien además opera la musicalización; en la operación del audio está Gonzalo Arteaga y en Gabriela Castillo Reséndiz es describir en contenido del programa y alojarlo como *podcast*.

Conducido por un locutor y una locutora profesionales del plantel de la radio, su rol es llevar con un ritmo íntimo y coloquial las preguntas que develan el quehacer cotidiano, las búsquedas y motivaciones de la experiencia que comparten los invitados.

El esquema del programa es sencillo. Consiste en una entrevista de profundidad sobre un tema conceptual o sobre una práctica o experiencia colectiva que forme parte de este movimiento en construcción. Se brinda también información sobre actividades de la semana, convocatorias y, haciendo uso de las ventajas de ser un programa en vivo, se abren espacios para la co-participación de los radioescuchas, muchos de los cuales son participantes y curiosos de este movimiento. Los bloques no tienen un tiempo estricto, pero procuran ser cuatro. Se busca alternar la palabra hablada con un tema musical preferentemente alusivo a la entrevista o a alguna circunstancia contextual.

*Ecosol* logra dar información, conocer distintos grupos o emprendimientos vinculados a esta práctica y ponerlos en contacto con los radioescuchas, respetando que cada grupo se muestre para que la audiencia los conozca. Su enfoque es novedoso porque ofrece desde distintos ángulos una profunda crítica al consumismo, pero no desde una agitada denuncia o el boicot reactivo, sino desde el gran desafío de visualizar las experiencias creativas que surgen como respuestas al ir cambiando la forma de consumir y resolver necesidades básicas y cotidianas.

Parker (2014) identifica en la radio tres programas que han marcado la diferencia en el medio: uno, el programa infantil *De puntitas* conducido por Emilio Ebergényi, al revolucionar la forma de pensar la relación y el trato con los niños y que acompañó a toda una generación; dos, la *programación musical* de la radio



cuando dio un giro hacia la música latinoamericana, imposible de escuchar ni en Radio Universidad, ni mucho menos en las radios comerciales; y el tercero es *Ecosol*, porque se habla de un tema tabú como es la economía en una dimensión cotidiana, y porque es actual, volviéndose un camino esperanzador de propuestas viables a escala humana. En el caso de *Ecosol* es claramente un programa de servicio público y por esta misma razón desalienta cualquier intento partidario o comercial de apropiarse del mismo. Una de las características que *Ecosol* asumió es dar la palabra a los diversos actores del movimiento, partiendo de la premisa que este está en construcción y que la experiencia debe servir para socializarse y, como ya se dijo, no para lucrar o usar a los seguidores con fines clientelares o partidarios.

María Felicitas Vázquez Nava dice respecto del programa:

*Ecosol* tiene que ver con organizaciones que están trabajando hace años, y también con organizaciones de campesinos, indígenas, investigadores, profesionales, con otra visión de la economía, con otra visión de las necesidades de la vida, la promoción de valores y de un vivir bien. Se promueve la solidaridad, el trueque, la ayuda mutua, recíproca, el trabajo colectivo, el *tekio*... (Radio Educación, 2008, p.154)

En el caso de *Ecosol*, el desafío es poder abordar teoría de la economía social pero oficiar al mismo tiempo como ventana al mundo de experiencia y prácticas en alimentación, salud, vivienda, formas de organización y redes productivas solidarias, sistemas de intercambios y finanzas alternativos, trueque y multitrueque, y en general experiencias enmarcadas dentro de búsquedas alternativa o, como dice su cortina musical de inicio y final: *otro mundo, otra vida, otra solución*. Se puede considerar la producción del programa a través de dos momentos: la pre-producción de contenidos temáticos y la adecuación para el gran público diverso, por un lado, y la realización del vivo, en este caso coordinando los tiempos, la conducción, musicalización, la recepción de llamados de los radioescuchas y su interacción en el programa, por otro.

### 3.2.1. La preproducción: coordinación de contenidos y vinculación

La preproducción exige estudio y actualización permanente del tema, indagando tanto en las investigaciones de los espacios de esta construcción como en las prácticas, sus marchas y contramarchas.

Al respecto, Ana Medina (2014), Integrante de la Red Ecosol a través del Centro de Estudios y Comunicación Audiovisual (CECAC) y coordinadora de contenidos e invitados del programa, describe en la entrevista que hay programas testimoniales o más prácticos y otros teóricos, *pero siempre hay un marco conceptual que procura que la experiencia no quede solo en una anécdota o cuestiones personales- emocionales*. Para lograr esto, asegura, se requiere *un trabajo previo al programa en vivo, por medio de una entrevista personal*. Aquí, el trabajo de preproducción es moldear una guía de preguntas sobre la cual transcurrirá la entrevista con el acuerdo del invitado. A este instrumento lo definiré como *escaleta dinámica*, ya que tiene un sentido orientador para que los locutores puedan hacer surgir en el diálogo con el invitado aquellos aspectos de su experiencia concernientes al tema convocante, pero sin caer en la anécdota.

La escaleta dinámica garantiza un recorrido: primero, sitúa al invitado o invitada en un contexto de origen y devela la motivación que lo llevó a la práctica, sus errores y aciertos; en un segundo momento comparte su vinculación con las redes economía solidaria; y termina con la propuesta y el modo en el que los oyentes pueden contactarlos.

El rol que actualmente lleva adelante Ana Medina es una innovación en materia de programas de servicio público. Requiere conocer a los grupos e investigadores que están inmiscuidos en el tema, reconocer los matices entre las economías sociales solidarias y otras economías alternativas cercanas en la búsqueda, pero sin vinculaciones extensivas en su quehacer productivo, o que carecen de un arraigo comunitario que permita su tránsito hacia la *economía del don*, es decir aquellas en donde la confianza hace innecesaria la reciprocidad inmediata, quedando abierta la satisfacción de necesidades dentro de la comunidad de tal modo que se transita de lo individual a lo colectivo bajo la premisa de que “quien

tiene da, quien necesita toma”.

Este rol de preproducción, que en este trabajo se definirá como *coordinación de contenidos y vinculación*, requiere la capacidad para oficiar la traducción entre el lenguaje del mundo que maneja el invitado y la adecuación a un lenguaje accesible para todo el público, así como la capacidad escénica de un iluminador para enfocar aquellos aspectos de interés público capaces de resonar en los radioescuchas y brindar un mensaje de esperanza y entusiasmo que invite a la participación activa. Este rol es *la mediación dentro de la mediación* que es en sí mismo el programa.

Medina explica que el programa se propuso como divulgación, servicio y orientación, teniendo entre sus objetivos:

1) Dar a conocer y difundir el campo específico de la Economía Solidaria en México;

2) Dar a conocer y difundir lo relativo a la “otra economía”, alternativa al capitalismo neoliberal expresada básicamente en América Latina y los países asiáticos durante el Foro Social Mundial;

3) Al dar a conocer experiencias concretas de las prácticas relacionadas a la Economía Solidaria, se promueva en los oyentes experiencias propias vinculadas a la conexión con la tierra y al *prosumo* transformando el esquema del “sólo consumo” o “solo venta” que caracteriza a la economía popular, atendiendo que la economía solidaria necesita profundizar la articulación de las *cadena productivas* en la resolución concreta de las necesidades; y

4) Difundir con metodología de trabajo académico y de divulgación del conocimiento el campo conceptual teórico de la economía solidaria (que no es un campo concluido, sino que está en construcción) y las diferencias con otras alternativas económicas como el comercio cooperativo y el comercio justo.

Ana Medina estudió abogacía en su Argentina natal, aunque su inclinación temprana se concentró en la divulgación y educación a través de las tecnologías. Tuvo la experiencia previa de lograr adecuar temas complejos a un lenguaje accesible para el público en general, a través del programa Graduados (año) de Canal 11 sobre divulgación científica. En el caso de Ecosol, precisa Medina “*la condición es que siempre se trabaja con realidades, con cosas que se están*

*haciendo*".

El material va surgiendo de los muchos grupos que trabajan, sin estar necesariamente afiliados a una gran organización, sobre la base de principios de la economía social, solidaria, de origen popular pero que han ido alejándose del mero mercadeo para pasar a vinculaciones productivas donde procuran resolver las necesidades localmente o con grupos de la región.

Una vez hecha la vinculación, la primera entrevista y la guía de preguntas o *escaleta dinámica* se confirma la fecha con el invitado y con la realizadora que tendrá el trabajo de coordinar el equipo para la salida al aire.

### **3.2.2. La realización en vivo**

*Ecosol* se realiza en vivo. Por el perfil del programa y las experiencias previas, el Ing. Parker convocó a María Felicitas Vázquez Nava, experta en el manejo de programas realizados en vivo. Ya traía larga experiencia en la radio con programas de interés social como *Panorama Folklórico*, *La caja de cristal* y *Ecología Doméstica*. Es conocida y apreciada por "su capacidad de convocatoria", la cual "le permitió agrupar a varios compañeros después del terremoto de 1985 para realizar trabajos de servicio a la ciudadanía afectada" (Radio Educación, 2008, p. 154). En *Panorama Folklórico* la propuesta ofrecía música entrelazada con historia mexicana y durante muchos años se consideró "pilar en la programación de la emisora". *La Caja de cristal* también fue un programa de servicio público producido conjuntamente con el Instituto Federal de Acceso a la Información, para divulgar la cultura de la transparencia, el acceso a la información pública y la rendición de cuentas. Acercándose a la temática de *Ecosol*, en otra serie llamada *Ecología doméstica* se organizaban tianguis, se pedían arboles a las delegaciones y se hacían campañas de reforestación, ahorro de agua, etc.

Aunque en la página oficial figura en el equipo como productora, lo cierto es que este caso cabe separar la producción de la realización, que en este caso no asumen la misma persona. José Antonio Calderón, en su tesina "La producción en Radio Educación" (2011, pp.60-63) precisa al respecto las diferencias entre la producción y la realización. Mientras que el productor es el responsable creativo,

diseña y genera los contenidos, el realizador se encarga de que el programa se lleve a cabo coordinando el desarrollo del vivo entre locutores, operador y musicalizador, siguiendo la escaleta. En el caso de *Ecosol*, por las características del esquema de entrevista de profundidad, los roles del equipo guardan otro equilibrio: la realizadora, si bien tiene la guía de preguntas cual escaleta, debe lograr que el desarrollo de la misma no pierda de vista el valor de la experiencia como práctica insertada dentro de las redes de economía solidaria; los conductores, por su parte, sacan a relucir su perfil entrevistador con el desafío de saber que el protagonismo debe ser de los invitados. Por esto la escaleta se vuelve *dinámica*: es una guía, trabajada previamente para develar en qué hacer foco para cumplir el propósito, al que el arte de los conductores le da vida bajo la coordinación de una realizadora con mucha experiencia y compromiso.

Durante el convivio de fin año con los oyentes de *Ecosol* realizado en las instalaciones de la radio, María Felicitas Vázquez Nava (2011) compartió su trayectoria profesional y la vinculación que desde siempre ha establecido con los radioescuchas. En el caso de *Ecosol*, la apreciación que María Felicitas tiene de sus radioescuchas es más clara, según compartió en la rueda de presentaciones en la convivencia con los radioescuchas el 7 de diciembre de 2011:

*Lo que veo en Ecosol son personas con más conciencia, más comprometidas, más serias, que están dispuestas a que este país siga flotando. (...) Tenemos el compromiso con este tipo de radio y con la radio que se hace acción, que se hace granja, que se hace viajes, en fin, que se hace vida...*

La realizadora del programa formó, además, parte del primer Comité Ejecutivo de la Agrupación de Trabajadores de Radio Educación (ATRE) en 1976. Desde entonces, su relación con el sindicato ha sido muy estrecha, al punto que, en el equipo de la producción de *Ecosol*, el primer locutor José Ángel Domínguez fue secretario general, así como Lourdes Garzón en dos ocasiones.

