



58  
Rejeu.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO

---

---

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LO QUE SI SE PUEDE Y SE REQUIERE HACER  
EN RADIO: LA ALTERNATIVA, RADIO EDUCACION

**T E S I S**

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE  
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA  
COMUNICACION

P R E S E N T A :  
LETICIA SOCORRO MARTINEZ PANTALEON

ASESOR: MERCEDES DURAND FLORES

MEXICO, D. F.

1994

TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN



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 está 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.

DEDICO ESTA TESIS A:

MIS PADRES, por su sosten, aliento y  
respeto, a quienes  
todo les debo.

ARMANDO, que me oriento al abrir  
camino y estimulo en todo  
momento.

ELENA, que me enseñó a leer y escribir.

MIGUEL A., por su disposición y ayuda.

LOURDES, por su interés y constante  
apoyo.

LAURO, por su respaldo.

Y a la Maestra MERCEDES DURAND FLORES  
mi eterno agradecimiento y admiración  
por asistirme en el descubrimiento de  
la magia y la realidad.

## AGRADECIMIENTOS

Tendrán siempre mi agradecimiento quienes de alguna manera colaboraron para la integración de esta Tesis. En particular vaya mi gratitud al Lic. Luis Ernesto Pi Orozco, Director General de Radio Educación, por su disposición y entereza a lo largo de la realización del trabajo, y a la Lic. Ma. Teresa Moya, Directora de Producción y Planeación de la emisora, por su entusiasmo y colaboración sin reparo.

También permaneceré en deuda con aquellos que me dedicaron su tiempo y atención, que me dieron respuestas o elevaron mis dudas, entre ellos, al Lic. Armando Reyes, Lic. Enrique Escamilla, Lic. Eloísa Quero, Lic. Maripaz Gener y la Lic. Rebeca López Portillo.

Del mismo modo, gracias por su cooperación a Adriana Pérez y al Ing. Eduardo Cervantes.

Y un enorme reconocimiento a quienes me hicieron sentir cada vez más hondo el Valor y Amor que envuelve la creación radiofónica. Incluyo aquí a los productores de Radio Educación que compartieron conmigo sus experiencias y a los docentes que dieron parte de sí en mi formación académica.

# I N D I C E

LO QUE SI SE PUEDE Y SE REQUIERE HACER EN RADIO:

LA ALTERNATIVA, RADIO EDUCACION

INTRODUCCION .....	I
Capítulo I. ACERCAMIENTO A LA RADIODIFUSION EN EL DISTRITO FEDERAL	
1.1. Panorama radiofónico .....	1
1.1.1. Antecedentes .....	1
1.1.2. La radio como medio de comunicación ...	11
1.1.3. Comunicación como necesidad primaria ..	12
1.1.4. Cobertura y Universalidad .....	16
1.1.5. Hacedores de radio. Hacedores de dinero .....	17
1.1.6. Radiodifusión como empresa .....	20
1.1.7. ¿El público escucha lo que prefiere o prefiere lo que escucha? .....	22
1.1.8. Función social de la radio .....	24
1.1.9. Y se hizo la publicidad .....	28
1.1.10. Radiomanipulación .....	32
1.1.11. Servicios informativos .....	36
1.1.11.1. Agencias Informativas .....	37
1.2. Radio Cultural en el Distrito Federal .....	38
1.2.1. Radio Universidad .....	38
1.2.2. Estaciones comerciales .....	41
1.2.2.1. XELA .....	41
1.2.2.2. Estereo Mil .....	42
1.2.2.3. Opus <sup>94</sup> .....	43
1.3. El Auditorio frente al radio .....	44

1.3.1. El medio hace auditorio .....	44
1.3.2. Qué es el auditorio para las radiodifusoras comerciales .....	45
1.3.3. Importancia político-cultural de la radio .....	47
1.3.4. Lo que el público exige .....	52
1.3.5. Los dones del medio .....	55

## Capítulo II. ESTADO Y MODERNIZACION EN EL MEDIO RADIOFONICO

2.1. Revisión de Legislación en materia radiofónica ..	58
2.1.1. Marco legal .....	60
2.1.1.1. Cuando no todo es miel sobre hojuelas .....	65
2.1.1.2. La ley de mas de 30 (años) ....	66
2.2. Participación del Estado en la radiodifusión ...	68
2.2.1. Los primeros pasos .....	68
2.2.2. Cuando para algunos los pasos son zancadas .....	74
2.2.3. Los pasos a la modernidad que no terminan de llegar .....	79
2.3. Estado-Radiodifusión. Situación actual .....	84
2.3.1. Del odio al amor .....	84
2.3.2. Medios y poder o ¿qué tan cerca del poder? .....	86
2.3.3. Ante la cruda realidad .....	88
2.3.4. Poniendo los ojos en el futuro .....	92
2.3.4.1. Administración 1988-1984 .....	92
2.3.5. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes .....	93

### Capítulo III. RADIOGRAFIA DE RADIO EDUCACION

3.1. Síntesis cronológica .....	100
3.1.1. El germen .....	100
3.1.2. Al romper el silencio .....	106
3.2. Marco jurídico .....	108
3.2.1. Acuerdo 22 .....	109
3.2.2. Consejo Consultivo .....	116
3.3. De clase a clase .....	117
3.4. Del 'Deber ser' a 'Pongamos los pies en ... el aire' .....	120
3.4.1. Se hace camino al andar .....	120
3.4.2. La realidad en realidad Un foro social .....	123
3.4.3. De libertad, pluralidad y lo que se acumule .....	126
3.4.4. Cobertura y convenios .....	130
3.4.5. De la herramienta para la talacha .....	132
3.4.6. El constante para el sonante .....	134
3.4.6.1. Coproducciones .....	136
3.4.6.2. Presupuesto .....	137
3.5. Para despertar los sentidos .....	139
3.5.1. ¿Qué escucharemos? .....	139
3.5.1.1. De patitas en la calle y haciendo drama .....	144
3.5.2. Cuántos, Cuáles y Para qué .....	146
3.5.3. Las buenas notas .....	153
3.5.4. Comité Técnico .....	154
3.5.5. El tercer espacio .....	155

3.6. Auditorio .....	159
3.6.1. De cantidad a calidad .....	159
3.6.2. Estudio de audiencia .....	161
3.6.3. Quien te habla también te escucha .....	162
3.6.4. El que escucha puede actuar .....	165
3.7. Noticiarios .....	168
3.8. Más allá del micrófono .....	173
3.8.1. Una invitación en blanco y negro .....	173
3.8.2. Manos que hablan, las del artesano .....	174
3.8.3. Lo que cuelga de las paredes .....	174
3.9. Onda Corta .....	175
3.10. Organización sindical .....	177
3.11. Ni rojos ni negros .....	179
CONCLUSIONES .....	181
ANEXOS	
Reseña de programas .....	185
Datos Técnicos .....	228
Organigrama .....	229
Locutores y programadores musicales .....	230
Discurso inaugural .....	231
Directores RE .....	233
Imágenes .....	234
BIBLIOGRAFIA .....	239



## INTRODUCCION

El ser humano contemporáneo es, a finales de este siglo, un ser relacionado y en contacto con todos los puntos geográficos y está al tanto de todos los acontecimientos políticos, económicos y sociales que suceden en cualquier parte del mundo. Esto solo es posible gracias a la acción de los medios de comunicación que por su cobertura e inmediatez son capaces de abarcar todo el devenir histórico y actual.

En nuestro país, particularmente la radiodifusión constituye un medio de gran importancia para la transmisión-recepción de mensajes. A lo largo de su existencia, la radio se ha desarrollado vertiginosamente creciendo como medio masivo de comunicación que involucra el 95 por ciento de la población que atiende sus transmisiones.

La radio es un medio de comunicación masivo que por sus características de bajo costo de operación y recepción, inmediatez, amplia cobertura y gran rentabilidad, aunado a una cultura de importante tradición oral, encuentra desde su origen hace más de 70 años el ánimo entusiasta necesario para mantenerse en crecimiento.

La radio contemporánea no es una simple compañía es, por ese alcance y penetración en la conciencia de las personas, un emisor de cultura en su más amplia y detallada concepción.

Las características mencionadas lo hacen un medio de comunicación absolutamente accesible para el uso de la población cotidiana. Sin embargo surge el cuestionamiento de la efectividad de esos dones de la radio en función de los contenidos que este propaga y que pueden elevar su valor o degradar la acción del mismo.

Es un hecho que desde sus inicios, la radiodifusión se convirtió en una fuente prolífica de ganancias económicas. Medio por demás rentable y de bajo costo para quien la controla, llevándola a ser una empresa como tal y divorciando con ello su labor e importancia social de su carácter como industria comercial.

De ahí que actualmente el dial radiofónico esté plagado de estaciones comerciales que sólo intentan crecer con la venta de espacios de transmisión publicitaria y generando una programación netamente musical popular y comercial sin prestar atención a la necesidad del auditorio por recibir mensajes de contenido variable, útil, informativo y que responda a las expectativas de una comunidad heterogénea.

Como parte de este gris panorama se puede atestiguar la degeneración que del concepto comunicación (Hacer partícipe a otros de lo que se sabe, tratar con otros algún asunto tomando su parecer, relación de correspondencia entre dos o más personas), hacen quienes controlan los medios,

modificando el carácter de transmisión-respuesta a un esquema de "Comunicación" vertical en una sola dirección, donde el emisor sabe y difunde La Verdad y el receptor debe aceptarla y adoptarla.

Si bien es cierto, en años recientes los "hacedores de radio" alentados (y más bien presionados) por los investigadores y el público mismo, pregonan la importancia de recuperar el sentido social de la radio y lanzan ínfimos intentos por participar en ese rescate, ofreciendo en su programación ciertos visos de atención al interés del auditorio que reclama contenidos válidos y producciones de calidad. Más tales indicios mínimos y apegados al formato comercial evidencian y confirman el vacío de programas propositivos de radio, de servicio y debate.

De las 58 estaciones de radio en la Ciudad de México sólo cinco de ellas cuentan con una programación musical no comercial, mientras el resto, casi en su totalidad, transmite canciones de 'moda' y anuncios comerciales. Convirtiendo a la radio en un espacio anodino que sólo difunde mensajes carentes de sentido y/o mensajes ajenos a la realidad y cultura mexicanas, fomentando con ello la adopción de modelos y pautas de comportamiento extranjerizantes.

La cuestión en torno a la función de la radio no se refiere sólo a la disyuntiva entre transmitir información,

orientación y entretenimiento creativo o solo una lista interminable de nombres y canciones 'juveniles' sino de lo que ello repercute en la cultura e identidad de cada persona que capta esos mensajes y consecuentemente con el desarrollo individual y nacional.

En esta situación el Estado Mexicano juega un papel nodal por su importante participación en el avance de las actividades políticas, económicas y culturales en nuestro país. El Estado como rector legisla y establece los puntos de referencia sobre los cuales los actores de cada área se desenvuelven legalmente.

La Legislación en nuestro país concibe la existencia de estaciones radiodifusoras privadas o concesionadas y permisionarias. Dentro de éstas las estaciones culturales tienen la labor de difundir la cultura y educación sin incluir ningún tipo de transmisión comercial o lucrativa.

La radio cultural en nuestro país se enfrenta -en algunos casos refrendando por la realidad- al estereotipo asignado por el auditorio de ser estaciones aburridas, acartonadas y a la consideración, por parte de algunos burócratas que la dirigen, del deber ser elitista y solemne.

Sin embargo, este tipo de estaciones significan una posibilidad para el auditorio de obtener una programación consistente, con un sentido nutritivo para el intelecto y el

espíritu, además de un foro de debate y libre expresión plural.

Las anteriores premisas sobre las características del medio radiofónico son sólo un ejemplo de la variedad de posibilidades que la radio puede -y debe- ofrecer al auditorio como corresponde a su labor como Medio de Comunicación Masiva. Es así que esta investigación intenta mostrar que Radio Educación, emisora cultural del gobierno mexicano es un modelo de la función social que una estación de radio debe cumplir si se aprovechan y explotan las riquezas de este medio. No sólo concediendo importancia a lo que aquella produce sino también a la respuesta y actitud del auditorio, principio y fin de la existencia y trabajo de las estaciones de radio.

Considerando que Radio Educación ha probado que lo anterior no es sólo una posibilidad sino una realidad, esta radiodifusora funciona entregándose al auditorio como un medio que no sólo le presenta variedad programática con validez de contenido, sino que se convierte en una puerta para la participación real en el medio.

La estructura programática de Radio Educación rechaza el modelo de rigidez asignado a las estaciones culturales y demuestra, con creatividad y conciencia que éstas pueden y

deben funcionar como un foro abierto a la participación del auditorio en la forma y contenido de su programación. Sin que ello constituya la pérdida de sus fines educativos y sí un enriquecimiento en su labor.

En el primer capítulo se presenta una revisión general de la radiodifusora en la Ciudad de México. Quiénes y cómo hacen la radio. Además de la importancia y papel del receptor en el proceso de comunicación que se establece de acuerdo con las características del medio. El capítulo se divide en tres apartados: el panorama radiofónico, las estaciones culturales y el auditorio.

En virtud del carácter estatal de Radio Educación y por la propia importancia que tiene como agente rector de la calidad y perfil de la comunicación en nuestro país, el segundo capítulo se enfoca al papel que el Estado Mexicano ha desempeñado como legislador y órgano activo en el manejo de este medio.

Además de repasar el marco legal de la radiodifusión, se realiza un seguimiento de la participación directa del Estado como emisor a través de la posesión de diferentes medios de comunicación. Finalmente se explora cuál es la situación actual de la política mexicana frente a la radiodifusión, concretamente en lo que se refiere al Plan de Gobierno de la Administración 1988-1994. Ocupando en este punto un papel

central el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, creado en 1988 con el objetivo de coordinar las tareas educativas, culturales y artísticas y actividades de las entidades correspondientes que emanan del Estado. Es importante para sentar las bases del quehacer cultural del gobierno y porque Radio Educación queda adscrito a este organismo.