La conducción estuvo durante los cinco primeros años a cargo de José Ángel Domínguez y Connie Pasalagua. Desde 2013 los conductores son Natalia Luna y Roberto Nájera, siempre con profesionalismo y corrección, logran al mismo tiempo un clima cercano, fresco, de alguna manera cómplice. Su trabajo consiste

en desplegar la escaleta dinámica con el equilibrio de ir dando lugar también a lo que se desarrolla en la cabina, en particular cuando comienzan a entrar los llamados o mensajes por redes sociales de los radioescuchas.

Cabe recordar que la musicalización estuvo a cargo del legendario Vicente *Chente* Morales durante los primeros 9 años. Desde su retiro, ésta quedó en manos de Roberto Nájera, con música mayormente mexicana pero también latinoamericana. Varían sus estilos donde puede sorprender un tango, música brasilera, huapangos, sones, baladas, o músicas de los lugares más recónditos del país.

Los invitados terminan de conformar la magia del vivo junto a las interacciones de los radioescuchas. Muchas veces, la experiencia que se comparte tiene la suficiente fuerza para transmitirse por sí sola, aunque en estricto el manejo de la palabra del invitado no tenga grandes competencias discursivas. *Incorporando silencios y los modos propios de cada invitado*, la complicidad de un relato de la cotidianidad, con errores y aciertos opera en la identificación de los radioescuchas con tal impacto que, a pesar de ser radio, la palabra se resignifica y lo que subsana cualquier dificultad expresiva es el profesionalismo en la realización, la sensibilidad de los conductores e incluso, las oportunas y frescas intervenciones de la realizadora desde el otro lado del vidrio. El valor testimonial de la entrevista cobra sentido cuando trasciende lo anecdótico para convertirse en certeza de cambios posibles y mejorar la calidad de vida.

La interacción con el público se hace presente desde el inicio del programa por vía telefónica a la radio. La recepción de llamados de quienes se comunican a la cabina estuvo a cargo de Lourdes “Lulú” Garzón que sigue siendo parte de la producción. También hubo un teléfono 0800 para llamadas gratuitas disponible para pedir información en la semana sobre invitados, precisión sobre ferias, talleres, servicios o incluso para compartir de experiencias en el país, de prácticas afines a las inquietudes planteadas en el programa. Con el tiempo se reemplazó por la red social de *Facebook* o “la cara de libro” como la castellaniza Natalia Luna, (disponible en <https://www.facebook.com/EcosolRE>), que sirve también de vidriera para presentar previamente a quien llegará como invitado o invitada y al mismo tiempo para dejar habilitado el contacto posterior. El *whatsapp* de la radio, en cambio,

complementa al llamado telefónico.

Ecosol tiene radioescuchas perseverantes que permanecieron como seguidores a pesar de las dificultades técnicas que ha tenido la radio durante varios períodos con su página de internet durante 2013 o cuando sólo se emitía por amplitud modulada durante los primeros 10 años, con una recepción muy mala en AM por la saturación del espacio radioeléctrico en la ciudad de México. Por el horario, muchos no pueden escucharlo en vivo, pero la posibilidad de escucharlo desde cualquier lugar del mundo y en diferido a través del *podcast* fue, con los años, variando y ampliando la audiencia. Ya con su recepción en aparatos digitales y la transmisión por frecuencia modulada la audiencia del vivo también se ha ampliado.

Sin embargo, lo más importante del programa Ecosol es el alcance que tiene en la cotidianidad de sus radioescuchas por su aporte de contenidos variados, que resuelven tópicos de la calidad de vida y sobretodo que vincula e invita a la participación en actividades novedosas y vitales. *Ecosol* es un programa de servicio público, y por eso el mismo programa trasciende la propuesta inicial sin bajar una línea de pensamiento.

La audiencia también se hace presente en el doble rol que muchos protagonizan al ser, en algún momento, invitados a la cabina por participar en alguna práctica, o grupalidad, promoción o reflexión sobre algún aspecto en la construcción de la economía solidaria. Este doble rol, como en el *prosumo* del mercado solidario, refuerza un sentido de comunidad radial, que el equipo de producción y la radio como institución han ayudado a fortalecer a través de espacios de convivencia, tianguis y talleres llevados a cabo en las instalaciones.

### **3.3. Vinculación con los radioescuchas: un programa que te lleva a la acción**

Se mencionó que uno de los desafíos de los medios públicos es la vinculación con la ciudadanía y con los trabajadores del medio, brindar información y fomentar la participación. En *Ecosol* la estructura institucional, la tecnología, así como los trabajadores y sus oyentes se saben parte de la radio. Al respecto Ana Medina valoró en 2011 durante la convivencia de fin de año que

*Radio Educación es el fruto de un trabajo colectivo, de la cohesión de su personal, de la gente que está sindicalizada, que no cedieron al poder aún en las condiciones más adversas durante años, que quisieron hacer de esta radio otra cosa. Es una radio construida por su gente, y no por funcionarios. Es una radio de la gente que haciendo conciencia hace la radio y de un personal comprometido -locutores, operadores, realizadores- aunados con una audiencia activa.*

En este programa la vinculación ha trascendido muchas veces el mero espacio de su hora semanal, ampliándose a la celebración del aniversario del programa, convivencias de fin de año, talleres y tianguis solidarios que incluyen ejercicios con monedas feriales de multitrueke, como se verá a continuación.

### **3.3.1. Las convivencias**

Promovidos por la producción, a veces en los cumpleaños del programa en la primera semana de octubre o como cierre del año, los radioescuchas comparten momentos de encuentro *cara a cara* con los realizadores. Las voces se personifican, comprobándose que existen y son tan cercanos como el vecino. Algo quizás común en una radio de pueblo, pero menos habitual en una radio enclavada en el corazón de la Ciudad de México.

En estas convivencias se puede ver la diversidad de edades y condiciones de los radioescuchas del programa. La mayoría son personas que han desarrollado capacidades diversas tanto en lo profesional como en otras áreas vitales diferentes de su especialidad.

Así, por ejemplo, Calixto Ortiz, originario de Oaxaca, vive en Azcapotzalco, es carpintero y ebanista, pero también psicólogo social. *A todos los conocemos por la voz, aunque no nos habíamos conocido en persona*, dice en el micrófono de la rueda donde todos se presentan. Tiene proyectos de trabajo con gente en situación de calle. *Con el programa reaprendí el amor a mi tierra, a mi color, a mi gente*, concluye. Muchos radioescuchas como Calixto son nacidos en los estados, pero viven en Ciudad de México y el programa los reconecta con su origen. Otros ya son nacidos en los alrededores de la ciudad, con una ruralidad cercana en la memoria; en esos



casos el programa los ha sensibilizado respecto de su forma de consumir. Es el caso de Griselda, quien considera que *“le da más conciencia de cómo llevar la economía, procurando que lo que compramos sean productos locales, hechos por los vecinos, para que los recursos circulen en la comunidad”*. O el caso de Carmen Néquiz de Chimalhuacán a quien le emocionó escuchar hablar de los pavos porque, recuerda que cuando de niña no tenían dinero, pero comían los mejores guajolotes que criaba su mamá. Vivían en una zona que hoy se urbanizó y donde hay cada vez hay menos tierra disponible para la cría de traspatio. Para Esperanza, que vive en una unidad habitacional de la delegación Tlalpan, *la economía solidaria es un trabajo de todos los días*, y asegura que conocer a otros le da ánimos y entusiasmo para seguir y... esperanza.

En estas convivencias se observa de manera recurrente un doble rol de escuchas que a su vez han sido invitados en el micrófono. Es el caso de quienes producen, comercializan, investigan y se encuentran en esta comunidad de oyentes cada miércoles o en el seguimiento de los podcasts. Se conocen, saben de sus historias y sus búsquedas. Por ejemplo, Verónica Alcántara, ingeniera agrónoma y oyente del programa que cría guajolotes, codornices y gallinas. Produce el alimento para las aves y la composta para que sus cultivos sean orgánicos. Brinda talleres para la crianza de gallinas ponedoras de huevos e integra el tianguis orgánico de Chapingo.

Presente en el convivio, comparte su reflexión sobre su trabajo y la posibilidad de abrir su conocimiento: *Es un aprendizaje colectivo porque lo hace mi familia y de mi granja han salido muchas tesis. Esta actividad es la propuesta de decirles: ¡se puede producir alimentos sanos! Y además podemos brindar capacitación*. Con la misma disposición de socializar los conocimientos, Jovita Prado Villafañe también es ingeniera agrónoma, asesora de cultivos familiares, radioescucha del programa *desde que empezó* y también invitada en el micrófono. Impulsa la chinampa urbana para tener alimentos en las azoteas, dispone de semillas orgánicas y da asesorías en zonas de campo y también urbanas. Cercana, comenta: *En el programa pasan amigos, pasan conocidos. Escuchas algo interesante y a los días, en un evento, una feria, coincides en persona con el invitado que escuchaste. Si no lo conocías, ¡ahí lo conoces!* A partir del programa ha conocido otras personas que buscan integrar

en su práctica una huerta, en la ciudad o en zonas más rurales. En su experiencia como invitada comparte: *Llaman muchas personas del Estado de México, el DF, de Hidalgo, de Querétaro. Con muchas he llegado a dar asesorías, talleres de chinampa urbana. Es un espacio de vinculación que abre contactos.*

Javier Rodríguez, es arquitecto con una búsqueda hacia construcciones ecológicas, residente de Nezahualcoyotl. Junto con Roberto Santiago, Lionel y otros compañeros es promotor del uso del *huautli* o amaranto. El taller que promocionan es para dar a conocer los productos de amaranto que no muchos conocen y diversificarlos para su consumo como su inclusión en tamales, atoles, galletas. Procuran mostrar cómo se cultiva y cómo se cosecha. Proponen que la gente compre la materia prima en lugar de comprarlo hecho, y transformarlo para que quienes no tienen empleo lo autogeneren. Escuchan el programa *desde que empezó* y si durante el día no pudieron, esperan ansiosos que se suban los *podcasts* para saber quién estuvo. Integrante del taller *Aprendamos a utilizar el amaranto*, compartió durante el convivio:

*El programa nos acerca a quienes somos individuos urbanizados con el campo y los campesinos. El campo está muy cerca, tanto en provincia como en la ciudad. En mi caso, teniendo el antecedente que faltaba promoción ecológica en materia de arquitectura dentro de la Universidad Nacional Autónoma de México me relacioné con la Universidad de Chapingo y allí me enteré del programa Ecosol y Del campo a la ciudad. Me encuentro con mucha gente que sabe que lo rural no está lejano porque del campo nos alimentamos. Aquí se ve que el campo no está olvidado por la gente. Está olvidado por el gobierno, pero no por la gente. Allí te das cuenta de que en tu búsqueda no estás solo. Todos estamos en el mismo camino.*

Por su parte, Roberto Santiago del mismo grupo, se proclama como *radioescucha permanente de la radio*. Una de sus referencias es el programa *Ecosol* porque le gusta saber que en el país hay voces, opiniones, visiones, experiencias y acciones distintas y una forma de *inspirarse colectivamente*. Al respecto, dice:

*Eso me conmueve, alienta y reconforta para seguir realizando actividades de difusión como los talleres para aprender a utilizar el amaranto, la miel,*

*etc. Nos dimos a la tarea de invitar a la familia, a los amigos, a los vecinos, y así iniciamos en estas actividades porque mucho tenemos que aportar a la comunidad donde vivimos. Cuando escuchamos muchas voces, si ya tengo la idea, nos decimos, solo tenemos que hacerlo como ya lo están haciendo ellos. Es **un programa que te lleva a la acción.***

Otro radioescucha que ha participado del micrófono en varias ocasiones compartiendo su experiencia en el emprendimiento que lleva adelante con el ecoturismo alternativo y cultural es Francisco Ramos. En entrevista compartió:

*Este programa despertó tal interés en la gente que muchos radioescuchas aquí estamos en el convivio. De fondo se oye la voz de Felicitas acotando, precisando... eso da la sensación de una radio más doméstica con todo el profesionalismo que tiene la Radio Educación, pero con ese toque de un ambiente amistoso, fraterno donde todo el mundo interactúa... Esa cercanía de transmisores con receptores te trasciende como radioescucha en una forma muy emotiva. Aquí está la posibilidad de conocernos, de hablar, de convivir. ¿Cómo hacer una comunicación horizontal donde todos aprendamos de todos y todas y donde los mensajes que podamos transmitir nos ayuden a crecer, a bien vivir? Ecosol lo está logrando en una radio pública que es un desafío tremendo... Emilio (refiriéndose a Ebergenyi) decía por Radio Educación que era un oasis dentro del cuadrante. Y yo digo que Ecosol es un oasis dentro del oasis, porque es de los espacios donde encuentras esta interacción. Es como radio de pueblo. Lo que define a Ecosol es la reivindicación del individuo y del colectivo, y no la de personajes. Hay historias reales y cercanas que te llenan de confianza.*

En las convivencias, coexisten los nuevos radioescuchas con aquellos que ya tienen más tiempo como oyentes y como actores de alguna práctica solidaria. Hay diversidad de edades, orígenes geográficos, condiciones socioeconómicas, culturales. Hay intelectuales, amas de casa, profesionales que se han dado a buscar otros saberes. Surgen relaciones de amistad, de intercambio, de aprendizajes, de convivencia desde lugares diferentes, compartiendo música, palabras y también la comida. En estas convivencias los oyentes se conocen y reconocen.

### 3.3.2. Tianguis cultural de economía solidaria

Además de las convivencias de festejo, se realizaron varios Tianguis Culturales de Economía Solidaria en las jardineras de Radio Educación bajo el lema “la radio que nos acerca”. El primero se llevó a cabo 26, 27 y 28 de noviembre de 2008, tras celebrar el primer año de vida del programa; el segundo por las mismas fechas en 2009; en una tercera ocasión del 2 al 5 de marzo de 2011 de la que da cuenta la cobertura de Notimex (1 de marzo de 2011). Impulsados desde el programa Ecosol, la emisora acompañó estas convocatorias al tiempo que promueve su vinculación con la sociedad.

En las tres ocasiones, los tianguistas utilizaron como unidad de moneda ferial el *Ecosol*, utilizados por los prosumidores que ofrecían sus productos o servicios. Para quienes no, podían obtener sus *Ferías* en un centro de canje y evitar así el uso de dinero convencional dentro del espacio del tianguis.

La oferta de servicios y productos tuvo opciones diversas: turismo comunitario en más de 20 estados del país, ropa típica tejida y bordada, calzado en piel, sandalias, productos culturales, productos para la salud y la higiene, libros, artesanías en vidrio emplomado, alebrijes, aretes, joyería, alimentos típicos como tamales, mixiotes, tlacoyos. También se ofrecían actividades para los niños, culturales, recreativas y otras relacionadas a la medicina tradicional y naturista, el cooperativismo, multitrueke, banca solidaria, ecología, reciclado, y charlas sobre experiencias en otros países.

Asimismo, se dieron cita radioescuchas y amigos del programa que llegaron por la invitación difundida al aire. Según cuenta la información de Conaculta titulada *Economía solidaria: una forma distinta de comercializar y consumir se llevó a cabo en Radio Educación*, (disponible en <http://www.conaculta.gob.mx/detalle-nota/?id=2640#.UudL3LSjnIU>) asistieron no sólo radioescuchas de la Ciudad de México, sino también personas y organizaciones de zonas rurales. Cabe destacar que muchos de los participantes han compartido a lo largo de las emisiones su experiencia en el micrófono, con lo que el encuentro en las jardineras de la radio posibilita, de otro modo un *cara a cara* que le pone cuerpo a la voz del aire. Con estos antecedentes, la radio abre sus puertas a la Comunidad Multitrueke Mixiuhca

que, desde hace ya varios años, cierra el ciclo de intercambios realizando la feria mensual de diciembre en las jardineras de Radio Educación.

### **3.3.3. Talleres de Economía Solidaria**

El primer Taller de Economía Solidaria estuvo a cargo de Ana Medina coordinadora de contenidos del programa y la Dra. Laura Collin, antropóloga especializada en consumo y difusora de la Economía Solidaria. Para oyentes como María Luisa, Aurora, Gabriela, Kathia, Javier, Eugenia o Jesús, la convocatoria desde el programa los llevó a inscribirse y a participar hasta el final. María Luisa Zúñiga (2013) comenta al respecto: *“Venía escuchando a Ana Medina y a Laura Collin y quería conocerlas porque el efecto que tiene Ecosol es como una piedrita en el agua haciendo onda expansiva”*.

Laura Collin, en el inicio del taller, se presenta a sí misma como una apasionada del tema más allá de su rol como investigadora del Colegio de Tlaxcala:

*Me dedico a estudiar y difundir la Economía Solidaria. Voy a todos lados donde me invitan a que hable del tema y a donde no, voy y me ofrezco. Cualquier materia que me den a impartir término hablando de Economía Solidaria. Y lo importante: cobro en afectivo y no en efectivo. Es un gusto estar aquí en Radio Educación compartiendo saberes.*

El primer taller tuvo una frecuencia quincenal, iniciando a mediados de febrero de 2011. Consistió en 8 encuentros coordinados por Ana Medina y Laura Collin, y ponentes invitados como María Eugenia Santana para compartir la experiencia con monedas comunitarias, o el grupo de Salud y Naturaleza a cargo de Jesús Ramírez. Los talleres se orientan hacia la desmitificación de la economía como algo separado de la sociedad, y entendiendo que la satisfacción de necesidades básicas se puede propiciar dentro de la comunidad. Para ello se busca sensibilizar sobre el consumo de la ropa, el calzado y los alimentos reconstruyendo para ello la *biografía del producto*, el irracional uso del petróleo para su transporte y comercialización, y las condiciones de trabajo de los productores. También se busca identificar distintos tipos de necesidades: tanto los materiales como las culturales, relacionales y los modos comunitarios de satisfacerlas.

El objetivo principal en los talleres, según Ana Medina (2014), es *poner en valor la producción local, las cadenas productivas, el lugar que cada participante ocupa en ellas en tanto prosumidores*. Pero más allá de los contenidos del curso, el valor de los talleres es poner en contacto a los oyentes entre sí y abrir el espacio de la radio a la participación ciudadana.

## **CAPÍTULO 4: Ecosol y la participación ciudadana en la radio pública**

Las entrevistas con oyentes del programa se han hecho a partir de un mismo cuestionario, con preguntas semiestructuradas de cuyas respuestas surgieron cotidianidades plenas de intimidad. En este capítulo se da cuenta de esos procesos que desata la fuerza testimonial de los invitados del programa en los oyentes. Para ello se presentan, primero un breve análisis de las preguntas cerradas de los cuestionarios; luego, las voces tejidas en una suerte de entrevista colectiva, donde se han tomado los elementos relevantes que dan cuenta cualitativa de la utilidad social del programa; y para terminar la reflexión sobre la apuesta del entramado público estatal y ciudadano que resultó del estudio de caso. En los anexos 3 y 4 se describe la información de las entrevistas y las preguntas realizadas.

### **4.1. Breve análisis de las entrevistas**

Entre los hallazgos que resultaron de las entrevistas, se puede resumir:

a) Que los oyentes llegan al programa por ser escuchas habituales de la emisora, o por recomendación específica de vecinos, colegas o amigos.

b) La convergencia ha ampliado la escucha ya que la mayoría, lo escucha con frecuencia el mismo día de emisión o en la semana a través del *podcast*. Si no escucharon el programa, saben quién estuvo por las redes del programa o por alguien de su cercanía que también es oyente.

c) Hubo una notoria mejora con las adecuaciones tecnológicas que sumaron el *podcast* en 2015 y la frecuencia modulada en 2017, porque la mayoría escuchaba Ecosol por internet, dada la mala calidad de la señal de amplitud modulada. Muchos radioescuchas siguen hoy el programa desde sus celulares, y pueden compartirlo o promocionarlo más fácilmente multiplicando la escucha.

d) Más de la mitad de los oyentes participaban de alguna actividad vinculada a la economía solidaria en la primera entrevista en 2013, y con los años, no solo permanecieron, sino que fueron sumando personas de su entorno cercano, tanto en la promoción de actividades como en la escucha de Ecosol.

e) Todos se han vinculado con otros oyentes a través de tianguis, cursos o encuentros culturales.

f) Los oyentes encontraron en el programa: *ventanas* por donde tener nuevas miradas; información útil sobre actividades de su interés; invitados que ayudan a *ponerle palabras* a lo que ven; sorpresa de cómo otros resuelven cosas que ellos mismos no habían sabido cómo.

#### 4.2. Los oyentes hablan

Muchas veces el hartazgo y la frustración son un impulso para buscar y encontrar nuevos caminos. Claudia Caballero estudió economía al igual que Víctor Bernal, su esposo. Tras varios años de trabajo en finanzas sintió el hartazgo. Acababa de salirse del trabajo, cuando desde su departamento de la colonia Buenavista, escuchando Radio Educación, el programa Ecosol “la capturó”. Atenta a seguir la propuesta, escuchó la entrevista a dos mujeres campesinas del Centro de Desarrollo Agropecuario en Dolores Hidalgo en Guanajuato. Quedó sorprendida de la claridad con la que explicaban el trabajo comunitario y la economía local, y la alegría con la que invitaban a su Feria Nacional de productores y consumidores *Por una vida digna y sustentable*. Claudia cuenta: *Yo estudié economía, y podía escuchar a muchos académicos, pero la claridad y pasión de estas mujeres traslucía la entrega de vida que habían hecho. Ese programa lo recuerdo mucho...*

Desde entonces Claudia comenzó la búsqueda de esas *otras* economías y esos otros modos de comunicar, con lenguajes accesibles. Buscó referentes teóricos en libros, experiencias como la Red Tláloc con las monedas comunitarias o las mujeres del Centro de Desarrollo Agropecuario de Guanajuato. Con Víctor y otros compañeros, impulsaron el *Tianguis Cultural y Ecológico* que devino en la *Comunidad Multitruke Mixihuca*, una propuesta que estuvo en sus inicios en el pueblo homónimo de la ciudad, y hoy es un semillero itinerante de economía solidaria que articula con otros proyectos alternativos y culturales. Actualmente, Claudia y Víctor son promotores del dinero comunitario y el multitruke, dando talleres y buscando nuevas formas de vida: ella es hacedora de panes y queso de soja y él hace huertos urbanos y tiene gallinas ponedoras en un predio comunitario rumbo a los volcanes.

El programa inspiró también a Deyanira Néquiz para evitar la tala de los seis



olivos que hereda del abuelo, al escuchar en la radio experiencias de otros que aprendieron a producir e intercambiar de maneras diferentes, al saber de mercados alternativos y solidarios. Cuenta que el testimonio de Fidel Mejía Lara y su experiencia con las tunas, le dio fuerza e inspiración para seguir con paciencia y sin bajar los brazos: *entendí que los procesos no son de un día para otro –sonríe- y llevan tiempo y perseverancia. Todos quieren resultados rápido... pero no, todo lleva su tiempo.* Junto a su madre Carmen y su tío Nicolás, empezaron a escuchar Ecosol desde Chimalhuacán, Estado de México a través del *boca a boca* que les llegó de otros compañeros promotores del *huautli-amaranto* y la miel de abejas.