El último capítulo es, como tal, una radiografía de la emisora estudiada en la que se desmenuza sus actividades, se analiza y contextualiza su labor en general y se muestra el porqué Radio Educación es una opción de gran valor y validez en el cuadrante radiofónico.

Cabe hacer notar que Radio Educación no cuenta con registros documentales fidedignos sobre su trayectoria. Ni la Secretaría de Educación Pública, tenedora del permiso de transmisión, ni los archivos de la emisora mantienen una historia con datos muy específicos sobre el trabajo de la misma. Todos los datos recopilados, y que ahora la estación trata de reunir, se basan en algunos testimonios aislados de personajes que participaron directamente en aquellos hechos así como en información obtenida de investigadores de la materia, quienes a su vez partieron de la fuente anterior mencionada.

Por ello, y porque lo más valioso es el funcionamiento actual de Radio Educación, en este capítulo se hace una breve revisión de su trayectoria desde 1924, sus fundamentos jurídicos y objetivos para explorar luego el perfil programático y otras actividades de la emisora. Se delinea también el papel y lugar que ocupa el auditorio de la estación y la respuesta que este concede a las transmisiones de Radio Educación.

A lo largo de esa exploración se intenta, en la medida de lo posible, evitar juicios comparativos entre Radio Educación y otras radiodifusoras, esto por considerar que es suficiente exponer los hechos y trabajo de la emisora, pues las diferencias se evidencian en consecuencia.

Finalmente ocupa un lugar importante el anexo correspondiente al breve resumen de cada uno de los programas que Radio Educación transmitió durante el mes de abril de 1993. Mes que coincide con la puesta en marcha de celebraciones por el vigésimo quinto aniversario del reinicio de transmisiones ininterrumpidas a partir de 1968, y con la renovación programática que se lleva a cabo regularmente cada semestre.

Sin pretender aquí encauzar a Radio Educación como el héroe que derrocará o enmendará a los monopolios de radiodifusoras comerciales, si se intenta demostrar que por



encima de intereses económicos, superando burocratismos y empleando lo único que tiene a la mano de la forma más productiva, la emisora cumple con lo suyo, conciente de la importancia y necesidad de realizar una labor completa y provechosa a la sociedad Mexicana y por otro lado demostrar la respuesta favorable que recibe del auditorio.

# CAPITULO I

## ACERCAMIENTO A LA RADIODIFUSION EN EL DISTRITO FEDERAL.

*El progreso de las comunicaciones encierra la mayor revolución de nuestro tiempo, paralela quizá, a lo que el hombre experimentó cuando supo que la tierra se movía.*

*Eulalio Ferrer*

### 1.1. PANORAMA RADIOFONICO

#### 1.1.1. Antecedentes

A 70 años de que la radio como medio y como industria se iniciara en nuestro país nos encontramos, al recorrer la banda radial del área metropolitana, con un panorama poco alentador en lo que se refiere a las opciones que el auditorio puede hallar para satisfacer sus necesidades de información o entretenimiento y que la radio, como medio de comunicación, debiera satisfacer plenamente.

Un medio de radiodifusión comercial predomina a lo largo del dial: un esquema *canción-comercial-canción*, con lo que se

invalida el espectro de posibilidades que el medio radiofónico posee.

En el año de 1921, mientras se conmemora el centenario de la consumación de Independencia Mexicana y las compañías petroleras norteamericanas y europeas cimentan su poder territorial sobre nuestro país, el área de las comunicaciones entra en una etapa de desarrollo flamante, al obtener éxito los experimentos en torno a la radiodifusión<sup>1</sup>. Es el ingeniero Constantino de Tárnava jr., el 9 de octubre en la Ciudad de Monterrey, a quien se le reconoce como el responsable de la primera emisión radiofónica en nuestro país. No obstante se habla de un intento previo realizado por el Dr. Adolfo Enrique Gómez Fernández el 27 de septiembre del mismo año en el Distrito Federal.

A partir de este hecho se inicia el camino de la radiodifusión como una empresa. Raúl Azcárraga Vidaurreta, hombre de clara visión empresarial, funda la Casa del Radio, primera estación de radio organizada y puntal de la avalancha

---

<sup>1</sup> "Ayer se inauguraron con éxito brillante las primeras 2 estaciones de telefonía inalámbrica establecidas en el Palacio legislativo y la Estación Radiotelegráfica de Chapultepec..... consiste la estación Radiotelegráfica en 2 aparatos, uno transmisor y otro receptor con todas las complicaciones cada aparato, propias del uso a que están destinados y que la ciencia determina. Fueron construidos ambos aparatos en los talleres de la Dir. Gral. de Telégrafos por el Sr. inspector de estaciones radiotelegráficas Agustín Flores y el montador Sr. José D. Valdovinos". Excelsior, 28 de septiembre de 1921, págs. 1 y 3.

de inversiones que los capitales sobrevivientes del Porfiriato en sociedad con estadounidenses harán en lo subsecuente hacia este prometedor negocio.

México recién concluye una década de lucha armada y el reordenamiento político y social del país reclama una atención mayor en áreas prioritarias como son el abasto alimentario de la población, servicios públicos, salud y planeación de una nueva estructura económica para la nación. En este contexto, el gobierno mexicano en su proyecto político, no contempla atender el desarrollo y control de esa naciente industria. Dejando entonces en completa libertad a los particulares para que se encarguen de las pertinencias requeridas según sus propias inquietudes y conocimientos al respecto.

Para 1922 se ha expandido a tal grado la participación en esta actividad que los radiodifusores se organizan como sector que comparte el mismo quehacer en la Liga Nacional de Radio. En 1923 surgen dos organizaciones más que son el Club Central Mexicano de Radio y el Centro de Ingenieros. En el mismo año estos tres grupos se funden para formar la Liga Central Mexicana de Radio (que puede considerarse como el primer antecedente de la actual Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión).

La Liga Central Mexicana de Radio, por primera vez

proyecta reglamentar jurídicamente a la radiodifusión. Redacta un estatuto en el cual establece el carácter netamente comercial que las estaciones de radio privada han acogido. Se contempla la rentabilidad de este medio cuando, en su artículo octavo se habla de un horario 'tripe A' comprendido de las 19:00 a las 22:00 horas, durante el cual no se aceptará transmitir ningún mensaje de carácter público, dedicándose en cambio para espacios comerciales.

Actualmente la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)<sup>3</sup> agrupa a casi 1200 estaciones de radio y televisión concesionadas en todo el país. El Distrito Federal cuenta con un total de 58 estaciones de radio, 25 en la banda de Frecuencia Modulada y 33 en Amplitud Modulada. De las cuales 43 se distribuyen en nueve cadenas privadas, dos son universitarias, seis estatales y las siete restantes son independientes. (Ver Cuadros 1 y 2).

---

<sup>3</sup> Fundada el 15 de noviembre de 1941 como Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión (CIR) y transformada en CIRT en 1970.

<sup>4</sup> Datos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, 1992-93.

CUADRO 1

GRUPOS DE RADIODIFUSORAS EN EL  
DISTRITO FEDERAL

INDEPENDIENTES

KENK	620	AM	Radio 6-20
XEABC	760	AM	ABC Radio
KEEP	1060	AM	Radio Educación
XEN	690	AM	Radio Mundo
XHMM FM	100.1	FM	Estero 100
XEOC	560	AM	Radio Chapultepec
XHFO FM	92.1	FM	Sonido Z (Arrendado por R. Centro)

UNAM

XEUN	860	AM	Radio Universidad
XEUN FM	96.1	AM	Radio Universidad FM

NUCLEO RADIO MIL

XEPH	590	AM	Radio Express
XEOY	1000	AM	Radio Mil
XECO	1380	AM	Dimensión 13-80
XEBS	1410	AM	Radio Sínfonola
XEUR	1530	AM	Radio Onda
XEOY FM	89.7	FM	Estereo Mil
XHSON FM	100.9	FM	Rock 101

SISTEMA RADIOPOLIS TELEVISA RADIO

XEX	790	AM	La X
XEW	900	AM	La voz de América Latina
XEQ	940	AM	La Q
XEQ FM	92.9	FM	La Tropi Q
XEW FM	96.2	FM	W-FM
XEX FM	101.7	FM	Estereo 101

GRUPOS DE RADIODIFUSORAS EN EL  
DISTRITO FEDERAL

ORGANIZACION RADIO CENTRO

XERC	790	AM	El Fonógrafo
XEQR	1030	AM	Radio Centro
XEJP	1150	AM	Radio Variedades
XECMQ	1320	AM	Formato 21
XEEST	1440	AM	Radio Alegría
XEFAJ	1560	AM	Radio Consentida
XEJP FM	93.7	FM	Radio Joya
XERC FM	97.7	FM	Estereo 97-7
XEQR FM	107.3	FM	Universal FM

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER)

XEDTL	660	AM	Radio 6-60
XEMP	710	AM	Radio 710
XEB	1220	AM	La B Grande
XEQK	1350	AM	La Hora Exacta
XEOF FM	105.7	FM	Radio Lázer
XHIMER	94.5	FM	Opus 94

XELA. GRUPO IMAGEN

XEDA	1290	AM	Rock and Radio
XELA	830	AM	Buena Música
XEDA FM	90.5	FM	Pulsar
XEDL FM	98.5	FM	Radio Activo

ORGANIZACION RADIO FORMULA

XEDF	970	AM	Radio Fórmula
XESM	1470	AM	14-70
XEAI	1500	AM	Radio A-I
XERPM FM	103.3	FM	FM 103
XEDF FM	104.1	FM	Radio Uno

GRUPOS DE RADIODIFUSORAS EN EL  
DISTRITO FEDERAL

RADIO PROGRAMAS DE MEXICO

XERED		1110	AM	Radio Red
XHVIP	FM	88.1	FM	Radio VIP
XHRCA	FM	91.3	FM	Estación Alfa

GRUPO ARTSA

XHM	FM	88.9	FM	Azul 89
XHPOP	FM	99.3	FM	Digital 99
XHDFM	FM	106.5	FM	Amor 106

ACIR

XEFR		1180	AM	La comadrita
XEL		1260	AM	Radio Acir
XEVOZ		1590	AM	Heavy Radio
XHSH	FM	95.3	FM	Estero Amistad

STEREO REY-FM GLOBO

XHV	FM	102.5	FM	Stereo Rey
XHMRD	FM	104.9	FM	Globo 105



CUADRO 2

EMISORAS DE RADIO Y TELEVISION EN LA REPUBLICA MEXICANA									
ENTIDAD	R A D I O						TELEVI-		TOTAL
	A.M.		F.M.		ONDA CORTA		SION		
	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	
Aguascalientes	8	2	2	1	0	0	2	2	17
Baja California Nte.	30	0	20	4	0	0	11	3	68
Baja California Sur	4	0	3	0	0	0	6	17	30
Campeche	9	2	1	0	0	0	4	1	17
Coahuila	37	1	15	0	0	0	14	9	76
Colima	7	1	1	0	0	0	2	3	13
Chiapas	21	1	6	0	1	0	8	13	50
Chihuahua	48	1	11	0	0	0	20	20	100
Distrito Fed.	31	2	22	3	7	7	6	2	80
Durango	13	1	0	0	0	0	5	68	87
Guanajuato	34	2	12	3	1	0	4	4	59
Guerrero	18	3	9	0	0	0	10	7	47
Hidalgo	6	1	3	3	0	0	1	8	22

EMISORAS DE RADIO Y TELEVISION EN LA  
REPUBLICA MEXICANA

ENTIDAD	R A D I O						TELEVI-		TOTAL
	A.M.		F.M.		ONDA CORTA		SION		
	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM		
Jalisco	41	2	21	3	0	0	9	6	82
Edo. de Méx.	6	4	4	0	0	0	3	6	23
Michoacán	30	3	4	0	0	0	9	13	59
Morelos	4	0	9	0	0	0	1	1	15
Nayarit	13	1	2	0	0	0	3	2	21
Nuevo León	28	1	15	5	0	1	6	1	57
Oaxaca	19	2	1	2	0	0	9	11	44
Puebla	19	0	11	0	0	0	3	5	38
Querétaro	9	2	5	1	0	0	3	4	24
Quintana Roo	6	4	2	1	0	0	6	20	39
San Luis P.	20	1	7	0	0	1	7	5	41
Sinaloa	32	1	7	0	0	0	7	1	48
Sonora	45	1	8	6	0	1	19	30	110
Tabasco	12	1	3	1	0	0	3	8	28
Tamaulipas	42	0	20	2	1	0	19	1	84

EMISORAS DE RADIO Y TELEVISION EN LA  
REPUBLICA MEXICANA

ENTIDAD	R A D I O						TELEVI-		TOTAL
	A.M.		F.M.		ONDA CORTA		SION		
	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM	CONC/PERM		
Tlaxcala	3	0	1	1	0	0	0	2	7
Veracruz	61	2	16	0	2	1	9	2	93
Yucatán	15	2	3	0	1	0	5	1	27
Zacatecas	12	0	3	1	0	0	6	7	29
TOTALES	683	44	247	37	11	11	220	282	1535

(Fuente: Directorio de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión 1993)

### 1.1.2. La radio como medio de comunicación

*El sonido no tiene límites*

*Ma. Cristina Romo G.*

La radio como medio de comunicación forma su perfil con características particulares. Separando cada una de éstas podemos esquematizar así las posibilidades que, como medio de comunicación son aprovechables en la radio.

#### Características:

- \* Sencillez Técnica. Esto comprende la operación, producción y transmisión.
- \* Bajo costo de producción en comparación con otros medios de comunicación masiva.
- \* Bajo costo de adquisición y funcionamiento para el usuario de este medio.
- \* Puede dotárseles a base de potencia de transmisión, de una cobertura muy amplia lo que significa la posibilidad de que los mensajes emitidos cubran grandes extensiones territoriales y potencialmente sean accesibles a un elevado número de escuchas.
- \* Inmediatez y simultaneidad. Esto es de vital

importancia cuando se requiere transmitir noticias o información a la población.