A Nicolás, muy *oidor* de Radio Educación desde joven, lo que más le gusta además de la música, es que sea *una radio que sirve a la gente, porque no está involucrado ningún partido político.* Aunque dice que no se reconoce como productor, el volver a vender olivos lo entusiasma: *mi padre le vendía aceitunas a los judíos y los árabes, pero sus nietos ya no nos compran.* El programa Ecosol lo sorprendió y asegura: *Para mí es una novedad, porque a partir del programa y los talleres hemos difundido lo que hacemos,* concluye. Con la inspiración de los talleres del amaranto, Deyanyra Néquiz da hoy talleres llamados *Aprendamos a utilizar el fruto del olivo*, con un costo solidario que le permita recuperar materiales.

Carmen relata una anécdota: una oyente de Ecosol que vive en la salida a Cuernavaca, le avisó a su hermana del taller anunciado al aire para aprender a utilizar el olivo, con el fin de asistir juntas. La hermana en cuestión resultó vivir a dos cuadras de los Néquiz, en San Lorenzo y no sabía que tan cerca de su casa existían olivos. *Con el taller –dice Carmen- hemos aprendido muchas cosas buenas, difundiendo lo que tenemos, ofreciendo los productos que fuimos aprendiendo a hacer como jabones y cremas.*

En la medida que los oyentes se van involucrando tienen la posibilidad de ser también invitados, o de aprovechar el espacio para dar difusión a ciclos de *cinedebate* sobre monedas alternativas, nuevas ferias, talleres, ejercicios de *multitruেকে* en universidades, proyectos productivos o de comercialización, o compras comunitarias. *La primera vez que fuimos al programa –comenta Claudia- fue cuando recién empezaba la feria en Mixiuhca, con la propuesta de Tianguis Cultural y multitruেকে. Al segundo tianguis lo anunciamos en el programa y llegó*

*muchísima gente. Es todo un proceso en el que te haces preguntas sobre el rumbo que vas a seguir, y en la práctica se aclaran, pero surgen nuevas incertidumbres. Y por lo mismo, cada programa es una experiencia diferente.*

Así, *los proyectos se van enamorando*, dice Eva Hernández. *La casa de las sábilas* en Nezahualcóyotl primero, el *Colectivo Solidario Flor de Maíz* en San Vicente Chicoloapan y las prácticas de multitrueke en la reserva ecológica de Miravalle después, se replican en espacios estudiantiles como la preparatoria Nro.55 y que, según Eva, *se va dando un proceso en construcción*. Ella, al igual que Gilda Gallego de *La casa de las sábilas*, también son oyentes del programa y han compartido sus experiencias en el micrófono. Eva recuerda que la primera vez que fue al programa en 2016 fue para contar los inicios de *Flor de Maíz* y desde entonces otros se sumaron como oyentes y participantes del intercambio mensual en su barrio.

Antonio Trejo vive al sur de la ciudad, pero se acercó a Chicoloapan a conocer la *Chiquiparcela*, la pequeña pero milagrosa huerta que la familia Hernández tiene en su terreno, en el mismo predio donde inició el multitrueke mensual. Antonio es contador de profesión y escucha el programa en podcast cuando el trabajo le impide hacerlo en vivo o cuando el tema lo motiva a reescucharlo. A partir del programa fue cambiando su mirada y estilo de vida sobre el que reflexiona: *con esta visión de la economía solidaria la cuestión no es comer mucho sino alimentarse bien, no es divertirse en el despilfarro, sino que puedas divertirse en tu casa viendo una buena peli, o incluso platicando o armando rompecabezas hasta medianoche entre todos*. Y concluye: *Bienvivir es la calidad de tiempo en la convivencia*.

Los testimonios dan cuenta de la esperanza que reaparece en medio de noticias donde el tejido social queda rasgado por la violencia y la corrupción. En los espacios de economía solidaria se ponen en juego valores que no se miden en dinero, y capacidades que “el mercado” deja afuera. Al respecto María Luisa Zúñiga, que también es contadora, descubrió que no hace falta ser especialista en todo, y que muchos saberes recuperan su valor en relación con lo que puede servirle a los demás. Al principio creía que no sabía hacer nada para llevar al trueke, pero entendió que *lo que se trata de hacer –dice María Luisa- son cosas que sean útiles a los demás. Por ejemplo, ofrezco el servicio de contabilidad para los*

*compañeros de la feria, pero también llevo pan de zanahoria, salsas y mermeladas. Aprendió con el tiempo que puede ofrecer otras habilidades. Algo similar le ocurrió a Asdrúbal Torres, que conoció el programa escuchando Radio Educación hace ocho años. Por entonces hacía encuadernaciones artesanales, pero lo confrontaba tener que pagar para estar en una feria y poder vender. Cuenta que en el programa empezó a escuchar esto de crear tu moneda, y así vio que había otras alternativas de una economía amigable. Llegué a la feria de Mixiuhca –dice- y hasta mi madre terminó sumándose. Ecosol me ayudo a ver que existían más personas en búsqueda de un trabajo que los dignifique y que no solo sea para sobrevivir.*

Aprendió a hacer pan con las compañeras de Mixiuhca y se sumó al equipo panadero. Fue socio del café *El Tlacuache* en la Colonia Obrera hasta que la pandemia los obligó a cerrar. Sin embargo, sigue horneando sus panes dulces y salados que comercializa en la cooperativa de consumo *La Imposible* y comparte su saber panadero cuándo tiene oportunidad. *He vuelto la panadería y esta forma de hacer pan un estilo de vida* dice. Por eso es que los amigos lo han rebautizado: ahora le dicen *Asdru-pan*.

Víctor observa que en el programa no se da consejos sobre “lo que se debería hacer” sino que *se habla de cosas que se están haciendo*. Y agrega: *en el programa encuentras gente que está teorizando y aparte poniendo las manos a la obra en múltiples aspectos como: ecología, economía, educación...* Como le pasó a Deyanira, que hizo diplomados en la Universidad de Chapingo y procesó composta con los vecinos haciendo un trabajo de conciencia con la basura del barrio. *El programa Ecosol –comparte Deyanira- nos aportó para no ser tan consumistas, a aprovechar lo que tenemos, hacer intercambios con los vecinos, valorar las compras en el mercado local, y en particular al vecino que sigue produciendo algo, pero también cuidando el ambiente*. Un programa que conmovió a Deyanira fue cuando de la facultad de economía de la UNAM invitaron a conocer las monedas alternativas del Fausto y el Quetzal, un ejercicio de monedas alternativas que cada semestre organizan el Profesor Antonio Mendoza y la Profesora Claudia Valadez con sus alumnos. *¡No sabía ni qué era eso de las monedas alternativas, pero fuimos! ¡Y qué bueno si se pudiera hacer eso en San Lorenzo!*”.

Compartir la experiencia de una práctica corre los límites de lo posible y se complementa con la posibilidad de unirlo a la reflexión teórica y llegar, al mismo tiempo, a reflexiones íntimas en los procesos de cambio. Asdrúbal cuenta, como ejemplo, que cuando escucha a los invitados *más teóricos* le ponen palabras a lo que ve y siente. *Por ejemplo, Laura Collin -dice- va desmembrando las complejidades del sistema, con su análisis claro, advierte lo que hay que prever, lo de las leyes que se están aprobando, y la importancia de ocupar espacios y armar redes.* Por su parte Víctor, que se dice *más fan* del *podcast* que del vivo, se llevó una grata sorpresa al revisar los primeros programas y encontrar el testimonio de Paco Corral, con quien comparte cotidianidad en la huerta. *Me sorprendió mucho encontrarlo en uno de los primeros programas y cómo su reflexión sobre el hacer fue cambiando. Me di cuenta que, en la reflexión del programa, se puede conocer el pensamiento más profundo de la gente con quien trabajas, porque en general no tienes tiempo de esa escucha más íntima.*

Claudia narra la evolución de su vínculo con el programa. Al principio, la acercó la curiosidad por saber que existen estas prácticas como persona externa a la economía solidaria, sorprendida de encontrar en *una radio pública o de gobierno (sic) hablar de cosas críticas y con propuestas muy claras.* A partir de ahí fue el seguimiento a lo que se está haciendo como *una ventana para los mismos actores de la economía solidaria, del dinero comunitario... para saber lo que otros están haciendo.* Con el tiempo y el mayor compromiso en el mismo movimiento, llegó a la apropiación del espacio. Claudia concluye: *Hoy nos sentimos co-partícipes del programa porque dejamos de ser espectadores de las cosas. Si sigues enganchado es porque ya eres parte de todo un movimiento en donde la radio es un medio de vinculación y participación importante.* Una década después, aquella ventana por donde mirar es hoy la puerta de una casa que muchos oyentes sienten propia.

#### **4.3. Los hilos de la trama pública: lo estatal y lo no-estatal**

Es difícil abordar, hoy, el análisis de un programa radial sin hacer mención a cómo se imbrican las distintas plataformas del ecosistema mediático. Sin embargo, la simpleza de la radio, en el caso de *Ecosol*, permite llegar a un público amplio sin

requerir más competencias que encender un aparato o sintonizar la emisora en el teléfono, y que, a partir de allí, se van sumando posibles interacciones tanto con la producción como posteriormente con los invitados: llamar al teléfono de la radio y dejar un mensaje a la antigua, hacer un comentario en el “libro de caras”, mandar un *WhatsApp* o después de la emisión del programa visitar la web de los invitados, o mandarles un mail, o un mensaje por las diversas vías hoy existentes; y por qué no, hasta conocer la experiencia en persona haciendo una visita o tomando un taller. La disponibilidad del *podcast* prolonga en el tiempo, la apropiación del contenido al replicarse como audio compartido.

Así, la interacción trasciende al medio y las plataformas, porque el prosumo se traduce en un *ida y vuelta* donde la radio misma, y ya no solo el contenido, es apropiada por su audiencia como instrumento para ciudadanizar la política. La permanencia de *Ecosol* a lo largo de los años acompañó a muchos oyentes en pequeños y grandes cambios en su estilo de vida, y, en muchos casos, motivados por conocer más, se han ido involucrando con las redes de economía solidaria: en algunos casos como consumidores más selectivos, en otros como prosumidores, y hasta como promotores de las redes solidarias.

En relación con la radio, estos oyentes han pasado de un lado del receptor a conocer el otro, a compartir su experiencia al micrófono junto a quienes lo conducen. La interacción en redes o su consumo no siempre es lo que da cuenta del prosumo: en este caso, es un ciclo de más largo plazo que se da con el impacto cualitativo de la información en las y los oyentes que se congregan deseosos de comunidad. De esta manera, el doble rol del prosumo también llega a la radio, poniendo el cuerpo, el compromiso y la acción, donde queda involucrada la radio como institución con distintos modos de vinculación: convivencias de la producción con su audiencia en talleres, tianguis culturales y celebraciones de aniversarios o de fin de año, y donde la misma sede de la emisora es escenario de encuentros.

Al reapropiarse del concepto de *economía* que fue expropiado por los discursos neoliberales del *mercado* y la *competencia*, y hablar, además, de una economía que es *solidaria*, *Ecosol* convoca necesariamente a un imaginario colectivo alternativo. Al concebir la participación ciudadana desde un medio público, de ningún modo es posible entender al ciudadano como individuo, como sí podría

sucedan en un medio comercial, saturado de concursos, competencias y *rankings*. Sin publicidad y sin importar el rating, el programa tiene un efecto de resonancia “como de piedrita en el agua” decía la oyente María Luisa Zúñiga. Hay una identificación colectiva que comparte un horizonte y se expande de boca en boca desde hace más de doce años.

Los destinatarios de este programa son oyentes convocados al entramado ciudadano y a participar de *lo común*. La importancia de instituir un espacio radial para conocer experiencias motivadoras que se hacen realidad en distintas geografías y con diversas actividades, radica en estar fuera de la lógica del triunfalismo del mercado capitalista, y volverse referentes de bienvivir no solo para su comunidad local, sino para toda una comunidad de radioescuchas. Aquí, el rol del medio es permitir la disolución de un discurso para reconfigurar la mediación de nuevas ciudadanías, de tal forma que, la radio construye y legitima, además, nuevas posibilidades de vinculaciones económicas. El juicio individual se incorpora a un proceso colectivo, y, como decía la radioescucha Claudia Caballero en la reflexión final, se vuelve “parte de un movimiento donde la radio es un medio de vinculación y participación” que, lejos de enajenar, conecta.

Pero el espacio participativo de *Ecosol* no es solo radial, sino que es también social, y revoluciona dos lugares que parecen naturalizados: por un lado estimula la diversidad cultural y la renueva en los más jóvenes allí donde el neoliberalismo pretendió la uniformidad de la globalización, reestableciendo la acción ciudadana y desplazando *lo político* de su idea burocrático-institucional hacia el entretejido de la convivencia social; y por otro, sacude al entendido que economía es *sólo* lo macroeconómico y “los números”, y la vuelve cercana y ciudadana: puede ser por ejemplo, invitando a un consumo más solidario al dar a conocer la experiencia de productores locales que, con esfuerzo, cuidan la calidad de su producto y mantienen una cultura o la innovan con criterios ecológicos y sociales de producción; o puede ser con una compra que se deja de hacer en una tienda de capitales transnacionales y se redirige al productor local; o en el intercambio de una capacidad o saber que no tiene valor en el mercado capitalista, pero sí lo tiene para un entorno comunitario que lo necesita y valora, reparando el tejido social allí donde los discursos dominantes de competencia y acumulación drenaron la vitalidad local. Resignifica

con información lo que ya existía, mostrando circuitos de intercambio con nuevos criterios para elegir nuevas formas de crear valor.

En Radio Educación conforman la programación paisajes y tonalidades sonoras de un México polifacético y multicultural: combinan en la voz y la música los acentos regionales del país y el continente. Responden así al doble desafío de la radio pública de integrar las partes con el todo, destronando la centralidad capitalina que suele acaparar el micrófono. En el caso de *Ecosol*, las realidades del campo y la ciudad se equilibran revalorizando una ruralidad presente pero silenciada. Sus saberes se dan a conocer plenos de sentido acercando aromas, sabores y un sentir de abundancia muchas veces olvidados en la urbe. Así, les da la voz a actores y experiencias de todo el territorio, y en ellos también lo regional encuentra su brillo dentro del rompecabezas federal.

El programa logra identificación, sensibilización y la posibilidad de vincularse no solo como oyente del programa en sí; también en cada propuesta compartida por los entrevistados: invita a la acción, a participar de un tianguis, de una charla, una convivencia o de un taller. No promueve la individualidad, sino que motiva el fortalecimiento del tejido social y la participación ciudadana. Da voz a quienes sostienen redes de producción, circulación y consumo, o a quienes con sus redes o saberes promueven un cambio de conciencia cuidando la naturaleza y el bien vivir común. La fuerza testimonial de los invitados asegura que su relato no sea tergiversado o usado para otros fines. Invita y estimula al contacto directo con estos actores, volviendo la radio un espacio de mediación, sin pagar ni cobrar un solo peso.

Los hilos que conforman un tejido tienen dos direcciones: los hilos verticales que dan la estructura de la urdimbre; y los hilos horizontales que van entretejidos conformando la trama de tal modo que urdimbre y trama crean, en su conjunto, la obra final. De manera similar, la radiodifusión pública requiere de una urdimbre, una estructura y una partida presupuestaria, en este caso *lo público estatal* que brinda la institucionalidad para *lo público no estatal* vinculado a la ciudadanía activa y organizada, analogable con la trama. La urdimbre estatal sin su trama ciudadana resulta en una burocracia vacía y vertical con una legitimidad hueca. La trama ciudadana puede, a su vez, lograr en su entretejido con la estructura institucional

anclajes más consolidados y con mejor capacidad de sobrevivir al desgaste propio de la autogestión. Pero para que esto suceda el medio debe tener el interés de abrir un canal de vinculación con la ciudadanía, en este caso un movimiento social, y también el movimiento debe poder apropiarse del medio para potenciar su propio desarrollo.

El ritual de cada miércoles convoca a una audiencia que se sabe parte e identifica con quienes están en la misma sintonía: ya sean miembros activos en alguna organización o solo interesados por una propuesta esperanzadora que invoca la solidaridad y no teme exponer sus procesos con aciertos y errores. Existe un horizonte común donde el aprendizaje de uno enriquece a todos y, de cierto modo, se construye así una comunidad de oyentes que logra ampliar esa hora del programa radial *haciéndose vida*.

*Ecosol* funciona como una radio comunitaria. En este caso, lo comunitario, no se identifica con un territorio espacial, sino en el horizonte de prácticas y éticas posibles con la mediación que ofrece la radio, y sirviéndose de ella para *crear sentidos colectivos*.

Mastrini (2013) señalaba que en América Latina los medios públicos no supieron construir un vínculo con la sociedad para ser herramienta alternativa válida, tal vez por haber quedado atrapados en la urdimbre de la burocracia estatal sin capacidad de entrejarse con la trama ciudadana. En este estudio de caso, el programa *Ecosol*, al ensayar desde Radio Educación una articulación singular con un joven y diverso movimiento social como es el de Economía Solidaria, pueda dar pistas de cómo es posible que un medio público sea “herramienta alternativa válida”. Aquí, la radio pública, fortalecida con la participación ciudadana, se vuelve mediación material para un tipo de información que vitaliza el espacio común, la democracia y nos invita al bien vivir.



## A MODO DE CONCLUSIÓN.

Las motivaciones personales para este estudio de caso parten de la identificación que, aun con mi extranjería, tuve con Radio Educación en general y, además, con el afecto y la pertenencia que viví con el programa *Ecosol*. Cuando llegué a México en 2005, mi familiaridad con la radio me llevó a naufragar por el cuadrante defeño. Por afinidad estética y de contenidos, mi costumbre de escuchar radios públicas o comunitarias hizo que terminara escuchando Radio Educación o alguna estación del IMER. Con el tiempo fui conociendo mejor las programaciones, los horarios de los noticiarios, y los paisajes musicales con los que podía viajar y sorprenderme cada día. Paralelamente, mi experiencia con el trueque en Argentina durante la crisis del 2000 y mi cercanía con el movimiento agroecológico, hizo que fuera buscando a los movimientos afines en México, vinculados a tianguis orgánicos u otras formas de producir e intercambiar. En 2009, encontré este programa semanal de economía solidaria y por él me sumé a un mercado mensual de Multittrueque en la Romita, y luego al Multittrueke de Mixiuhca. Con el tiempo conocí al equipo del programa en un curso de Economía Solidaria que se dio en las jardineras de Radio Educación, en 2010.

Dos de mis intereses se unieron en *Ecosol*: uno, como oyente de radio y dos, como parte de un movimiento alternativo tendiente a formas de producción y consumos cuidadosas con la comunidad y con el ambiente, es decir, encontré la *otra* radio y la *otra* economía en un solo lugar.

Cabe señalar que esta investigación, aunque con otro enfoque, comenzó en 2013 con un proyecto que se vio interrumpido durante seis años en los que, por razones familiares, estuve Buenos Aires, mi ciudad natal. La retomé en 2019 con este nuevo proyecto que aquí presenté. La demora se transformó en la posibilidad de hacer un seguimiento a lo largo de siete años del programa. La tecnología jugó a favor, ya que me permitió seguir el programa y sus redes sociales a la distancia, así como dar seguimiento al quehacer de muchas experiencias cercanas para mí.

Cabe recordar que cuando el programa inició la convergencia se debatía sobre qué tipo de normas seguiría la radio digital en México, y cómo se irían adecuando las audiencias de la radio hablada que sólo estaban en amplitud

modulada. La última década nos obligó a todos, tanto productores de contenido como radioescuchas, a desarrollar nuevas competencias para aprovechar mejor la vinculación y el acceso a los contenidos.

En términos técnicos, el programa ha pasado por importantes cambios que de alguna manera sintetizan lo que ha experimentado la radio de manera general. Como expuse en el capítulo 2, al comienzo de las emisiones de *Ecosol*, la emisora sólo sonaba en amplitud modulada, con una saturación de señal donde la recep

ción era de mala calidad, fluctuante y desigual en diferentes puntos de la ciudad. Hoy, la posibilidad de escuchar a Radio Educación en forma digital, por varias plataformas, incluido el teléfono celular, subsanó la dificultad inicial, ampliando la señal a cualquier lugar del planeta en donde se disponga de internet. El *podcast*, a su vez, permitió que el contenido del programa estuviese disponible y fuera descargable en cualquier momento. Ni tiempo ni espacio son límites hoy para escuchar al programa. Lo que se requiere siempre es tener el interés y saber que existe.

Para cuando la radio parecía agonizar, el ecosistema mediático se reacomodó y la radio, una vez más sobrevive en su modo digital y de la mano de internet. Con el acceso a las redes, vino también la renovación de la audiencia radiofónica y el acceso de los jóvenes.

Los trabajos de la antropóloga Rosalía Winocur (2002 y 2007) y de Néstor García Canclini (1995 y 2019) han sido inspiradores para explicar la necesaria participación de la ciudadanía, y su voz a través de los movimientos sociales, para que la democratización de los medios sea efectiva. En esta investigación encontré el efecto multiplicador que puede alcanzar una producción nutrida con contenidos atractivos, originales, que promueven el fortalecimiento del tejido social y la participación con información, educación, pero también *con la posibilidad de conocer a otros y de darse a conocer*, de tal modo que se sientan invitados a la acción y a vincularse.

En términos institucionales y legales, México ha experimentado muchos cambios, que, al parecer irán dándoles a los medios públicos nuevas posibilidades de ser mediadores sociales. La creación del Sistema Público de Radiodifusión del Estado Mexicano en 2014 ha logrado despegar la radiodifusión pública del control

que tuvo por décadas de la Secretaría de Gobernación, y aunque siga existiendo la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía dentro de la Subsecretaría de Normatividad de Medios, su función ya no es tutelar. Al menos, lograr más independencia en la línea editorial fue un buen primer paso, al que debería seguir la decisión de apostar, con presupuesto suficiente, al desarrollo técnico y humano de los medios. Se suma a la creación del SPR otras instituciones que ya existían en algunas emisoras pero que con la nueva ley se vuelven mandato, como los Consejos Ciudadanos de cada radio y las Defensorías de la audiencia, instancias que buscan habilitar canales formales de expresión entre el medio y sus audiencias.