- \* Síntesis y concreción al transmitir sus mensajes, con lo que procura claridad y ahorro de tiempo.
- \* Fomenta la imaginación de quien lo escucha, cumpliendo una doble labor educativa.
- \* Por ser un medio netamente sonoro se convierte en un instrumento de comunicación vital para el pueblo mexicano por su tradición oral y por el alto índice de analfabetismo que aún actualmente prevalece en gran parte del territorio nacional.
- \* Como medio difusor de todo tipo de mensajes, incluyendo de manera importante aquellos de carácter comercial, colabora en el proceso económico de producción-consumo.

### 1.1.3. Comunicación como necesidad primaria

*La comunicación nace de la necesidad y del deseo de hacer común lo que debe entenderse.*

*Eulalio Ferrer R.*

Antes que los medios existen las causas, las necesidades. El hombre es un ser vivo que evolucionó biológica y racionalmente. El trabajo y la comunicación

fueron importantes motores del desarrollo cultural. El ser humano, desde sus más remotos orígenes, se relaciona con otros de su especie y para lograr una organización que le permita satisfacer sus necesidades y consecuentemente sobrevivir, requiere comunicarse. Surgen entonces expresiones guturales y mímicas primero, hasta llegar a la estructuración de un código fonético firme y aceptado por su grupo social.

Actualmente el hombre, igual que el primero de su especie, tiene la necesidad de comunicarse con sus semejantes y con el medio que lo rodea a través del intercambio de información. Así, la comunicación organizada hace del hombre un ser racional y social.

Pero la comunicación humana se conceptualiza como un diálogo del hombre con el hombre, un intercambio de mensajes donde la reciprocidad fundamenta el equilibrio social<sup>4</sup>. Este principio puede funcionar cuando nos referimos a un trato directo, un diálogo frente a frente entre dos o más personas, pero el avance científico, tecnológico y demográfico sitúan a la comunicación en un nuevo plano conceptual, cuya realización implica un alto grado de complejidad.

El hombre, hoy como nunca, puede estar al tanto de lo que sucede en cualquier lugar no sólo del planeta, sino de

---

<sup>4</sup> FERRER, EULALIO. Comunicación y comunicología. México, Ediciones Eufesa, 1982, Pág. 14.

los confines mismos del universo hasta donde el conocimiento del hombre ha llegado. Sus posibilidades de comunicarse con quien se encuentra a dos cuadras o a cientos de kilómetros es una realidad gracias a la amplia gama de medios que la tecnología le proporciona.

Ante esa primaria necesidad de comunicarse con sus semejantes, el hombre ha creado toda una serie de medios artificiales que le asisten en tal fin. Es así que hoy día el mundo entero cuenta como lo más natural entre sus posesiones de uso cotidiano con los medios de comunicación masiva<sup>9</sup>. De éstos sobresalen los medios electrónicos que han sido adoptados y adaptados en cada hogar como un miembro más de la familia cuya opinión es tan importante como la de cualquiera de sus integrantes.

Retomando el tema de la radio como medio de comunicación, invento y servicio del hombre, podemos ver la importancia que tuvo desde su origen. Cuando para América Latina significó una solución para sus problemas que, como países en vías de desarrollo podía representar la posesión de este medio de comunicación tan eficaz y poderoso.

El caldo de cultivo social y político fue muy propicio, tal como lo menciona Luis Alberto Solé: "la radiodifusión en

---

<sup>9</sup> Denominados así por influencia de los conceptos marxistas, por su carácter no etilista y multitudinario.

América Latina(...) surgió y se desarrolló sobre todo como un medio para la difusión del pensamiento. En un continente ansioso de libertad, sus parteros fueron la libertad de opinión y la información veraz<sup>6</sup>.

La radio entonces avanza en su cimentación como industria con la anuencia de los gobiernos. A la par, también -y sobre todo- a nivel individual la radio fue aumentando su popularidad y demanda muy rápidamente. Las estrellas musicales surgen, el público se identifica, sueña y deidifica a quienes ante el micrófono transportan a miles de personas a los más bellos paraísos y a los pasajes de romanticismo tan anhelados por los jóvenes de los años 30.

Ya en la década de los 50 y cuando la radio ha consolidado su papel en la vida cotidiana de las personas, el uso del transistor en este medio es una valiosa ayuda, pues significa la reducción de costos de producción. Esto aunado a la producción en serie y a la miniaturización de aparatos receptores, convierten a la radio en un medio portátil para ser en adelante un compañero para cada oyente, ya que puede llevarlo e instalarlo junto a sí, donde quiera que se traslade.

---

<sup>6</sup> Solé, Luis Alberto, ponencia "Bases de una política educacional para radiodifusión privada en América Latina", en Seminario de Radio y Televisión frente a la necesidad cultural en América Latina, Costa Rica, Ed. Heredia, 1976.



#### 1.1.4. Cobertura y Universidad

Actualmente gracias al vertiginoso desarrollo tecnológico, los medios de comunicación electrónicos pueden desplegar una cobertura casi universal. Desde cualquier punto de nuestro país pueden hacer llegar su mensaje al punto más remoto no sólo de la República misma, sino del planeta. Esto les confiere un carácter e importancia vital para todos los aspectos de la vida y actividades que el hombre emprenda.

El ser humano que reside en esta gran urbe, gracias a la radio -antes que cualquier otro medio de comunicación masiva, incluyendo la televisión misma por sus requerimientos técnicos- puede estar informado con inmediatez de cualquier acontecimiento que en este mundo y fuera de él sucede. Participa entonces del fenómeno de socialización e integración con el resto de sus coterráneos.

En términos sociopolíticos, para Juan Ricardo Braun el hecho de que los países de América Latina cuenten con medios de comunicación tan desarrollados significa una gran ventaja pues, como países en vías de desarrollo los coloca en una situación de superioridad frente a las naciones que son hoy grandes potencias económicas, quienes en sus albores no contaron con las posibilidades que provee el dominio de la

comunicación a nivel internacional? Cuestión que efectivamente representa un valioso cimiento para el desarrollo de nuestros países latinoamericanos, esto si se soluciona todos los problemas que aquejan al manejo de los medios de comunicación, para convertirlos en aliados de la nacionalidad y no de intereses económicos extranjeros o cupulares.

#### 1.1.5. Hacedores de Radio. Hacedores de Dinero.

*Esa extraña generación vive entre el sueño y la vigilia, y sostiene en sus manos la tierra del pasado y las semillas del futuro.*

*Gibrán Jalil Gibrán*

Ya desde su invención y vislumbrando el gran poder que la radio provee a quien la maneja, Guillermo Marconi establece las primeras reglas del juego, por supuesto a su favor. Cuando en 1897 crea la Wireless Telegraph and Signal Company<sup>6</sup> con toda una red en los Estados Unidos, Canadá,

---

<sup>6</sup> BRAUN, JUAN RICARDO, ponencia "La radio y la televisión dentro del marco de la educación" en Seminario de radio y Televisión...

<sup>\*</sup> Primera compañía comercial para el servicio de radiotelegrafía inalámbrica. Más tarde convertida en Marconi Wireless Co. Ltd.

Francia en Inglaterra, sienta las bases del primer monopolio en radio. Su compañía instala equipos de radiocomunicación y presta el servicio de intercomunicar barcos entre sí y con estaciones terrestres. Sin embargo, la política de esta empresa contempla la posibilidad -derecho que ejerce libremente- de negarse a establecer comunicación entre cualquier solicitante del servicio si alguna de las partes no utiliza equipos provenientes de la misma compañía.

Ahora, en los albores de fin de siglo y como resultado de una larga trayectoria, los medios de comunicación masiva constituyen un verdadero grupo de poder. Su influencia en los aspectos económicos y consecuentemente políticos en cualquier país es determinante en el grupo de poder. Su influencia en los aspectos económicos y consecuentemente políticos en cualquier país es determinante en el rumbo de éstos siguen.

En nuestro país los grupos de radiodifusores han afianzado su dominio sobre la comunicación masiva a nivel nacional.

La radio se gestó y desarrolló con la perspectiva de ser una empresa comercial más. A medida que este medio creció, se expandió y mejoró en técnica y organización, el concepto de

---

\* FERNANDEZ-SHAW, FELIX, Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión, Madrid 1978. Este fue el motivo por el cual se propició la realización de la Primera Conferencia Internacional de Radio en 1903 en Berlín, Alemania.

la radiodifusión enfrentó una disyuntiva: desempeñarse como un medio al servicio de las necesidades de comunicación de la población, proporcionando información, orientación y entretenimiento de acuerdo a los intereses del auditorio o bien destinar sus esfuerzos y facultades persiguiendo el objetivo único de la ganancia económica. En su mayoría se inclinaron por esta última posibilidad.

La Constitución de nuestro país establece en su artículo 28: "En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios...", haciendo con ello referencia no sólo a artículos de consumo sino también a servicios. ¿Y cómo podría llamarse al hecho de que sean apenas unas cuantas familias quienes detentan la mayor parte de las estaciones radiodifusoras, sino *MONOPOLIO?* Como prueba de ello podemos mencionar a nueve familiar, los Aguirre , Salas, Azcárraga, Ibarra, Fernández, Suárez, Serna, Morales y Vargas, quienes son propietarios de 43 de las 49 emisoras privadas de radio comercial en el D.F.

Y como en la época medieval o en la etapa colonial, el derecho sanguíneo permanece por sobre cualquier cosa, así pues, la segunda generación de *Hacedores de Radio* está ahora al mando no sólo de la mina de oro que significa la propiedad de estas emisoras, sino también de la calidad informativa y programática que la ciudadanía entera recibe.

### 1.1.6. Radiodifusión como empresa

*La inmediata y directa articulación entre la industria de la radio y la del disco encerraron la literatura popular auditiva en el círculo de la psicología como mercancía y asumieron juntas la dirección y control de la educación sentimental de la nación.*

*Luis Aguilar Villanueva*

Como puede observarse, la radiodifusión no se sustrae a los parámetros que la economía, vértice y guía de cuanta actividad emprenda el ser humano, instituye en la estructura productiva del país.

La radio comercial es, demostrablemente, un negocio redondo. El modelo de programación saturada de música de *moda*, ocasionales entrevistas (por supuesto a los intérpretes de tales canciones) y un equivalente en anuncios comerciales, además de proporcionar altas ganancias directas a los propietarios de las estaciones, les significa un costo muy bajo.

Siguiendo la lógica de este esquema generalizado se advierte que las estaciones de radio y las compañías disqueras mantienen estrechos vínculos comerciales de beneficio mutuo. El negocio de las compañías fonográficas es

redituable en función directa del monto de sus ventas ¿y qué mejor escaparate de promoción que la radio?

Es así como las emisoras reciben, sin ningún costo, los ejemplares de toda la producción discográfica con lo que logran dos objetivos simultáneamente: resolver el contenido de su programación, pues no necesitan más que pasar al aire las canciones de moda y, además, ganarse adeptos entre el público escucha -primordialmente juvenil- al ofrecerles estos productos de consumo tan infundidos ya en sus sentidos a través de otros medios.

Por otro lado la fuente real de donde obtienen mayores ganancias es la venta de "tiempos de transmisión", mismos que son empleados para la difusión de anuncios comerciales. Es pues lógico que entre más espacios se vendan para estos comerciales mayores serán las ganancias para las estaciones de radio.

De aquí se explica el motivo por el cual la producción de programas con calidad, que requieren investigación, preparación y por supuesto inversión económica, sea cuestión que no interese a estos *hacedores de radio*.

1.1.7. ¿El público escucha lo que prefiere o prefiere lo que escucha?

*"¿Por cuál vota?"*

Ya desde el nacimiento de la radio como medio de comunicación que entra en los hogares se hace acompañar por un lenguaje magnético, que ha evolucionado a la par del hombre, quien lo creó y lo diversifica ahora con ayuda de la tecnología. Se trata de un lenguaje rítmico que acompasa lo mismo con las amas de casa en las tareas domésticas que con las adolescentes que suspiran por quienes las deleitan con sus voces, o aun con los pequeños en sus aventuras galácticas. Hablo de la música, la música como lenguaje que se transforma después en instrumento como canción.

Actualmente lo que a nivel internacional, y aún nacional se difunda como "la música popular mexicana" no es en gran medida sino aquella que desde los primeros años de la radiodifusión se transmitió e impulsó hasta que llegó a ser un verdadero baluarte nacional. La gente la reconoce, la acepta y la exige como tal.

Originalmente esta preferencia fue conformando la base del negocio radiofónico. El auditorio quería escuchar las voces recién descubiertas de aquellos cantantes que interpretaban melodías de corte ranchero o romántico. Pedía a

las estaciones la transmisión de *sus favoritas*. Las emisoras y los cantantes mismos recibieron todo el apoyo del auditorio para encumbrarse en la vía hacia el éxito económico. Con el paso del tiempo esta lógica fue tomando fuerza hasta que la relación se invirtió: la premisa mercantil (léase negocio discográfico por radio) determinó en adelante la configuración que tendrían las preferencias del auditorio.

Por tanto los productos emanados de la radio se convierten en mercancías, donde cada palabra comunicada debe responder a la lógica de mercado: promover la venta y venderse a sí misma.

Estamos viviendo ahora el fenómeno de que es el medio de comunicación quien dicta en el gusto del auditorio los modelos rítmicos que *deben prevalecer*. Hoy cada compañía disquera promueve que ha descubierto a la mejor voz o al grupo musical más novedoso por lo tanto ha descubierto lo que el auditorio *estaba esperando*, y por tanto está obligado a escuchar. Y en efecto, difícilmente puede eludirse tal obligación ¿cuántas veces no ha recorrido alguien el dial y se encuentra con que la misma canción se está transmitiendo al mismo tiempo hasta por tres estaciones "diferentes"?