Mucho queda por hacer al repensar lo público como una integración de lo estatal y la heterogeneidad ciudadana, con sus distintos grados de organización y compromiso. Al hacerlo, la democracia se enriquece alentando la participación de sujetos reales y no sólo de perfiles algorítmicos que generan datos para el lucro o el uso político. Falta profundizar las conceptualizaciones de lo público no-estatal y ampliar la concepción de medios públicos, incluyendo a los medios ciudadanos, comunitarios, libres y autogestionados, pensando mecanismos institucionales para su apoyo material y técnico, como una forma de ampliar *lo público* más allá de *lo estatal*. El servicio público de radiodifusión se robustece, en este caso, logrando que los movimientos emergentes y sus redes encuentren en ellos una mediación vigorosa dándose a conocer, enriqueciendo los debates y las reflexiones sobre *lo común*.

Radio Educación se asume hoy como una institución capaz de enlazar y albergar diversidades y hacerlas parte, legitimando voces y en ese mismo acto legitimándose como medio de servicio público. El programa Ecosol, en la templanza de sus 13 años, sirve de referencia para confirmarlo. La idea del telar, como metáfora, puede sintetizar la potencialidad que tiene la sinergia entre el espacio público estatal y el espacio público no-estatal, logrando la ciudadanización de las instituciones y el servicio del medio como espacio reflexivo y articulador del ejercicio democrático.

Por esto, a noventa años de su enunciación, el desafío de Bertolt Brecht (1932) sigue vigente: deberíamos “intentar hacer de la radio una cosa democrática de veras” (p.50). Que así sea.

## Referencias bibliográficas

### DOCUMENTOS

#### a. DOCUMENTOS IMPRESOS

- Alva De La Selva, A. (1982) *Radio e ideología*. México: El Caballito
- (1989). Cap. 1 Del corazón del cuadrante nacional. La radio comercial de la Ciudad de México. En Reibeil Corella y Alva de la Selva, A. *Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la radio en México*. (pp.32-54). México: Ed. Trillas.
- Aicardi, R. (1981). Notas sobre la radiodifusión en América Latina, en Bassets, L. (editor). *De las ondas rojas a las radios libres*. (pp. 131-152). Barcelona: Ediciones Gustavo Gilli
- Basset, L. (Edit.) (1981) *De las ondas rojas a las radios libres*. Barcelona: Ed.Gustavo Gilli.
- Becerra, M. (2003) *Sociedad de la información: Proyecto, convergencia, divergencia*. Buenos Aires: Ed. Norma
- Becerra, M., García Castillejo, A., Santamaría, O. y Arroyo, L. (2012) *Cajas mágicas. El renacimiento de la televisión pública en América Latina*. Madrid: Ed. Tecnos.
- Brecht, B. (1932). Teoría de la Radio (1927-1932). En Bassets, L. (ed.) *De las ondas rojas a las radios libres*. (pp. 48-61). Barcelona: Ed. Gustavo Gilli.
- Calderón Adel, J. A. (2011). *La producción en Radio Educación*. México: Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Tesina de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.
- Collin Harguindeguy, L. (2012). *Economía Solidaria. ¿Capitalismo moralizado o movimiento contracultural?* Tlaxcala. México: Colegio de Tlaxcala, Ciencia Básica-CONACYT, Secretaría de Educación Pública-CONACYT.
- Crovi Druetta, D. (1989) El nuevo desafío. En Reibeil Corella, M. y Alva de la Selva, A. *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*. (pp. 257-263). México: Trillas.

- Esteinou Madrid, J. y Alva De La Selva, A. (Coord.) (2009). *La "ley Televisa y la lucha por el poder en México"*. México: Fundación Friedrich Ebert y UAM- Xochimilco
- Fernández Christelieb, F. (1991) *La radio mexicana. Centro y regiones*. México. Casa Juan Pablos.
- García Canclini, N. (1995) *Consumidores y ciudadanos*. México: Grijalbo.
- (2019) *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Alemania: CALAS.
- García Leiva, M.T. (2013). El futuro del espectro radioeléctrico: entre las políticas de comunicación y el mercado. En Guillermo Mastrini, Ana Bizberge y Diego de Charras (eds.). *Las políticas de comunicación en el siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. (pp.111-138). Buenos Aires: La Crujía
- Ibargüengoitia, A. (2008). Historia del sindicato y visión de sus dirigentes. En Radio Educación. (2008) *La historia reciente: Testimonios y memorias*. (pp.113-132). México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Jenkins, H., Ford, S. y Green, J. (2015) *Cultura transmedia. La creación de contenido y valor en una cultura en red*. Barcelona, España: Gedisa.
- Lechner, N. (2000) Nuevas Ciudadanías. [versión electrónica] *Revista de Estudios Sociales*. Nº 5 (2000) 25-31.
- León López, F. (2004) Radio Educación en la historia política y cultural de México. En Radio Educación (2004) *Una historia hecha de sonidos. Radio Educación: La innovación del cuadrante*. (pp.27-114). México. SEP
- Lewis, P. y Booth, J. (1992) *El medio invisible. Radio pública, privada, comercial y comunitaria*. Barcelona: Paidós.
- Ley Federal de Radio y Televisión. 1960. Art.13. Publicada el martes 19 de enero de 1960 en el Diario Oficial de la Federación, a Tomo CCXXXVIII. No. 15 (México)
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiotelevisión. Publicada el 14 de Junio de 2014. Última reforma publicada DOF 20-05-2021 (México)
- Linares, A. (2017) *Los medios del Estado nacional durante el kirchnerismo: protagonismo y limitaciones en un escenario audiovisual comercial y concentrado*. Buenos Aires: UBA. Tesis de doctorado en Ciencias Sociales.
- Martell Gámez, Lenin. (1997). *Un viaje por el cuadrante norteamericano*. México: UNAM. Fes Acatlán. Tesis de Licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

- (2017). *La construcción del servicio público de radio en México en tiempos de neoliberalismo. El caso de Radio Educación*. México: UNAM Posgrado de Ciencias Políticas y Sociales.
- Martín-Barbero, Jesús (1987) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México: Editorial Gustavo Gili S.A. Versión revisada 1991.
- Martínez Medellín, F. (1989) *Televisa: siga la huella*. México: Instituto Politécnico Nacional
- Mastrini, G. (2013) Medios públicos y derecho a la comunicación. En Mastrini, G., Bizberge, A. y Charras de, D.(editores). *Las políticas de comunicación en el Siglo XXI. Nuevos y viejos desafíos*. (pp. 111-138). Buenos Aires: La Crujía.
- Mastrini, G. y Becerra, M. (2001) 50 años de concentración de medios en América Latina: del patriarcado artesanal a la valorización en escala. En Quirós Fernández, F y Sierra Caballero, F (coord.). *Comunicación, globalización y democracia*. (pp. 179-210). Sevilla: Edit. Comunicación Social.
- Mejía Barquera, F. (2000) *La Radio pública en México*. México: Instituto Mexicano de la Radio.
- Ortega Ramírez, P. (2006). *La otra televisión. Por qué no tenemos televisión pública*. México: UAM- Xochimilco
- (2009). Los olvidados. “Ley Televisa” y medios públicos. En Esteinou Madrid, J. y De La Selva, A. (Coord.). *La ley Televisa y la lucha por el poder en México*. (pp.385-402). México: Fundación Friedrich Ebert y UAM-Xochimilco
- Parker Vázquez (1992). La Radio y Televisión Estatales: experiencias y perspectivas. Granados Roldán, O. *Medios públicos y democracia*. (pp. 11-17). México: Secretaría de Radio, Televisión y Cine. Colección Intermedios.
- Pasquali, A. (1991). *El orden reina. Escritos sobre comunicaciones*. Caracas: Monte Ávila Ed.
- (2007) *Comprender la comunicación*. Madrid: Gedisa.
- Pierre, A. y Tusdesq, A. (1982) *Historia de la radio y la televisión*. México: Fondo de Cultura Económica.

- Radio Educación. (2004). *Una historia hecha de sonidos. Radio Educación: La innovación del cuadrante*. México: Secretaría de Educación Pública.
- (2008) *La historia reciente: Testimonios y memorias*. México: Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.
- Rocha, B. (2004). Radio Educación en el siglo XXI. En Radio Educación (2004). *Una historia hecha de sonidos*. (pp. 171- 196). México: Secretaría de Educación Pública
- Romo, C. (1990). *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*. México: Fundación Manuel Buendía- Instituto Mexicano de la Radio.
- Scolari, C. (2010, junio). Ecología de los medios. Mapa de un nicho teórico. [versión electrónica]. *Quaderns del CAC. N° 34*. XIII. 17-26. Barcelona
- Sosa Plata, G. (2004) Del éter al ciberespacio. En Radio Educación (2004). *Una historia hecha de sonidos. Radio Educación: La innovación del cuadrante*. (pp. 117-170) México: Secretaría de Educación Pública.
- Sosa Plata, G. y Rodríguez R., P. (2007). La radio en México. En Merayo Pérez, A. (coordinador) *La radio en Iberoamérica. Evolución, diagnóstico y perspectiva*. (pp. 245-287). Sevilla: Ed. Comunicación Social.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Barcelona: Paidós.
- Toffler, A. (1981). *La tercera ola*. México: Edivisión.
- UNESCO (2001) *La Radio y la Televisión Pública. ¿Por qué? ¿Cómo?* París: Publicaciones UNESCO.
- UNESCO (2008) *Indicadores de Desarrollo Mediático. Marco para evaluar el desarrollo de los medios de comunicación social*. París: Consejo Intergubernamental del Programa Internacional para el Desarrollo de la Comunicación (PIDC)- UNESCO.
- Villanueva, E. (2011) *La defensoría de la audiencia. Ética indolora para valores a la deriva*. México: Instituto de Investigaciones Jurídicas. UNAM.
- Vivas, E. (ed.) (2004). *Mumbai (Foro Social Mundial 2004). Balance y perspectivas de un movimiento de movimientos*. Barcelona: Icaria editorial.
- Winocur, R. (2002) *Ciudadanos mediáticos: La construcción de lo público en la radio*. Barcelona: Gedisa.

Young, I. (1996) Vida política y diferencia de grupo: una crítica del ideal de ciudadanía universal. En Carme Castells (Ed.) *Perspectivas feministas en teoría política*. Buenos Aires: Paidós.

## **b. DOCUMENTOS ELECTRÓNICOS**

Álvarez, C. L. (2007) Historia de las Telecomunicaciones en México. [versión electrónica]. En *Revista del Doctorado en Derecho. Universidad Panamericana. N°. IV México. 1-27*. Recuperado el 13 de junio de 2019, de <https://revistabimensualup.files.wordpress.com/2007/09/d2-historiadelastr telecomunicacionesenmxicoriginal1.pdf>

Asociación Mundial de Radios Comunitarias – México (AMARC – México) Página oficial, recuperada el 7 de octubre de 2019, de <http://amarcMexico.org/>

Becerra, M. y Waisbord, S. (2015) *Principios y buenas prácticas para los medios públicos de América Latina. Cuadernos de Discusión de Comunicación e información Nro.3*. Montevideo: UNESCO. [versión electrónica]. Recuperado el 19 de Julio de 19, de <http://www.unesco.org/new/fileadmin/MULTIMEDIA/FIELD/Montevideo/pdf/CDCI3-Becerra-ES.pdf>

Becerra, M. y Mastrini, G. (2019) Convergencia de medios, telecomunicaciones e internet en la perspectiva de la competencia. Cuadernos de discusión Nro. 13. [versión electrónica]. Montevideo: UNESCO. Recuperado el 23 de noviembre, de <https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000370195>

Bergman, S. (2019, 25 de febrero). La trayectoria de Jenaro Villamil y su misión al frente del SPR. En *Contraseñas*. [programa de TV]. México: Canal 22. Recuperado 10 de junio de 2019, de [https://www.youtube.com/watch?v=GD\\_fh35oFCE](https://www.youtube.com/watch?v=GD_fh35oFCE)

Borjón Figueroa, Fernando (2020, 1 de julio) Neutralidad de la red, un elemento estratégico para la sociedad, *DPL News*, [en línea] Recuperado el 10 de Julio de 2020, de <https://digitalpolicylaw.com/neutralidad-de-la-red-un-elemento-estrategico-para-la-sociedad/>

Bravo, Jorge. (2019, 27 de diciembre). Neutralidad de la red a la mexicana [en línea].



*El economista. Sección Opinión.* Recuperado el 28 de diciembre de 2019, de <https://www.eleconomista.com.mx/opinion/Neutralidad-de-la-red-a-la-mexicana-20191227-0018.html>

Califano, B. (2018, julio-diciembre) Políticas de comunicación. De sus orígenes a los desafíos de las tecnologías digitales. [versión electrónica] En *Revista Mexicana de Opinión Pública. Núm. 25.* 133-150. Rescatado el 6 de Julio de 2019, de <http://www.revistas.unam.mx/index.php/rmop/article/view/63435/0>

CONACULTA (s/f), Economía solidaria: una forma distinta de comercializar y consumir se llevó a cabo en Radio Educación. [en línea]. Recuperada el 26 de febrero de 2019, de <http://www.conaculta.gob.mx/detalle-nota/?id=2640#.UudL3LSjnIU>

Congreso General Constituyente de los Estados Unidos Mexicanos (1917, 5 de febrero). *Constitución Política De Los Estados Unidos Mexicanos.* Última reforma publicada en el Diario Oficial de la Federación el 8 de mayo de 2020. [versión electrónica]. Rescatada el 20 de Julio de 2020, de <http://sct.gob.mx/JURE/doc/cpeum.pdf>

Elman, J. (2019, 7 de abril) Entrevista con Tim Wu: La llegada de internet fue una gran fiesta. Ahora, estamos en el momento de la resaca [en línea]. *Clarín. Sección Opinión.* Recuperado el 28 de diciembre de 2019, de [https://www.clarin.com/opinion/tim-wu-llegada-internet-gran-fiesta-ahora-momento-resaca\\_0 JKtKn2FUE.html](https://www.clarin.com/opinion/tim-wu-llegada-internet-gran-fiesta-ahora-momento-resaca_0 JKtKn2FUE.html)

Eslava, E. (2016, 29 de enero). Crean Sindicato de Trabajadores de la Secretaría de Cultura. [en línea] *El Universal. Sección Cultura.* Recuperado el 15 de marzo de 2020 de <https://www.eluniversal.com.mx/articulo/cultura/patrimonio/2016/01/29/crean-sindicato-de-trabajadores-de-la-secretaria-de-cultura>

Foro Social Mundial (2001). *Carta de Principios.* Recuperado el 10 de marzo de 2020 de <https://fsm2016.org/es/sinformer/a-propos-du-forum-social-mondial/>

Foro Económico Mundial (s/f). Página oficial. Recuperada el 18 de julio de 2019, de <https://www.weforum.org>

Gómez Mont, C. (2000, agosto–octubre) La liberalización de las telecomunicaciones en México en el marco del TLCAN. [versión electrónica]. En *Revista Razón y*

*palabra*. Nro. 19. Recuperado el 25 de mayo de 2019, de [http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n19/19\\_cgomez.html](http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n19/19_cgomez.html)

Habermas, J. (1996, 1º de agosto). El espacio público [versión electrónica]. *Nexos*. Vol. 225. (45-50). Traducción de José María Pérez Gay. Recuperado el 20 de marzo de 2019 de <https://www.nexos.com.mx/?p=7938>

Instituto Federal de Telecomunicaciones, página oficial. consultada el 5 de julio de 2019, de <http://www.ift.org.mx/conocenos>

----- Sobre la Neutralidad en la red.  
 Recuperado el 11 de agosto de 2020, de <http://www.ift.org.mx/sites/default/files/industria/temasrelevantes/13791/documentos/3estudiosobreneutralidaddered.pdf>

Instituto Mexicano de la Radio (IMER), página oficial, recuperada el 6 de Julio de 2019, de <https://www.imer.mx/emisoras/>

Instituto Nacional de Pueblos Indígenas (INPI antes INDI), página oficial. Consultada el 6 de julio de 2019, de <http://www.inpi.gob.mx/ecosgobmx/>

Lay Arellano, I.T. (2019, 13 de mayo) ¿Medios públicos en México? [en línea] *Análisis Plural*. ITESO. Recuperado el 15 de enero de 2020 de <https:// analisisplural.iteso.mx/2019/05/13/medios-publicos-en-mexico>

Loreti, D. y Lozano, L. (2012) El rol del Estado como garante del derecho humano a la comunicación. [versión electrónica]. *Revista Derecho Público*. 1.1. 29-47. Buenos Aires: Argentina. Ediciones Infojus. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de [https://www.catedraloreti.com.ar/loreti/documentos de la catedra/Infojus-Loreti.Lozano.pdf](https://www.catedraloreti.com.ar/loreti/documentos_de_la_catedra/Infojus-Loreti.Lozano.pdf)

Magnani, E. (2018, 1 de abril). El monopolio GAFA. [en línea] *Página 12, Sección Cash*. Recuperado el 19 de agosto de 2019, de <https://www.pagina12.com.ar/104895-el-monopolio-gafa>

Martín-Barbero, Jesús (1999) El miedo a los medios. Política, comunicación y nuevos modos de representación [versión electrónica]. En *Nueva Sociedad*. 161. mayo-junio. 43-56. Rescatado el 5 de junio de 2020, de <https://nuso.org/articulo/el-miedo-a-los-medios-politica-comunicacion-y-nuevos-modos-de-representacion/>

- (2012, 3 de octubre) La radio hoy: reencuentros con lo público y reconversión digital de las oralidades culturales. *Conferencia magistral dictada durante la 9na Bienal de Radio*. Ciudad de México. Recuperado el 15 de agosto de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=VXalkidllz4>
- Mastrini, G., Charras de, D. y Fariña, C. (2011) Nuevas formas de regulación internacional y su impacto en el ámbito latinoamericano. [versión electrónica] *Revista Eletrônica Internacional de Economia Política da Informação, da Comunicação e da Cultura*. Vol. 13, Nº. 3. 125-155.
- Mejía Barquera, F. (2017, 24 de agosto) Radio Educación, por fin en FM. *Milenio*. Sección *Opinión*. Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <https://www.milenio.com/opinion/fernando-mejia-barquera/cambio-de-frecuencia/radio-educacion-por-fin-en-fm>
- Notimex, (2011, 1 de marzo) Organiza Radio Educación Tianguis Cultural de Economía Solidaria. [en línea]. Recuperado el 14 de julio de 2019, de <http://www.sdpmnoticias.com/notas/2011/03/01/organiza-radio-educacion-tianguis-cultural-de-economia-solidaria>.
- Organización Mundial de Comercio (s/f) *¿Qué es la Organización Mundial del Comercio?* Recuperado el 18 de Julio de 2019, de [https://www.wto.org/SPANISH/thewto\\_s/whatis\\_s/tif\\_s/fact1\\_s.htm](https://www.wto.org/SPANISH/thewto_s/whatis_s/tif_s/fact1_s.htm)
- Radio Educación. Página oficial en <https://radioeducacion.edu.mx>
- Código de ética de Radio Educación. Recuperado el 4 de octubre de 2019, de <https://radioeducacion.edu.mx/transparenciadocs/codigo-etica-re.pdf>
- Consejo Ciudadano de Radio Educación. Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2018/05/Lineamientos-del-Consejo-2.pdf>
- Defensoría de las Audiencias. Recuperado el 5 de octubre de 2019, de <https://e-radio.edu.mx/La-Defensoria-de-las-Audiencias>
- Historial podcast de 17 programas producidos en la radio. Consultado el 5 de octubre de 2019 en <http://e-radio.gob.mx/>
- KUI, plataforma de intercambio y dotación de contenidos digitales de acceso gratuito. Consultado el 5 de octubre de 2019 en

<https://radioeducacion.edu.mx/kui>

----- NIMBEE discos, plataforma de discos musicales. Consultado el 5 de octubre de 2019 en <http://radioeducacion.edu.mx/nimbee>

----- Principios y fundamentos de la radio. Consultado el 5 de octubre de 2019, de <https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2013/01/principiosyfundradioeducacion.pdf>

----- VOX LIBRIS, plataforma de audiolibros. Consultado el 5 de octubre de 2019 <https://radioeducacion.edu.mx/VoxLibris>

Radio Universidad Autónoma de México (UNAM), página oficial. Recuperada el 6 de Julio de 2019, de <http://www.radiounam.unam.mx/>

Raphael, R. (2019, 10 de octubre). Televisa y TV Azteca todavía tienen poder porque señal llega a 95 % del país: Jenaro Villamil. Entrevistas con Ricardo Raphael. [programa de TV]. México: Radio Centro. Recuperado el 10 de Junio de 2019, de <https://www.youtube.com/watch?v=w1aUUiRyTU>

Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México. (s/f) *¿Qué es la Red de México?* Recuperado el 12 de enero de 2019, de <http://www.redmexico.org.mx/que-es-la-red>

Red Intercontinental de Promoción de la Economía Social Solidaria, página oficial, Qué es la Economía Social y Solidaria, recuperada el 20 de Julio de 2020, de <http://www.ripess.org/que-es-la-ess/es-economia-social-solidaria/?lang=es>

Reporteros sin fronteras y Centro Nacional de Comunicación Social (CENCOS) (2019) *Estudio sobre la propiedad de medios en México por el Monitor Owership Media*. Recuperado el 14 de marzo de 2019, de <https://mexico.mom-rsf.org/es/medios/>

Rincón, O. (agosto-septiembre, 2019) Narrativas del entretenimiento expandido. [versión electrónica] *Chasqui Revista Latinoamericana de Comunicación*.

141. 149-160. Recuperado el 23 de marzo de 2020 de <https://revistachasqui.org/index.php/chasqui/article/view/4075>

Sistema Público de Radiodifusión. Página oficial. Consultada el 18 de abril de 2019 [http://www.spr.gob.mx/secciones/es/quienes\\_somos.html](http://www.spr.gob.mx/secciones/es/quienes_somos.html)

Shabot, E. (2019, 14 de abril). Entrevista a Jenaro Villamil. En *Línea directa*. [programa de TV]. México: Canal 11. Recuperado el 10 de junio de 2019, de

<https://www.youtube.com/watch?v=mSequIIIQzk>

- Trejo Delabre, R. (2005). *Medios públicos: Ser y parecer*. [versión electrónica] Participación en el Segundo Congreso Internacional Los Medios Públicos de Cara a la Democracia. 30 de septiembre de 2005. Publicado en Mediocracia el 17 de diciembre de 2005. Recuperado el 18 de julio de 2019, de <https://mediocracia.wordpress.com/2005/12/17/medios-publicos-ser-y- parecer>
- Tremblay, G. (1988). La noción de servicio público. [versión electrónica]. *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación. N°14 jun-ago 57-63*. Madrid. Fundesco. Rescatado el 4 de junio de 2019, de [http://www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/articles/telos/telos14/t14nacion.htm](http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/articles/telos/telos14/t14nacion.htm)
- Tremblay, G. (2014). El espacio de los servicios públicos de comunicación en las sociedades del conocimiento. [versión digital]. *Revista De La Asociación Española De Investigación De La Comunicación*, 1(1). Rescatado el 7 de junio de 2019, de <https://doi.org/10.24137/raeic.1.1.1>
- Van Cuilemburg, J. y McQuail, D. (2002) Media Policy Paradigm Shifts. Towards a New Communications Policy Paradigm. *European Journal of Communication*. 18. 2. 181-207. Londres: SAGE. Rescatado el 6 de Diciembre de 2019, de <https://www.researchgate.net/publication/41208102> m ShiftsTowards a New Communications Policy Paradigm
- Roldán Vera, E. (2009, enero-marzo) Los orígenes de la radio educativa en México y Alemania: 1924-1935 [versión electrónica] *Revista Mexicana de Investigación Educativa vol. 14. 40. 13-41*. Rescatado el 22 de noviembre de 2019, de <https://www.researchgate.net/publication/41208102> Los orígenes de la radio educativa en Mexico y Alemania 1924-1935
- Winocur, Rosalía. (2007). La Participación en la Radio: Una posibilidad negociada de ampliación del espacio público [versión electrónica]. *Razón y palabra*. 55. Rescatado el 5 de agosto de 2019, de <http://razonypalabra.org.mx/anteriores/n55/rwinocur.html>