¿Dónde está pues la opción?. Si después de escuchar tan repetidamente una canción no hay otra respuesta psicológica para quien la ha escuchado que aceptarla como parte de sus



preferencias, asumiendo que le agrada, que ya hasta se la sabe, pues cuando no la escucha en la radio la tararea sin darse cuenta.

#### 1.1.8. Función social de la radio.

*Lo importante es sin embargo concebir la comunicación no sólo como uno de los agentes de desarrollo, sino como su verdadera sangre.*

*Peter Schenkel*

En cualquier país y de manera sobresaliente en los países latinoamericanos los medios de comunicación y en particular en radio, constituyen hoy en día un elemento muy importante en el proceso de desarrollo global de cada una de estas naciones.

La radio colabora en el aspecto económico además de participar en el proceso producción-consumo, dando empleos y permitiendo la inversión extranjera.

En lo cultural difunde mensajes doctrinarios de distintos talantes. Entre éstos, lo mismo fomenta el consumo de productos chatarra o de modas extranjeras, que transmite mensajes para crear y mejorar los hábitos higiénicos,

alimenticios y de salud de la población. A través de la radio, a las comunidades alejadas de zonas metropolitanas se hacen llegar cápsulas informativas a los indios de la sierra para mejorar sus cosechas, cuidar la salud de sus familiares y hasta aprender el idioma español.

La radio ofrece distracción, compañía e información a cualquier ciudadano, así como puso en contacto a los revolucionarios del FMLN con el resto del pueblo salvadoreño, para quienes Radio Venceremos era el maravilloso invento, apropiado como arma de lucha pacífica pero incisiva.

Acercándonos a nuestra realidad cotidiana podemos observar cómo el invento de la radio que en un principio se utilizó para la comunicación entre persona y persona pasó a ser, luego de su desarrollo técnico, un medio de difusión que empezó a perder su sentido de equidad en la posibilidad de participación y respuesta por parte del auditorio, asumiendo entonces un carácter unidireccional.

Sin embargo, en los años dorados de la radiodifusión, cuando las personas de todas las edades se sienten atraídas por este prodigioso instrumento que las acerca a aquellas voces que de lejos llegan hasta donde se encuentran para hablarles de persona a persona, aprender y divertirse con los descubrimientos que aquellas voces les regalan, en ese entonces la radio es un punto de reunión donde los miembros

de la familia en el hogar, los jóvenes en el barrio o los obreros en las fabricas, se juntan en torno a un aparato de radio para compartir sus impresiones sobre lo que allí escuchan.

Hoy la situación predominante ha dejado atrás esa extraordinaria oportunidad de convivencia. Podría pensarse que la existencia de 58 emisoras escuchándose en el Distrito Federal y por lo tanto la extensa gama de posibilidades que esto otorga al radioescucha ha distanciado a las personas, quienes por separado acuden a la estación que les interesa o agrada más. Siendo que en realidad la situación es muy distinta. De entre el gran número de estaciones, un alto porcentaje transmite una programación similar si es que no idéntica. Y no sólo hay similitud en el modelo programático (canción-comercial-anunciador de artistas-canción...), sino además en el género de música que se transmite, dirigida en su mayoría al público adolescente. ¡Al fin y al cabo la juventud es el mejor mercado que existe!

Resulta entonces que la variedad de opciones no es tal y de las que existen no hay gran cosa que decir. Por lo tanto, luego de escuchar durante un largo rato la programación de cualquier estación comercial no hace falta intercambiar ninguna impresión, amén de aquella que verse en torno a un medio vacío de creatividad.

A pesar de la gran cobertura con que cuentan las cadenas radiodifusoras, cuya señal abarca a todo el país y aún más allá de nuestras fronteras, es muy discutible el hecho de que las necesidades informativas del auditorio estén satisfechas. Y así es, el gran aparato técnico y humano que despliegan las emisoras comerciales más importantes no son destinados para cumplir esta labor informativa, y no se diga la educativa.

Podrían mencionarse sólo un par de estaciones que realizan una tarea eficaz y completa en el afán de informar al auditorio. Indiscutiblemente de entre las estaciones comerciales el primer lugar lo ocupa Radio Red, de la cadena Radio Programas de México.

Esta emisora que nace en 1947 y pertenece a la primer cadena de radio a nivel nacional, destina cuantiosos recursos económicos, técnicos y humanos en la tarea informativa que lleva a cabo. Sin embargo ni en este caso puede hablarse de un desinteresado trabajo de servicio a la comunidad, pues, sin restar importancia a la calidad de los noticiarios 'Monitor' de Radio Red, es necesario anotar que los horarios en que éstos se transmiten son uno de los espacios más altamente cotizados y apetecibles para los anunciantes de importantes firmas comerciales. La calidad misma de los noticiarios les proporciona la garantía a nivel nacional. Resultando que las transmisiones de información se vean

anegadas de anuncios comerciales, con los cuales se recuperan con creces los recursos invertidos en esta producción.

Con esto podemos darnos cuenta de que para los industriales de la radiodifusión el medio es un espacio para llenar de mercancías que redunden en ganancias económicas antes que una vía para el servicio a la comunidad. Más, también es cierto que existen algunos intentos por hacer compatibles ambos intereses (los particulares y los sociales) para lograr programas que aporten algo de valor a un auditorio que pasivamente reclama sean respondidas sus demandas.

#### 1.1.9. Y se hizo la publicidad

*Tal parece que poseemos un sistema de Publicidad Masivo en lugar de uno de comunicación masivo.*

*Georgina Navarrete Hernández*

No puede pasarse por alto la importancia que la radio, como medio de información y difusión de toda clase de mensajes, tiene en la organización económica y productiva del país.

Esto es, desempeña un papel equivalente al de los medios de distribución, pues es una vía de enlace entre el punto de producción y el de consumo al promocionar los bienes y satisfactores entre un auditorio muy amplio y con poder de compra. El límite de esta función estriba en la libertad que se le otorgue al público de ejercer su derecho de elección, sin ser bombardeado por una serie de mensajes que lo atosigan y le dictan, incluso con técnicas reprobables como la subliminalidad, un modelo de vida, de pensamiento y de adquisición que debe seguir.

Uno de los elementos en torno al cual más discuten y critican tanto los investigadores como el auditorio es el alto grado de comercialización en que se ha hundido la radiodifusión. Los anuncios comerciales ocupan ahora una muy importante proporción en importancia en la programación de casi todas las emisoras de radio.

Es sabido e innegable, las emisoras de Radio son un negocio para sus propietarios, por tanto el objetivo primordial es hacerlos lo más redituable posible. La manera de lograrlo es extender los tiempos de transmisión dedicadas a anuncios publicitarios.

Aquellos comerciales que empezaron en la voz de los grandes locutores y que avanzaron luego a ser comerciales hechos en vivo, con dramatizaciones, canto y efectos de

sonido donde hasta quienes posteriormente fueron grandes literatos cooperaban con slogans y estribillos para esos anuncios, son ahora gestados en empresas publicitarias dedicadas a producirlos a precios estratosféricos, con voces exclusivas y una calidad de producción envidiable.

La publicidad radiofónica es sólo una ramificación de ese gran monstruo económico, ideológico y transnacional que son las agencias publicitarias. Los recursos empleados en esta función son muy elevados en lo económico y muy variados en lo creativo logístico.

Este proceso de producción-difusión de anuncios comerciales es un negocio que maneja enormes cantidades de recursos económicos. Se le destinan grandes capitales sabiendo que en efecto se trata de una inversión que garantiza ingresos redituables óptimos. En este proceso todos los elementos que participan obtienen importantes ganancias. (Ver cuadro 3)

CUADRO 3

INGRESOS PUBLICITARIOS EN 49 EMISORAS  
DE RADIO COMERCIALES EN 1992

Ingresos totales de las 49 emisoras por la venta de tiempos de transmisión para anuncios comerciales por:

1 hora	\$	25,680,000.00	(N\$	25,680.00)
Diario	\$	146,000,000.00	(N\$	146,000.00)
Semanal	\$	1,024,630,000.00	(N\$	1,024,630.00)
Mensual	\$	4,391,280,000.00	(N\$	4,391,280.00)
Anual	\$	50,000,269,000.00	(N\$	50,000,269.00)

Considerando esas cifras, si la legislatura mantuviera un apego a su cumplimiento en lo relativo al pago tributario del 25% del total de ganancias, el gobierno habría percibido por este concepto \$ 12,500,067,000.00 (N\$ 12,500,067.00)

Ese gran espacio que las estaciones de radio dedican a la difusión de anuncios comerciales se convierte en una fuente más de adoctrinamiento. Esa Publicidad que durante las 24 horas del día puede llegar a la gente en cualquier parte en la que se encuentre e incluso de manera inconsciente promueve ambientes de lujo, apela al sexo, dirige modas e



ideologías.

Es decir, la Radio, a través de los anuncios comerciales que transmite, marca estilos de vida y, dependiendo del nivel de preparación del escucha, esos mensajes influyen en diferente medida de manera enajenante sobre quien se expone cotidianamente y sin restricción alguna a ellos.

#### 1.1.10. Radiomanipulación

*El que intenta parecer, renuncia a Ser.*

*J.I.*

En la sociedad moderna se habla de una existencia libre. El hombre es libre física y políticamente. Se interrelaciona sin ninguna restricción y tiene la posibilidad de intervenir activamente en cuestiones de política nacional e internacional. Nada le impide el progreso económico. Hay libre competencia. Sin embargo, tal libertad tiene tras de sí un significado diferente, pues la actual 'libertad' no equivale a una efectiva igualdad.

Al mismo tiempo la práctica de esa autonomía debe ceñirse a una dirección establecida desde fuera de la conciencia del hombre y la cual no se refiere precisamente a

ninguna ley de convivencia. Estos parámetros de conducta colaboran con el enajenamiento del hombre, quien debe realizar lo que otros organizan y producen para él con tal fin.

En numerosos casos la radio se suma al ejercicio manipulador que sobre el hombre practican a través de diversos medios, las compañías propagandistas y publicitarias a nombre de los trusts capitalistas.

La comercialización de los mensajes que desafortadamente son enviados al ser humano a través de las ondas hertzianas, no le permiten ser él mismo, ser independiente. Todo está organizado y resuelto para él a través de la programación que la radio comercial le ofrece. Para su entretenimiento y diversión están ahí 24 horas al día las canciones de "su artista favorito", para su necesidad de información es suficiente una cápsula de dos minutos cada hora para que su mente no se vea atosigada con los conflictos del mundo y si tan sólo tiene sed, una larga lista de bebidas *light* le espera.

¿Y su interés por participar? ¿Su creatividad? Esta puede volcarse en los espacios que las estaciones le proporcionan, en los cuales lo único que tiene que hacer es marcar el teléfono de la emisora y responder cuántas novias ha tenido el cantante Perenganito o quién le regaló su primer

muffeca a la artista Equis. Con lo que se obtiene, si acierta a la respuesta, un disco L.P. del interprete juvenil (ya no hay de otros) del momento. Convirtiendo con ello a la comunicación radiofónica en una rueda de la fortuna donde difícilmente alguien puede escapar una vez que ha subido en ella.

Si bien es cierto a través de este medio de comunicación puede el hombre común y corriente tener acceso a la literatura mundial, el conocimiento científico y artístico y en general a todas las expresiones culturales emanadas del hombre. Sin embargo nos enfrentamos ahora a una particular concepción y tratamiento de esas creaciones.

Se trata de la Industrias Cultural, esa que resulta y satisface a la rebelión de las masas, seres humanos cautivos en ella. Surge entonces una cultura sustitutiva que avanza ganando terreno en la mente de la población y ocupando lugar de la verdadera creación cultural, reemplazándola con pseudocultura. Provocando con ello una modificación en las actitudes morales intelectuales y sociales de la gente, hasta que todos han adoptado un modelo único, se homogenizan valores y por lo tanto preferencias. Es entonces más fácil dirigir a una masa amorfa y sin voluntad en la dirección deseada por quienes manejan la maquinaria económico-comercial del país -y del mundo-. En este momento la gente desplaza su

capacidad de *elección* por la de *adopción*, lo mismo si se trata de una marca de jabón que de un género musical.

Lo que ahora llamamos MODA se ha convertido en un caso crónico -si no patológico- de manipulación. A todo lo que pretende ser vendido se le agrega esta palabra como calificativo de garantía.

Para ser aceptado en la sociedad moderna se debe estar a la *moda*. La producción de mensajes, estilo de vestir y de hablar, cantantes y canciones, es igual a la de cualquier otra mercancía: en serie. Por lo que las opciones que en apariencia son tan numerosas se reducen en realidad a un modelo único, sólo con variantes en sus detalles ornamentales para distinguirse unos de otros. Todo es anunciado como nuevo y único, aunque para ello debe ser usado y asumido por la generalidad.

Esta cultura de masas es difundida por los medios de comunicación. De donde resulta que cualquier joven de un popular barrio, casi analfabeta no acepte otro tipo de música que la que proviene de su grabadora portátil en el idioma inglés. Descubrimos que esta proliferación de mensajes manipuladores provoca la sustitución en el uso de elementos naturales por objetos artificiales para satisfacer incluso las necesidades primarias debido a la convicción aceptada luego del bombardeo comercial que es emitido por la radio.

### 1.1.11. Servicios Informativos.

*Gracias al milagro de las comunicaciones modernas, podemos escuchar los mismos boletines de noticias durante todo el día.*

*James Stanley.*

Al referirnos a los propietarios de las emisoras de radio, estamos hablando de un minúsculo grupo de individuos que, a partir de esta posesión, tienen en su poder el control de la información que difunden.

Cualquier medio o individuo que funcione como intermediario entre las fuentes de donde emana información o los hechos y el réceptor (ya sea este lector o escucha), trátase de quien se trate, estos agentes realizan una especie de destilación de las noticias antes de que estas lleguen al auditorio.

Es así que la elite que mantiene la conducción de la radio tiene con ello el dominio de un medio de comunicación muy poderos por su penetración y alcance.

Este grupo, formado por personajes de alto nivel económico y por lo tanto con importantes nexos en la vida política nacional tienen en la radio un aliado no sólo para acrecentar su riqueza sino para difundir su ideología y

propagar los mensajes que les convenga, de acuerdo con los intereses políticos y económicos que permanecen en juego.

Así pues se dice que se informa para orientar en determinado sentido a la población receptora. Esto es, siguiendo la lógica del modelo comercial con el que funcionan las radiodifusoras privadas, obligan a quienes las manejan a hacer uso de la propaganda con fines mercantilistas para obtener mayores ingresos con el adiestramiento del público hacia el consumo.

#### 1.1.11.1 Agencias informativas.

Un agente más de infiltración (ideológica y económica) extranjera es la participación de los servicios informativos que la radiodifusión emplea para obtener noticias.

Las agencias informativas a su vez responden a intereses, bien particulares o del país de origen, mismos que determinan la tendencia dada a la información que suministran a la gran mayoría de países, no sólo de sucesos internacionales sino de aquellos que acontecen en la nación misma a quien prestan sus servicios.

Las más importantes agencias noticiosas, son originarias de Estados Unidos y Europa, aunque afortunadamente han

surgido importantes intentos en países de la región. Entre estas se pueden mencionar Cerigua, de Guatemala; Salpress de El Salvador; Prensa Latina de Cuba, así como Notimex en nuestro país, entre otras que actúan como trincheras para proveer de información con una mayor fidelidad a los países vecinos.

Ahora bien, los radioescuchas interesados en informarse cuenta con pocas opciones de noticiarios que reúnan los requerimientos de seriedad, veracidad, concreción e integridad, amén del caso de Radio Red ya mencionado y de aislados casos entre las emisoras comerciales, y algunas otras excepciones. el espectro está lleno de servicios que lo mantienen informado en un minuto cada hora. Los cuales no proporcionan equilibrio ni variedad de versiones, emitiendo llanos y aislados comentarios sobre hechos de importancia para la información mínima necesaria que requiere cada escucha.

## 1.2. RADIO CULTURAL EN EL DISTRITO FEDERAL

### 1.2.1. Radio Universidad

Corre el año de 1937 para la Universidad Nacional

Autónoma de México, el general Lázaro Cárdenas, preside nuestro país, el recientemente estructurado país de las instituciones en lo subsecuente. A principios de ese mismo año, llega a México León Trotsky, quien es acogido por la familia de Diego Rivera y Frida Kahlo.

Durante este período el General Cárdenas tuvo algunos desacuerdos con el sector estudiantil universitario por su política en abierto apoyo a la educación socialista, que se enfrentó a una comunidad de estudiantes y académicos que en la en UNAM defendía el carácter liberal de la educación.

Sin embargo, el apoyo presidencial a la universidad, no cesa y, aunado a la participación de quienes trabajan al interior de las aulas, los proyectos de extensión universitaria se amplían. Uno de los mayores proyectos realizados es el establecimiento de Radio Universidad.

El 14 de junio de 1937 es inaugurada la primera emisora de radio universitaria en el país. El Rector Luis Chico Goerne entrega la dirección a Alejandro Gómez Arias, quien dicho sea de paso siempre se distinguió por ser un universitario íntegro, iniciando su carrera en defensa de esta institución en 1929, cuando encabeza el movimiento estudiantil, en búsqueda de la autonomía universitaria.

Esta emisora sale al aire en condiciones muy adversas por su situación económica y por incursionar en el campo



radiofónico cuando existe ya una industria en esta materia bien cimentada, lo cual significa una muy dura competencia. La radio universitaria se enfrenta al reto de crear, atraer y mantener un público que en ese momento está arrobado por el esplendor que las producciones comerciales le obsequian hace ya tres lustros.

En sus primeros meses de transmisión logran solo llegar a unas cuantas cuadras de distancia con la señal emitida por dos transmisores Collin Western Electric.

Radio Universidad, luego de una trayectoria de 56 años, no sólo se mantiene firme ante los embates económicos del desarrollo nacional sino además, con su ejemplo y apoyo abrió camino para el establecimiento y actual funcionamiento de otras emisoras universitarias en el interior del país.

Es ahora una importante emisora cultural, que aparece como insula en el mar de la radiodifusión comercial. Es una estación genéricamente universitaria, que refleja el quehacer académico de esta casa de estudios y además está abierta en sus mensajes al resto de la población.

Durante mucho tiempo existió como vanguardia de la difusión cultural mexicana, como vehículo de reflexión que por sus características realiza el papel de puente entre el quehacer académico extraaulas de la UNAM y la población en general.

Un elemento particularmente valioso entre su programación, además de la difusión de música clásica y programas de análisis, discusión y entretenimiento, es el espacio noticioso de esta emisora.

El noticiario de Radio Universidad, en sus tres emisiones, puede ser considerado como un modelo del quehacer periodístico digno, que cumple una labor informativa completa hacia el auditorio.

#### 1.2.2. Estaciones comerciales.

Entre las estaciones genéricamente comerciales, pueden considerarse dentro de la categoría de radiodifusoras culturales a Opus 94, del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), XELA "Buena Música" y Estereo Mil.

Por el perfil de su programación musical proporciona al auditorio no solo una alternativa melódica, sino también una educación dirigida al conocimiento de compositores, intérpretes, temas y estructuras del género de música clásica.

##### 1.1.2.1. XELA

Esta emisora surge en 1940, a diez años de vida de la XEW. Aparece como una opción con su programación musical, precisamente en la etapa de mayor auge de la radiodifusión en nuestro país. Originalmente su acervo se integra con las aportaciones de los socios que se reúne para dar vida a XELA, entre quienes pueden mencionarse a Antonio Cornejo, Felipe Mier y Marcos Arrangoiz.

Esta estación resulta ser eminentemente selectiva en el material sonoro que trasmite así como en las voces que acompaña la programación, con lo que ha logrado mantenerse en el gusto del auditorio aficionado a este tipo de música. XELA se mantiene firme en su objetivo de difundir el género musical clásico a pesar de cualquier surgimiento de nuevos estilos y corrientes.

#### 1.2.2.2. Estereo Mil

Esta emisora pertenece a la cadena Nucleo Radio Mil (NRM) y es concretamente manejada por la división cultural del NRM. Además de programar diariamente música clásica, trasmite continuamente cápsulas culturales que difunden datos sobre la vida de compositores de este género musical, sus obras, piezas musicales, así como información general sobre

historia de la cultural.

#### 1.2.2.3. Opus 94

Opus 94 es una de las emisoras que integran el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) la cual por ser una entidad del aparato estatal se ve afectada en su funcionamiento por cuestiones tales como los bajos recursos, equipos insuficientes en ocasiones para elevar su calidad de sonido e inconstancia que resultan de los movimientos burocráticos en su dirección.

Para una estación de radio de este tipo poseer una fonoteca amplio en acervo y con un mantenimiento eficaz es una necesidad apremiante y que esta se encuentre en una estación gubernamental, de carácter público es un gran tesoro.

En México, por tradición cultural y lastres educativos ancestrales se divorcia a la cultura misma y se le separa en estratos. Sin embargo la cultura no es ni debe ser un lujo o un patrimonio para unos cuantos, por el contrario, debe ser ofrecida por igual, con lo que se habilita la posibilidad al auditorio de tener acceso a través de un medio de difusión tan importante, a la música clásica y a otro tipo de mensajes

más enriquecedores, distintos de los que anegan el espectro radiofónico.

### 1.3. EL AUDITORIO FRENTE AL RADIO

#### 1.3.1. El medio hace auditorio.

En nuestro país las décadas de 1930 a 1950 significaron una etapa importante de cambios que influyó directamente en la ideología y concepción de la realidad que la población tenía.

Es en estos años cuando los periódicos de gran circulación afianzan el periodismo como una empresa, las grandes rotativas producen ejemplares de manera masiva, mismos que llegan a casi todo el país, su situación económica se estabiliza y consecuentemente su poder político asciende. Surgen los grandes periodistas que con sus palabras guían la opinión de los lectores.

A su vez la radio primero, y posteriormente la televisión marcan un nuevo modelo de información y entretenimiento para el auditorio, el proceso de comunicación se masifica, y los hechos, a través de las palabras que salen de estos aparatos, se mediatizan no solo por la tecnología

sino por una serie de intereses -económicos y políticos- de quienes manejan esos medios.

Es en los primeros años de existencia de la radio cuando el medio mismo debe formar un público adepto que lo escuche y apoye. Inicia campañas para promoverse así mismo y logra la preferencia de un receptor virgen.

La programación le ofrece lo mismo conocer a su cantante favorito que obtener una licuadora o una sartén si escucha la estación. Es sorprendente ver cómo los incentivos para mantener cautivo al público no han variado a lo largo de setenta años de existencia de este medio. Sin darse cuenta de que el auditorio exige de la radio algo más que un disco elepé.

### 1.3.2. Qué es el auditorio para las radiodifusoras comerciales.

Todo proceso de comunicación parte del modelo básico EMISOR-MEDIO-RECEPTOR. A medida que estos procesos se diversifican en forma y tecnología, el modelo y los elementos participantes se modifican. Esto no significa que la existencia e importancia de cada uno de ellos deba demeritarse.

Que, cómo y qué tipo de mensajes emite la radio se ha tratado ya, sin embargo frente a este tan discutido Emisor hay un -más valioso- Receptor. ¿Qué es éste pues para las radiodifusoras capitalinas?

El auditorio radiofónico no es un ente pasivo, aislado o maleable como un autómatas. Mas para la mayor parte de las radiodifusoras, el auditorio es sólo merecedor de estudio y atención en virtud de su papel como consumidor potencial.

Así pues se invierten recursos económicos para realizar estudios de "ráiting", en los cuales lo único que interesa saber de quienes los escuchan es qué tipo de auditorio (edad, sexo, ocupación, nivel socio-económico) atienden a qué hora qué programas, para con esa información saturar el horario adecuado con los mensajes publicitarios idóneos dirigidos al grueso de la población que en ese momento sintoniza la estación. Esto en busca de optimizar las posibilidades de compra-venta<sup>10</sup>.

Sin embargo "en la interacción entre la radio y los escuchas se suscitan procesos culturales, políticos y

---

<sup>10</sup> Los grupos radiofónicos utilizan para medir su audiencia básicamente dos tipos de investigación en este sentido: El Radiómetro y el Mediómetro. El primero fue creado hace tres décadas. Consiste en investigación de campo denominada Coincidental, pues toma en cuenta la estación de radio que se escucha en los hogares en el momento en que el investigador llega a realizar la encuesta. El Mediómetro considera una información más amplia sobre las preferencias de los encuestados en torno a horarios y programas favoritos.

sociales, que van más allá de la mera motivación al consumo como lo propone algunos estudios mercadológicos"<sup>11</sup>. De la misma manera un importante comunicador de este medio dice que "todos somos la radio", los que la hacen y los que la escuchan.

Es así que el auditorio recibe y dirigiere mucho más de la radio que el simple bombardeo publicitario con fines comerciales, de ahí que exija más de la radio.

### 1.3.3. Importancia Político-Cultural de la Radio

La organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO) ha dicho que las actuales generaciones son producto de tres padres, los dos naturales, y un tercero representado por la comunicación, pues de ella depende en gran medida la formación emocional y de personalidad, amén de la informativa de los jóvenes individuos.

En la ciudad de México y el área metropolitana, según datos de la Asociación de Radiodifusores del D.F. (ARDF), el 98 por ciento de los hogares poseen por lo menos un aparato

---

<sup>11</sup> REBEIL CORELLA, MA. ANTONIERA, "La radio y sus escuchas". en Perfiles del cuadrante. México 1989. Editorial Trillas. Pág. 252.



de radio y en promedio cada individuo escucha radio en promedio 3 horas al día, un mínimo de 26 días al mes (Ver cuadro 4).

CUADRO 4.

DATOS SOBRE LAS DIFERENTES CARACTERISTICAS  
DEL AUDITORIO DE MEXICO

\* Tiempo que las personas dedican a las siguientes actividades.

Televisión	-	76 %
Radio	-	62 %
Revistas	-	29 %
Periódicos	-	28 %
Deporte	-	26 %
Paseos por el campo	-	18 %
Cine	-	14 %

\* Proporción de quienes escuchan radio:

+ Por edades:

15 a 17 años	-	72 %
18 a 24 años	-	68 %
25 a 34 años	-	58 %
35 a 44 años	-	59 %
más de 45 años	-	57 %

+ Hombres - 57 %

+ Mujeres - 68 %

+ Nivel socio económico :

A/B	-	51 %
C	-	59 %
D	-	66 %

\* Preferencias musicales por radio:

Modernas en español	-	26 %
Español del recuerdo	-	17 %
Ranchera/Nortea	-	16 %
Tropical	-	12 %
Moderna en Inglés	-	10 %
Español e Inglés	-	6 %
Clásica	-	6 %
Inglés del recuerdo	-	3 %
Internacional	-	3 %

Cámara Nacional de la Industria  
de Radio y Televisión CIRT

Esto significa que la población toda es un auditorio potencial de los más variados mensajes emitidos por la radio. Este medio es capaz de comunicar el mayor caudal de conocimientos creados por el hombre inmediatamente y a casi cualquier lugar del país. El hombre promedio que se expone diariamente un mínimo de tiempo a cualquier medio de comunicación masivo, debe a estos alrededor del 80 por ciento de su información. De este aproximadamente un 40 por ciento corresponde a lo que la radio le proporciona.

En esta ciudad si bien es cierto la población prefiere ver televisión más tiempo que escuchar radio, pero indiscutiblemente la radio es el medio de mayor penetración por bajo costo, funcionalidad y por no requerir una atención absoluta para ser escuchado.