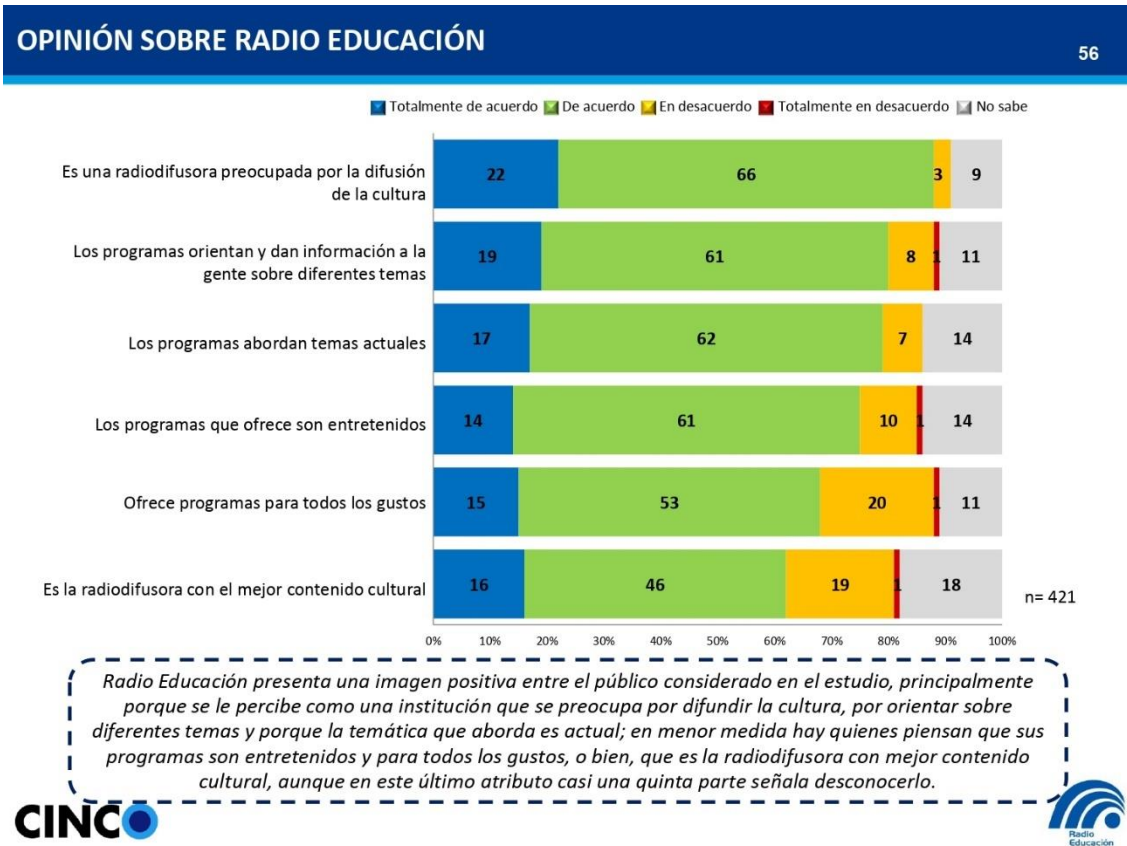
**ANEXOS**  
**ANEXO 1: Organigrama de Radio Educación**



Organigrama de Radio Educación, Rescatado el 29 de septiembre de 2020,  
Disponible en [https://radioeducacion.edu.mx/wp-](https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2019/09/Radio_Educacion_Organigrama.pdf)

[content/uploads/2019/09/Radio\\_Educacion\\_Organigrama.pdf](https://radioeducacion.edu.mx/wp-content/uploads/2019/09/Radio_Educacion_Organigrama.pdf)

## ANEXO 2: Gráfico de la Opinión sobre Radio Educación



Tomado de la EVALUACIÓN DE EFECTIVIDAD DE LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE RADIO EDUCACIÓN 2013. Pag.56

Disponible en

<https://radioeducacion.edu.mx/transparenciadocs/repgr-PREDUCACION1319.pdf>

### **ANEXO 3: Detalle de testimonios y entrevistas**

1) Registro sonoro de la ronda de presentación de participantes del convivio de fin año de oyentes del programa Ecosol en las jardineras de la emisora, el 7 de diciembre de 2011.

- María Felicitas Vázquez Nava, realizadora del programa Ecosol, e impulsora del Sindicato de Trabajadores de Radio Educación.

- Laura Collin, antropóloga, profesora e investigadora del Colegio de Tlaxcala. Es además promotora de la Economía Solidaria. Autora de *Economía Solidaria*.

*¿Capitalismo moralizado o movimiento contracultural? y de Economía Solidaria: local y diversa*, entre varias publicaciones y artículos académicos.

- Ana Medina, Coordinadora de contenidos y vinculación del programa Ecosol.
- Testimonio de Francisco Ramos, radioescucha, promotor de ecoturismo y comunicólogo.

2) Entrevistas realizadas a oyentes del programa durante la celebración del quinto aniversario de Ecosol, octubre de 2012:

- Testimonio de Calixto Ortiz, radioescucha, carpintero y ebanista.
- Testimonio de Carmen Néquiz, radioescucha de San Lorenzo Chimalhuacán.
- Testimonio de Esperanza Parker, radioescucha y participante del Taller de economía solidaria en Radio Educación.

- Testimonio de Verónica Alcántara, radioescucha, ingeniera agrónoma y productora de guajolotes para consumo, integrante del Tianguis Orgánico de Chapingo.

- Testimonio de Jovita Prado Villafañe, ingeniera agrónoma, productora de semillas y tallerista de azoteas verdes y chinampa urbana.

- Testimonio de Griselda, radioescucha de la Ciudad de México.



3) Entrevistas realizadas a oyentes del programa Ecosol durante la celebración del sexto aniversario en octubre de 2013:

- Testimonio de Xavier Rodríguez, Roberto Santiago y Lionel, del Taller *Aprendamos a utilizar el amaranto*, de Tulyehualco, Xochimilco.
- Testimonio de Deyanira y Carmen Néquiz, Radioescuchas y promotores del taller *Aprendamos a utilizar el fruto del olivo*, en San Lorenzo Chimalhuacán (Edomex).

4) Entrevistas a oyentes que también fueron invitados realizadas con el cuestionario A en diciembre de 2013:

- Claudia Caballero y Víctor Bernal; economistas y promotores de la Feria Multitruেকে Mixiuhca. Participantes de primer taller de economía solidaria en la emisora y promotores de la economía solidaria
  - Asdrúbal Torres; radioescucha y hacedor de libretas artesanales.
  - Aurora Jiménez; radioescucha, psicóloga social y participante de primer taller de economía solidaria en la emisora.
  - María Luisa Zúñiga; radioescucha y participante de primer taller de economía solidaria en la emisora promotor de la economía solidaria.
    - Antonio Trejo; radioescucha y promotor de la economía solidaria
    - Deyanira, Carmen y Nicolás Néquiz. Radioescuchas y promotores del taller *Aprendamos a utilizar el fruto del olivo*, en San Lorenzo Chimalhuacán (Edomex).
  - Luis Lopezllera y Cristina Lavallo. Red Tláloc.

5) Entrevista a Luis Lopezllera (arquitecto) y Cristina Lavallo (miembro de la REMEC). Comunicación personal. Ciudad de México. 14 de diciembre de 2013. Son impulsores de la organización Promoción del Desarrollo Popular (PDP), de la revista *La otra Bolsa de Valores*, la Red Multitruেকে Tláloc.

6) Entrevista a Ana Medina. Comunicación personal, Tlaxcala, enero de 2014.

Promotora del Centro de Estudios y Comunicación Audiovisual (CECAC) y

Coordinadora de contenidos y vinculación del programa Ecosol.

7) Entrevista al Ing. Héctor Parker Vázquez. Comunicación personal. Tlaxcala, 18 de enero de 2014. Es ex-Director del Sistema de Radio, Cine y Televisión de Tlaxcala y también de Oaxaca, impulsor y ex Director de La Red de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales de México A. C, hoy Red Mexicana. Activo participe de la segunda fundación de Radio Educación. Participó del Instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) en el impulso de su radio.

8) Entrevistas a oyentes que aplicaron el cuestionario B en mayo de 2016:

- Claudia Caballero y Víctor Bernal;
- Asdrúbal Torres; radioescucha y panadero artesanal.
- María Luis Zúñiga; radioescucha y promotor de la economía solidaria
- Antonio Trejo; radioescucha y promotor de la economía solidaria.
- Deyanira y Carmen Néquiz; promotoras del taller *Aprendamos a utilizar el fruto del olivo*, en Chimalhuacán (Edomex)

9) Entrevistas realizadas en La Casa de las Sábilas durante el multitrueke de mayo de 2016:

- Eva Hernández, promotora de la Feria Multitrueke Flor de Maíz, en San Vicente Chicoloapan (Edomex.)
- Gilda Gallegos, promotora de la Feria Multitrueke Las Sábilas, en Nezahualcóyotl (Edomex)

#### **ANEXO 4: Los cuestionarios**

Las citas seleccionadas del apartado 4.1 fueron entrevistas realizadas en 2013, actualizadas en 2016 y revisadas en la vigencia de sus contenidos en 2019. Se han seleccionado fragmentos testimoniales que dan cuenta de la función del servicio público de radio y su utilidad social al dar visibilidad al proceso de construcción de un movimiento social, coadyuvando a la vinculación entre los actores y participantes de las prácticas de economía solidaria.

Cuestionario A, aplicado en octubre 2013

1. Nombre, edad, lugar de residencia y ocupación.
2. ¿Desde cuándo es oyente del programa *Ecosol*?
3. ¿Con qué frecuencia escucha el programa?
4. ¿Cómo conoció el programa?
5. ¿A través de qué medio o cómo escucha el programa?
6. ¿Participa como productor-consumidor en alguna actividad relacionada a la Economía Solidaria?
7. ¿Por qué escucha el programa? ¿Qué lo motivó a seguirlo?
8. ¿Ha hablado al programa o al 0800 en alguna ocasión? ¿Para qué?
9. ¿Ha conocido otros oyentes del programa? ¿Cómo?
10. ¿Qué siente con el programa?
11. ¿Qué cree que el programa ha aportado a su vida diaria?
12. ¿Cuál fue el programa que más le conmovió o que más recuerda por el impacto que tuvo en usted?

Cuestionario B, aplicado en mayo de 2016

1. ¿Tres años después sigue escuchando el programa?
2. ¿A través de qué medio o cómo escucha el programa?
3. ¿Por qué sigues escuchando el programa?
4. ¿Haz usado las redes sociales o el teléfono para comunicarte con la producción?

5. ¿Participa como productor-consumidor en alguna actividad relacionada a la Economía Solidaria? ¿Desde cuándo?