De igual manera, tiene un mayor alcance que los periódicos, pues salva las barreras de niveles educativos, costos, analfabetismo y cultura para la lectura.

El radio escucha es participante de ese proceso de comunicación, pero como receptor de mensajes que responden a ciertos móviles de los sectores que manejan el funcionamiento de la radio.

A través de la radio se puede difundir cualquier tipo de mensajes en nuestro país, con la única salvedad de respetar la integridad de terceros así como de las instituciones

públicas y de los valuartes nacionales. Un medio como este es indispensable para propagar puntos de vista, concepciones políticas y culturales y para lograr un fin nacional común.

En nuestro país sin embargo es cierto que este espacio no es del todo accesible para diferentes grupos de la sociedad que de manera organizada requieren un medio de comunicación como la radio para difundir sus mensajes. Tal es el caso de partidos políticos, grupos sindicales, asociaciones civiles, instituciones educativas y otros, teniendo que conformarse con seguir siendo parte receptora de esta relación comunicativa entre los medios y la sociedad.

Esto demuestra que las posibilidades para emplear este medio de comunicación no es equitativa entre la sociedad. "La actual estructura económica, política, administrativa y jurídica sobre la que funciona la radio y televisión ha permitido a los grandes capitalistas reservar para su uso casi exclusivo el 'mercado publicitario' en estos medios (y además) permite a las fracciones monopolistas difundir su discurso político-ideológico en condiciones de infinita superioridad con respecto a cualquier otra fuerza política del país".<sup>12</sup>

Hablando en términos marxistas, los medios de

---

<sup>12</sup> MEJIA BARQUERA, FERNANDO. Tesis La Industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano. UNAM, FCPyS 1981.

comunicación en manos de la burguesía representan un perrecho para el sostenimiento de su hegemonía política y económica a través de los cuales reproducen un discurso alienador y desmovilizador hacia la población. Frente a esto, para el proletariado un medio de comunicación tan importante como la radio tiene un sentido político y subversivo a través del cual difundirán sus mensajes de lucha y emancipación.

La radio, y en general los medios de comunicación con amplia difusión, son un importante agente de cambio, desarrollo y equilibrio social. Su labor depende de la orientación y manejo que de ellos se tenga.

#### 1.3.4. Lo que el público exige

*La culpa no es del indio, sino del que lo hace compadre.*

*Refrán Popular*

La posición frente a la radio y lo que ésta significa para quien la escucha se ha modificado respecto a los primeros años de existencia del medio.

En sus principios la radio reunía a la familia en el hogar, en torno a un aparato de radio donde escuchaban radionovelas, noticiarios, programas de concursos y musicales. Toda y todas las atenciones estaban al unísono

puestas en él.

Actualmente y desde hace varios años cada miembro de la familia y de manera sobresaliente los jóvenes, tienen "su propio" aparato de radio donde escuchan lo que es de su agrado. Esto significa que ahora la radio se oye de manera aislada, cada persona atiende una estación radiofónica, sin querer interrumpir esta 'distracción' con la engorrosa tarea de compartir un comentario al respecto. *¿De qué podemos hablar si estoy oyendo esta rola?*

El desarrollo de la radio comercial ha mantenido una evolución muy peculiar a la vez que ha formado perfiles óptimos de radioescuchas, y se defiende diciendo que no puede introducir en su programación otro tipo de mensajes que no sean los que se refieren a la música juvenil o al chisme del cantante en turno, porque es el auditorio quien manda y esto es lo que la gran mayoría desea escuchar.

Ciertamente tienen razón, es difícil desentrañar el conflicto y averiguar en que momento cual de estos elementos participantes, el medio o el escucha, 'torció el camino'.

Mucha gente enciende el radio en busca exclusivamente de música, y en cuanto aparece en su receptor un mensaje diferente que puede ser lo mismo un comercial (aunque tal vez estos tengan más adeptos), un noticiario o un programa de debate, mascullarán alguna maldición por la interrupción en

su Programa favorito y de inmediato buscarán la estación gemela donde continúa la misma melodía unos segundos antes interrumpida.

Esto nos lleva a un cuestionamiento interesante: ¿la radio efectivamente se escucha o sólo se oye?

En virtud de la programación que en las radiodifusoras ofrecen al auditorio desde hace varias décadas, han convertido a este en un oidor de música comercializada por excelencia. De ahí que en gran medida la radio sea hoy en día considerada simplemente como un instrumento proveedor de música de fondo para acompañar la realización de otras labores.

Con esta realidad se escudan muchos productores de radio para argumentar la carencia de otro tipo de programas y la trivialización en el tratamiento de cualquier otro tema que no se refiera a cuestiones del espectáculo y la farándula.

Es comprensible que el auditorio -sobre todo aquel que apenas alcanza los 20 años y que ha crecido en este contexto, ante la carencia de opciones radiofónica, no tenga ya una cultura para el medio.

Difícilmente alguien destina un tiempo específico dentro de sus actividades para escuchar un programa elegido previamente y le destina toda su atención. Y esta situación se agravará más si las radiodifusoras se mantienen con la

ideología retrógrada de no dar más para no provocar que el escucha le exija más.

### 1.3.5. Los dones del medio.

*Toda expresión verbal, si está llena de intención afecta al auditorio y lo motiva, pero si no lo está, provoca que el oyente no acepte los mensajes y responda simplemente con una total indiferencia.*

*Juan José Bravo Monroy.*

La radio, como medio de comunicación con las características que se han ya enumerado, constituye un medio de comunicación con un poder de influencia -para bien o para mal- muy importante sobre quienes lo escuchan. Así pues, en la gente puede provocar: nuevas aspiraciones, malestar, frustraciones, confianza, explicaciones, motivación, emociones, interés por conocer más, confusión, estimula la imaginación. Provee de información (veraz o falaz), crea o apunta a realidades, realiza campañas que pueden denominarse educativas, en cuestiones morales, culturales, higiénicas, cívicas, políticas, consumistas, etc.

Todo ello depende de que el emisor utilice un lenguaje común al que le está escuchando y que no abandone los



parámetros mínimos de ajuste a la realidad nacional para poder comunicar con efectividad.

La radio constituye indiscutiblemente un importante medio de entretenimiento y distracción que, llevado a los extremos como en algunos casos ha ocurrido, sirve como instrumento a la industria cultural y pretende organizar y programar con "entretenimiento prefabricado a su medida" incluso en el tiempo libre de cualquier ciudadano.

Pero la radio, al igual que otros medios de comunicación debe ser considerada como una "institución, ideológica y política"<sup>13</sup> y no sólo como medios de entretenimiento o información.

Un ejemplo de esto son los proyectos realizados para transmitir programas de educación primaria en comunidades semiaisladas, tanto en México como en otros países de América Latina, obteniéndose de ellos resultados favorables.

La radio introduce al escucha en mundos mágicos, reales, fantásticos. En ella se despliega la cultura mundial ante quien atiende su programación ya que puede conocer y compartir las más interesantes creaciones del hombre y vivir a la par de los protagonistas del devenir histórico actual. La radio le proporciona un sentimiento de participación

---

<sup>13</sup> REBEIL CORELLA, MA ANTONIETA. Ob. Cit., Pag. 245.

cuando a su lado las aves del trópico revolotean y cantan, se acalora cuando oye las voces con un característico acento costero, se duele ante las tragedia del hambre y desamparo cuando escucha la voz de un niño africano o de una madre rusa. ¿Porque entonces negar a un medio tan rico la expansión de todas esas posibilidades y recursos que posee para Comunicar a los seres humanos?.

En este sentido, el público receptor, además de ser 'víctima' de una estructura comercializada del medio es también coautor si persiste en una actitud pasiva ante lo que éste le proporciona . Más es necesario mencionar a un tercer participante en el desequilibrio en lo que se refiere a la oportunidad de comunicar a través del radio y de la proporción y calidad de mensajes que se trasmiten por las emisoras ya existente. Se trata de el Estado que, como regulador nacional ha descuidado en cierta medida su papel de atención equitativa a los distintos sectores de la sociedad.

## CAPITULO II

### ESTADO Y MODERNIZACION EN EL MEDIO RADIOFONICO

*La comunicación es necesariamente  
democrática o no es comunicación.*

*Jorge Meléndez y Héctor Gama*

#### 2.1. REVISIÓN DE LEGISLACION EN MATERIA RADIOFONICA

En el presente capítulo se expondrá en términos generales el papel que el Estado ha escenificado en el terreno de la comunicación radiofónica. Tal revisión explicará la participación del Estado en la radiodifusión a través de los diferentes niveles en que se ha vinculado directamente con este medio de comunicación.

En primer término se realizará una revisión de la legislación nacional en torno a la materia. Posteriormente se analizará la trayectoria de acciones claves emprendidas por el gobierno mexicano en lo que se refiere a su participación en la radio a través de diferentes roles, esto es, como regulador, transmisor, propietario, engrane del sistema, etc.

Todo para entender el avance y calidad del ejercicio

gubernamental en el medio radiofónico, hasta inferir en las acciones realizadas por la presente administración política modernizadora frente a este medio de comunicación.

Para ubicar el manejo actual y el papel que el Estado juega frente al medio radiofónico, es importante y necesario revisar la trayectoria de las relaciones entre el gobierno y los particulares que concesionan el manejo y explotación de aquél. A lo largo de tal historia encontramos un estira y afloje entre estos dos actores por la soberanía en el manejo del medio.

En nuestro país convive un sistema económico mixto esto es, con la participación del gobierno y el sector privado, en los procesos de producción-distribución. Cada uno de los personajes defienden intereses distintos y en ocasiones encontrados. Los propietarios de las estaciones radiodifusoras, desde el surgimiento de éstas ven en tal actividad un negocio con fructíferos prospectos. Ganan terreno en concesiones por parte del Estado y extienden su esfera de acción y poder, buscando en todo momento dar siempre un paso más y conservar cierta ventaja frente a otras instancias que podrían obstaculizar su afán de crecimiento y desarrollo económico.

Por su parte, el Estado como representante de los intereses de la población en general, responde al deber de

garantizar el servicio social de los medios de comunicación para beneficio de las mayorías sociales, el cual según se ha visto no puede quedar libremente en manos de un grupo minoritario. Asumiendo con tal fin un papel de rector del proceso de la comunicación masiva, que se convierte, por sus implicaciones, en un proceso político, económico, social y cultural por lo que, a través de una serie de acciones legales y prácticas intenta ejercer su soberanía en la comunicación social.

#### 2.1.1. Marco legal

*El presente es perpetuo*

*Octavio Paz.*

Toda nación, para ser reconocida como tal requiere tres elementos básicos de formación, a saber: Territorio, Población y Gobierno.

Este último elemento se define a sí mismo como cuerpo político de la nación. Es decir órgano con los poderes de regir, organizar, vigilar, legislar, sancionar y regular las actividades, relaciones y rumbo del país en el que se asienta.

Cuando en nuestro país la actividad radiofónica inicia su expansión, el gobierno mexicano —llamémosle indistintamente Estado recto o Estado— como ya se mencionó en el capítulo anterior, se hallaba ensimismado en cuestiones de reconstrucción nacional prioritarias, motivo por el cual el control de la radiodifusión no tiene cabida en su proyecto político económico.<sup>1</sup>

Es así que la radiodifusión se gesta e inicia sus primeros pasos —que como en cualquier ser viviente son determinantes y marcan características de por vida— de una manera libre y rigiéndose solo con sus propias reglas.

Tibiamente, al poco tiempo de que la actividad radiofónica aparece y muestra un rápido desarrollo, el estado

---

<sup>1</sup> Cabe mencionar que entre los muchos análisis en torno a esta faceta de las relaciones Estado—Medios de Comunicación, existen algunos opiniones contrarias a esta idea. Tal es el caso de Fernando Mejía Barquera, en cuya tesis La industria de la radio y la televisión y la política del estado (orígenes y desarrollo), página 14 argumenta que "el carácter mayoritariamente comercial que tiene la radiodifusión en México, lejos de ser un error político (por haberle restado importancia y atención) del personal estatal, es una consecuencia directa del proyecto económico que el estado surgido de la revolución de 1910 promueve en el país...". Sin embargo debo aclarar que en mi opinión tal hecho no fue en primer momento una política firme y con clara intensión como tal. Los acontecimientos —políticos, económicos y sociales— en ese momento y posteriormente así lo demuestran, aunque es cierto y es necesario reconocerlo, la relación simbiótica entre el gobierno y los particulares surgida desde hace varias décadas, ha llevado a puntos culminantes de concesión y autonomía de aquellos últimos como resultado de una estrategia gubernamental de acuerdo a los requerimientos del gobierno, permeado por condiciones sociopolíticas coyunturales determinadas.

inicia sus intentos por legislar en torno a ella. Adhiriéndose además a convenios y acuerdos internacionales que en las primeras décadas de existencia de la radio se firman referentes primordialmente a cuestiones de orden técnico.

A continuación se presenta una sintética revisión de algunos de los fundamentos legales más importantes (leyes y reglamentos) emitidos por el Estado Mexicano en materia de radiodifusión.

En primer término, la Constitución Política como fuente primaria de la legislación nacional establece los principios jurídicos federales básicos. En el título primero que se refiere a las garantías individuales hace hincapié en la inalienabilidad de derechos y garantías de que goza todo individuo y ciudadano mexicano, dentro de las que se encuentra su libertad de expresión y actividad laboral y económica.

Ya en 1917 el Estado confirma en los artículos 27 y 42 Constitucionales la propiedad y dominio sobre el espacio aéreo del territorio mexicano por donde se propagan cualquier tipo de ondas y señales y lo asegura como patrimonio de la nación. En el artículo 27 se asienta la facultad del Estado para otorgar esos dominios en concesión a particulares para su uso y explotación de acuerdo con las normas que en cada caso rijan.

La fracción XVII del artículo 73 faculta al Congreso a dictar leyes sobre las vías generales de comunicación y en 1926 en la fracción I del artículo 89 el congreso de la Unión otorga al presidente la capacidad para promulgar y ejecutar leyes en acuerdo con este órgano legislativo.

Tres leyes muy importantes en materia de radiodifusión por su intención de cobertura son, la primera, segunda y tercera Ley de Vías Generales de Comunicación.

La primera Ley de Vías Generales, promulgada bajo la administración de Plutarco Elías Calles, publicado en 1926. la segunda ley se emite el 28 de septiembre de 1932, bajo el gobierno de Abelardo Rodríguez. Y la Tercera Ley se publica el 19 de febrero de 1940 aún bajo el mandato del general Lázaro Cárdenas.

Estas leyes son las primeras de gran cobertura respecto a los medios de comunicación, sin embargo éstas comprenden todas la vías, (ferrocarriles, corrientes acuíferas navegables, líneas aéreas, telegráficas y telefónicas, y comunicaciones con o sin hilos) y no sólo los medios de comunicación. Por lo tanto aunque son muy amplias y abarcan cuestiones de concesión, sanciones, requerimientos técnicos y funcionamiento básico de los servicios de comunicación eléctrica (léase radiodifusión exclusivamente) no son regulaciones específicas de la materia.



Es importante observar que en estas leyes se manifiestan ya preceptos en el quehacer radiofónico tan importantes como el principio de que las concesiones sólo se otorgarán a ciudadanos mexicanos por plazos no mayores de 50 años y sin que estas puedan constituir monopolios; la prohibición para transmitir mensajes contrarios a la paz y a los principios nacionales o que rompan la armonía social; impedir que las estaciones clasificadas culturales trasmitan algún tipo de mensaje comercial. Crea algunos organismos consultivos y vigilantes a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y dictan las condiciones técnicas mínimas que deben contener las estaciones trasmisoras, las cuales deben reunir "las mejores condiciones exigibles de acuerdo a los principios más modernos de radiocomunicación". Y sin abundar más en el tema -la tercera Ley de Vías Generales- establece el contenido que corresponderá a las estaciones radiodifusoras.<sup>2</sup>

---

<sup>2</sup> La tercera Ley de Vías Generales en el Libro V, Cap. VI, art. 403 establece: "las instalaciones radiodifusoras comerciales sólo podrán difundir: 1. programas musicales y piezas de teatro; 2. Programas de difusión científica y artística; 3. Crónicas infantiles, deportivas o de interés general, y 4. propaganda comercial con el límite señalado en los reglamentos respectivos". Mientras que el Art. 404 asienta que las estaciones radiodifusoras culturales, sólo podrán ser establecidas o explotadas por la federación, gobierno de los estados, municipios y universidades y sólo transmitirán "asuntos de índole cultural e información de interés general que no tengan carácter comercial."

#### 2.1.1.1. Cuando no todo es miel sobre hojuelas

Cuando en el año de 1968 las estaciones radiodifusoras pagan por concepto de tarifas de concesión, en la banda de Amplitud Modulada entre \$ 1,500.00 y \$ 4,000.00 de acuerdo a la potencia, y las Frecuencia Modulada entre \$ 2,000.00 y \$ 4,000.00 de acuerdo también con la potencia, el gobierno del país realiza una acción legal de gran relevancia en este terreno.

El 31 de diciembre de 1968 se aprueba la Ley de Ingresos de la Federación y la respectiva Ley que reforma y adiciona disposiciones relativas a diversos impuestos. En esta ley se considera a la Radiodifusión sujeta al pago tributario en la fracción XVII-2-B-d.

Lo importante de esta ley en nuestro tema es que, resumiendo, el artículo 52 del capítulo Noveno determina que se aplicará una tasa del 25% a la base del monto total de ingresos sobre " los servicios expresamente declarados de interés público por la ley, en los que intervengan empresas concesionarias de los bienes directos de la nación". Esto significa que los propietarios de medios de comunicación radiofónica (y de televisión) debían erogar por concepto de pago tributario a la nación el 25% anual de sus ganancias totales.

Por demás está decir que tal noticia causo un estruendoso rechazo por parte de los concesionarios de este medio, quienes vieron realmente afectado sus intereses económicos por la legislación.

Se inicia entonces un proceso de enfrentamiento a través de presiones de los empresarios que derogan tal regulación y el gobierno que sostiene la obligación que deben cumplir aquellos. Las "negociaciones" finalizan en beneficio de los particulares, quienes logran un acuerdo que restituya la impunidad de sus intereses.

El primero de julio de 1969 por acuerdo presidencial y luego de un largo plazo de negociación entre el Estado y los particulares, se aprueba un sistema de pago del impuesto citado, por medio del cual el gravamen podrá pagarse en efectivo, con el 25% del total de ingresos o bien en especie, a través de la sesión del 12.5% del tiempo de producción (1/8 del total diario) de las estaciones para aprovechamiento del estado.

#### 2.1.1.2. La Ley de más de 30 (años)

Llegamos finalmente a la más importante base jurídica en la cual se asientan los proyectos generales y particulares

para regir la actividad radiofónica, esto es, la Ley Federal de Radio y Televisión, aprobada por las Cámaras legislativas el 8 de enero de 1960 y publicada en el diario oficial el 19 de enero del mismo año.

El proyecto original corresponde al diputado Antonio Castro Leal, quien concibe una ley que responda a la necesidad apremiante de normar la globalidad de las transmisiones de radio y televisión no sólo en aspectos técnicos y administrativos, como hasta ese momento se había realizado sino ante todo centrar su atención en la cuestión vital del funcionamiento y contenidos de tales emisiones.

Sin embargo esa intención original de conjuntar un cuerpo normativo eficaz es corroído por la presión de particulares que manejan las estaciones de radio y televisión sobre los legisladores para evitar "que sus intereses y libertad de expresión fueran atacados" por los principios de esta Ley que ellos califican de extremadamente dura.

Es así que la estructura final de la Ley dista en mucho del boceto original, pues sufre recortes y suaviza preceptos para complacencia de los industriales y poderosos (económica y políticamente) de la industria de Radio y t.v.

Es esta Ley la que después de 34 años de vida y sólo con un Reglamento añadido a la misma en 1973, actualmente rige la actividad de la radio y televisión en nuestro país.

La Ley se compone de 105 artículos, más 7 transitorios, divididos en seis títulos. Asigna las atribuciones correspondientes a las Secretarías de Estado que tienen facultades sobre el funcionamiento de la radio y televisión.

La Ley Federal de Radio y Televisión reafirma el dominio y facultades del estado sobre el espacio y territorios nacionales. Caracteriza a la radio y televisión como medios de interés público. Confirma la libertad de información, expresión y recepción.

En general, establece las condiciones de otorgamiento, revocación y tarifas de concesiones y permisos de transmisión. Aclara los motivos de sanción, los principios a que deben apegarse las transmisiones en lo referente al respeto a la moral, a terceros, a la paz pública, y la promoción de programas educativos, de fomento de la cultura y tradiciones nacionales así como el uso correcto del idioma, entre otras cuestiones de carácter técnico y administrativo obligatorias.

## 2.2. PARTICIPACIÓN DEL ESTADO DE RADIODIFUSIÓN

### 2.2.1. Los primeros pasos...

Aunque es cierto que el Estado no ejerció cabalmente su

papel rector en materia de radiodifusión desde el nacimiento de ésta, sin embargo sí emprendió algunos proyectos asumiendo el carácter de emisor.

Apenas iniciada la "era radiofónica" en nuestro país, en 1923 surge como estación pionera en radiodifusión estatal, la JH, emisora de la Secretaría de Guerra, convirtiéndose en el primer intento del gobierno como transmisor.

En este mismo año se lleva a cabo una importante actividad para la radiodifusión. Del 16 al 30 de junio, la Liga Central Mexicana de Radio organiza la feria de Radio. Esta muestra se realiza en los patios del antiguo Palacio de Minería en la calle de Tacuba de la Ciudad de México. El entonces presidente Alvaro Obregón inaugura la feria. En ésta se instalan pabellones de emisoras, firmas importadoras de aparatos radiofónicos en venta, se inauguran concursos de construcción de transmisores para aficionados y producción de programas.

El 25 de junio de 1923, el general Alvaro Obregón aprueba el estudio de una propuesta del señor Ramón P. Denegri, subsecretario encargado del despacho. Este hombre, indudablemente con una clara visión del potencial de la radiodifusión, le sugería al presidente la creación de una red radiofónica a lo largo del país para enlazar y mantener

informada a la población rural a través del establecimiento de transmisores en algunas ciudades como Monterrey, Chihuahua, Hermosillo, Guadalajara, Mérida y el Distrito Federal. Sin embargo, al parecer el proyecto quedó en la fase de análisis y propuesta, pues no avanzó para su realización.

Un proyecto que en cambio sí fructificó fue la creación el 30 de noviembre de 1924, de la estación CZE asignada a la Secretaría de Educación Pública. Primordialmente dirigida al magisterio en sus inicios, extiende la labor de difusión de la cultura y tradiciones mexicanas, paralela a la transmisión de clases escolares, técnicas agrícolas, cocina e informaciones útiles para la población.

Convirtiéndose en la primera real estación cultural del país y propiedad del estado hasta 1937 cuando cierra sus micrófonos para reaparecer en 1968 bajo las siglas de XEEP.

En otro ejemplo de participación del Estado Emisor, Fátima Fernández Christlieb menciona la existencia de 1929 de una estación de la secretaria de Industria, Comercio y Trabajo.<sup>3</sup>

Un lugar importante merece la estación XEFO, inaugurada el 3 de diciembre de 1930, propiedad del entonces Partido Nacional Revolucionario (PNR), siendo sus objetivos "la

---

<sup>3</sup> FERNANDEZ CHRISTLIEB, FATIMA. Los medios de difusión masiva en México. México 1986, Juan Pablos Editor. Página 90.

difusión de la doctrina del partido; información del mismo así como de los gobernantes e incorporación espiritual de las masas proletarias al arte y la literatura".

Esta emisora es importante no sólo por ser la primera gran incursión del partido gobernante en materia de radiodifusión directa sino por la estructura y contenidos de la misma, ya que fue una estación que transmitía información, música clásica y "única en su tiempo al alternar la propaganda política con la publicidad comercial"<sup>4</sup>. Debe mencionarse que aunque Plutarco Elías Calles en los primeros años de la década de los 20 utilizó en algunas ocasiones la CYL, propiedad de Raúl Azcárraga, para difundir algunos conceptos de su ideología, esto no constituyó un proyecto elaborado tal como lo fue la XEFO.

La transmisión inaugural se realizó de las oficinas del partido en Revillagigedo y Av. Juárez, con los discursos de Lázaro Cárdenas, entonces presidente del comité ejecutivo del PNR y del diputado Manuel Jasso, secretario de propaganda y cultura del PNR. Su potencia inicial era de 5,000 watts y transmitía con un equipo Western Electric, en los 940 kilociclos de A.M. Su primer director artístico fue Alfredo Tamayo y el responsable técnico el ingeniero Francisco Javier

---

<sup>4</sup> FUENTES, GLORIA. Historia de las comunicaciones y los transportes. México 1987. SCT. Página 86.



Staboli. Se anunciaba en los periódicos como "estimulantes conciertos radiofónicos dedicados a las masas populares" y como "la más potente de las repúblicas".

La XEFO transmitió por primera vez, respaldando el proceso de institucionalización del país, el desarrollo de una campaña política electoral y posteriormente las acciones presidenciales del general Lázaro Cárdenas. Además de dos horas diarias, de 21 a 23 horas, conciertos dedicados cada día de la semana a diferentes sectores de la población.

En 1937 el PNR se estructura y se convierte en el Partido Revolucionario Mexicano (PRM) y la estación permanente como su vocero oficial. Sin embargo después de la convención nacional del PRM en 1946, y cuando éste se convierte en Partido Revolucionario Institucional (PRI), la emisora deja de pertenecer al partido por enajenación de Miguel Alemán Véldez, que entrega su concesión a particulares.

Un caso muy curioso en la década de los 40 es una campaña emprendida -según narra Gutiérrez Tibón<sup>3</sup>- por un grupo de ciudadanos y apoyada por el gobierno, denominada "México Feliz" la cual perseguía el objetivo de que a través de la radio y la prensa se fomentará el desarrollo educativo

---

<sup>3</sup> Citado en FUENTES GLORIA. Ob. Cit.

y cívico de la población mexicana. Esta campaña se desplegó a través de la transmisión de eslogans que alentaban el espíritu de superación y autoestima de la gente, así como a abandonar prácticas nocivas para la salud o para la vida en sociedad.

Un elemento esencial para el éxito de esta campaña era en primer término un auditorio lo más amplio posible, y para ello era necesario la propagación del uso de aparatos receptores. Con tal objeto de 1942 se establece la fábrica de producción en serie de radios 'Radio-América', misma que también exportaba sus aparatos a centroamérica. Se tomaron además en cuenta las condiciones de gran parte de la población rural que no contaba con servicio de energía eléctrica, por lo que se produjeron radios con baterías.

La participación directa del gobierno aparece en el momento en que a través de la Secretaría de Hacienda y de la Secretaría de Educación Pública, además de algunos bancos, patrocina la venta de gran cantidad de aparatos radio receptores a plazos a agrupaciones indígenas. Las transmisiones de la campaña hicieron uso de la lengua nahuatl, otomí y purépecha con el fin de llegar efectivamente al mayor número de pobladores posible.

Tal experiencia duró hasta principios de los 50 e indudablemente marca un hito en las posteriores campañas

moralizadoras, 'educativas', de prevención y otras que actualmente grupos socioeconómicos y gubernamentales impulsan (gracias a lo cual ahora podemos disfrutar de la evocación de ¡ viva la familia! ).

#### 2.2.2. Cuando para algunos los pasos son zancadas...

*El auge y fortalecimiento de la radio en México, no obedeció solamente a razones de tipo tecnológico, pues la expansión radial se produjo también en el ámbito de una amplia complacencia por parte del Estado Mexicano.*

*Alma Rosa Alva de la Selva.*

La década de los 50 es indudablemente la etapa más fructífera en lo que se refiere a la expansión de los medios electrónicos -sumándose ahora la televisión-. Década en la cual el presidente de la república Miguel Alemán Valdéz inicia una etapa en las relaciones entre el gobierno y los concesionarios de radio y televisión no existente en tal grado hasta entonces. Surgiendo el fenómeno de una vinculación verdaderamente estrecha, que hasta la actualidad no se ha roto entre estos dos actores no solo como participantes de la dinámica nacional sino como entes simbióticos en adelante.

La estructura político-administrativa de nuestro sistema

de gobierno, si bien mantiene un rigor constitucional es dirigida en la práctica por individuos que en la mayor parte de los casos actúan como tales: como entes aislados sin preocuparse siquiera en eslabonar su proyecto político al trabajo antecesor para lograr la prosecución y cumplimiento de acciones nacionales a largo plazo.

Es por esto que en cada período sexenal de gobierno presidencialista en nuestro país, la situación de los medios de comunicación se transforma en algunos aspectos de acuerdo al programa que al respecto asuma el cuadro gobernante, la relación que logren establecer con quienes poseen los medios de comunicación, y las acciones que ambas partes emprendan en defensa de los intereses que respaldan.

Un factor muy importante que permea el desarrollo de estos medios electrónicos es la coyuntura política económica y social del país.

En el lapso de transmisión entre el presidente Gustavo Días Ordaz y Luis Echeverría Álvarez (LEA), se crea, primero, la Comisión Intersecretarial el 21 de agosto de 1969 para administrar el tiempo correspondiente al gobierno federal en los medios de comunicación electrónicos como pago tributario establecido un mes antes. Esta se integra con dos representantes de la Secretaría de Gobernación, dos de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público y dos de la

Secretaría de Comunicaciones y Transportes más la colaboración permanente de las Secretarías de Educación Pública y de Salubridad y Asistencia.

Luego de la severa crisis político-social que desembocó en el movimiento estudiantil a fines de 1968 y la respuesta brutal por parte del gobierno, la imagen de éste y su relación con los diferentes sectores de la sociedad se ve agudamente afectada. El período presidencial de LEA resulta ser un período muy interesante en lo que se refiere a la acción del gobierno en materia de radiodifusión.

En primer término LEA asume el cargo enfrentado a una situación muy álgida y resentida en toda la sociedad. En el primordial intento de resanar diferencias y ganar confianza el gobierno ve en los medios de comunicación masiva el mejor puente a través del cual desplegar su campaña en busca de consenso de la población.

Por otra parte, LEA mantiene ya desde su campaña fricciones con la iniciativa privada, debido a que en su programa político concibe una mayor y más activa participación del estado en la economía y producción nacional. Defiende la función social que deben mantener los medios de comunicación y por lo tanto se inicia un período de enfrentamiento entre el gobierno y los propietarios de aquellos. En numerosas declaraciones el presidente y otros

altos funcionarios acusan a la radio y televisión de extrema comercialización y reducido servicio a la comunidad.

En una acción directa en este sentido, en diciembre de 1970, se decreta la creación de la Subsecretaría de Radiodifusión como instancia ejecutora de la ya mencionada Comisión Intersecretarial. Surge esta con un objetivo múltiple: crear un organismo con facultades y capacidades amplias para coordinar acciones legales, investigar proyectos en el terreno de la comunicación por radio y televisión, así como conseguir y producir el material necesario que solucione la cuestión del aprovechamiento del 12.5% del cobro tributario a los medios y a la vez responder con hechos al razonamiento sobre la necesidad de explotar cabalmente y con beneficio social las capacidades de medios de comunicación tan importantes como la Radio y la Televisión.

La Subsecretaría se compone de cinco direcciones, la dirección general, la de investigación y desarrollo, la técnica, la de producción, la de servicios de t.v. cultural de México, y la de concesiones y permisos. A lo largo de cuya existencia desempeñó una labor de fructífera producción, cumpliendo con los principios promovidos con el Estado.

Al llegar el año de 1976 y con él la transición presidencial, el candidato único José López Portillo (JLP) expresa en su proyecto político la intención de sanear y

renovar la política y todas las actividades sociales y culturales de la nación.

Es así que recién iniciado el nuevo sexenio, en el mes de diciembre de 1976, se da a conocer la creación de un nuevo organismo rector y operador, denominado Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) dependiente de la Secretaría de Gobernación. Mismo que inicia funciones en enero de 1977.

Esta dirección desplaza a la Subsecretaría de Radiodifusión, de la cual absorbe facultades, responsabilidades y bienes y amplía su cobertura de acción.

El objetivo fundamental de su creación es la necesidad de centralizar todas las tareas y obligaciones concernientes a las cuestiones de radio, televisión y cinematografía que hasta entonces se habían mantenido dispersas en diferentes dependencias y Secretarías de Estado.

Entre sus atribuciones se encuentra la labor normativa de los medios electrónicos, mediante la aplicación de leyes -vigilancia, control y sanciones-, administración del 12.5% del tiempo oficial en radio y televisión -producción y transmisión de programas-; investigación, y otras facultades propias que le corresponden como órgano rector de la política de comunicación del Estado en el aspecto normativo y operativo de la materia.

2.2.3. Los pasos a la modernidad que no terminan de llegar....

La "decidida" actitud del gobierno de Echeverría y aún en cierta medida de José López Portillo por restringir los privilegios, extrema libertad y labor fatua de los concesionarios llevaría a un proceso de intenso debate entre el sector privado televisivo y el gobierno. Permeado esto una serie de acciones provenientes del gobierno que muestra un creciente interés por la regularización en este terreno.

En el XIX Congreso de la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se discuten las condiciones de los medios de comunicación en cada país. Concluyendo que la distribución de estos es equilibrada en todo el mundo e inclusive y al interior de cada país en los diferentes sectores. Hasta nuestros días, esta es una situación que continúa. Las enormes desigualdades en los niveles financieros y tecnológicos entre los países subdesarrollados y desarrollados, provocan una dependencia informativa de los primeros respecto a los segundos.

Se expresa entonces la necesidad de reestructurar la función de los medios de comunicación. A nivel internacional desde 1974, se maneja el concepto de Derecho a la Comunicación.



En nuestro país se adapta este principio y se denomina Derecho a la Información, cuestión en torno a la cual surge un proceso de discusión, sobre el uso y abuso de este precepto. El gobierno lanza esta premisa como eslogan político durante la transición Luis Echeverría-J. López Portillo, y como parte del sueño de grandeza y de modernidad del gobierno de Echeverría que pretende introducir pautas de desarrollo internacional al avance del país para insertar a éste en la dinámica político-económica mundial.

Jesús Reyes Heróles, llevado por un real sentido social impulsa un plan que promueve la regulación del Derecho a la Información, para garantizar el nivel y calidad de mensajes que el auditorio requiere y debe recibir. Sin embargo debido a que este atenta contra los intereses particulares, no germina. Mientras tanto, el gobierno crea comisiones para discutir la regulación necesaria que comprometa el cumplimiento de este derecho, es decir, el derecho universal del hombre de expresarse y el libre acceso a fuentes informativas fidedignas.

Se realiza en el año de 1978 una serie de consultas y discusiones en torno al tema de gran controversia desde el primer momento, debido a la ambigüedad del término 'derecho a la información' y del cuestionamiento acerca de que si es un derecho no requería ser reglamentado sino garantizado y

llevado a la práctica.

Intelectuales, grupos políticos y sociales, apoyan el proyecto, más este se enfrenta también a cierta fortificación sustentada por propietarios particulares de medios de comunicación que rechazan el hecho de permitir la intervención y vigilancia en su labor acusando de que eso sería coartar su libertad de expresión bajo la excusa de estar protegiendo el derecho de información de la población, al mismo tiempo que demandan al libre acceso a las fuentes informativas directas del gobierno, cuestión que éste no admite.

Finalmente y de nuevo, como muchos otros proyectos fraccionados, este queda anegado en la inercia, logrando sin embargo que se añada al artículo sexto constitucional el enunciado: "el derecho a la información será garantizado por el estado", pretendiendo que con esto su efectividad sea respetada. Y sólo se le contempla posteriormente como principio fundamental de un anteproyecto de ley de comunicación social emitida a finales del sexenio de López Portillo y que a su vez no progresa.

En 1983 el presidente Miguel de la Madrid Hurtado (MMH) impulsa la realización de un proceso llamado "Foros de consulta popular", para que la ciudadanía, individual o grupalmente presente ponencias sobre temas de concernencia

nacional. Tales foros se instalan el dos de febrero de 1983. Estos no se realizan con el afán de obtener un diagnóstico, pues se considera un trabajo ciertamente ocioso, sino partir de un previo análisis y reflexión sobre la situación de los medios de comunicación masivos -entre otros 17 temas- y manifestar propuestas concretas para temas específicos y con ello sentar las bases del Plan Nacional de Desarrollo 1983-88.

Los foros se llevan a cabo en cuatro sedes: Guadalajara, Jal.; Monterrey, N.L.; Hermosillo, Son.; y Mérida, Yuc.

En ese mismo sexenio se realiza otra acción de gran importancia, esto es la creación de tres institutos especializados en cada una de las áreas de medios de comunicación audiovisuales: El Instituto Mexicano de la Radio, IMER, el de Televisión, IMEVISION -desmembrado en 1991/92 al anunciarse la venta de los canales 7, 13, y 22 y sus repetidoras, transacción materializada en 1993-, y el de cinematografía, IMCINE.

Creados todos ellos por decreto presidencial el 25 de marzo de 1983 como órganos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonio propio. Responden a la necesidad de que las estaciones y otras entidades de radio, televisión y cinematografía, respectivamente, en propiedad del Estado "operen debidamente integradas a fin de que logren el máximo

aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos con que cuentan" y separar la función normativa de la operativa, depositando esta última en sus manos.

Entre sus funciones están formular planes y programas de trabajo propios a su labor, coordinar actividades de las estaciones a su cargo, estimular a través de sus producciones la integridad nacional y la descentralización (?) así como la educación y cultura populares, satisfaciendo las necesidades de la población en esta materia y ser órganos de consulta y capacitación para la sociedad.

Decretos y planes van y vienen como puede verse. Muchas de tales acciones llegan sólo para engrosar el aparato burocrático.

Una más: el 30 de Enero de 1986 por decreto presidencial se crea el Comité Asesor del Consejo Nacional de Radio y Televisión (creado éste por la Ley Federal de Radio y Televisión en 1960) con el objeto de coordinar las emisiones estatales y analizar el desempeño de la Radio y la Televisión en el cumplimiento de sus funciones.

Este Comité Asesor se integra por un miembro de cada una de las siguientes instituciones: Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Enseñanza Superior (ANUIES), UNAM, IPN, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (Conacyt) Colegio Nacional y Consejo Nacional de la Publicidad.

Como puede observarse, el Estado Mexicano ha incursionado a lo largo de las décadas en la actividad radiofónica en diferentes niveles y modalidades. Actualmente, además de mantener su papel rector, opera diferentes medios de comunicación, en televisión: canal 22 (puesto en operación en 1993) e indirectamente el canal 11; en radio: Radio Educación, Radio México Internacional (onda Corta), y las demás estaciones del IMER; la producción de la Hora Nacional y en forma indirecta el proyecto de Radio Indigenista.

## 2.3. ESTADO-RADIODIFUSION. SITUACION ACTUAL

*Las políticas de comunicación son un importante motor de desarrollo nacional. Deben ser una planeación general que responda a un contexto y realidades, sociales, culturales y económicas, a las necesidades e inventarios de recursos del país al que pertenece. Resultando ser, no un control estricto, sino un ordenamiento de prioridades, acciones y posibilidades.*

L.M.P.

### 2.3.1. Del odio al amor

De acuerdo a la manera en que se han desarrollado las relaciones entre el medio radiofónico y el gobierno, se

observa una identificación entre los fines y valores de ambos ya que se complementan en la labor de difusión y mantenimiento del orden social (entiéndase proceso de desarrollo). No hay, a pesar de momentos culminantes, un enfrentamiento entre estos, por el contrario la acción de ambos es mutuamente complementaria.

Ambos actores, como parte del engranaje socioeconómico del país, han evolucionado hasta una relación de tipo simbiótico: ambos se sirven y ambos se necesitan.

Si bien es cierto que los medios de comunicación requieren el consentimiento del Estado para su propia existencia y dependen de los ordenamientos marcados por el estado, reciben por otra parte su apoyo y respaldo para mantener una posición privilegiada con un alcance económico muy extenso en la sociedad. Por su parte, el Estado además de gobernar y limitar las acciones se sirve de aquellos como un escaparate y medio de apoyo ante la sociedad en general, sobre todo en momentos de trastorno o crisis nacional o sectorial.

Resultando finalmente una relación ciertamente estable entre ambos poderes e invalidando, por lo tanto, aquella idea de que los medios de comunicación privados pudiesen constituir un grupo de presión frente al Estado, convirtiéndose más bien en un socio de mucho cuidado.

Un claro ejemplo de esa actitud de cierta complicidad por parte del Estado fue la renovación de títulos de concesión hacia los mismos propietarios en el año de 1986, cuando llegó el plazo en que caducaron una gran cantidad de concesiones. A pesar de las intensas presiones de grupos sociales e intelectuales por modificar la situación y exigencias de redistribuir la asignación de frecuencias de radio, el Estado ratificó todas las concesiones por 15 años más.

### 2.3.2. Medios y poder o ¿Qué tan cerca del poder?

*Sus virtudes son muchas, la radio es como la vieja dama que organizó la casa. Serena y eficiente. Es maternal compañera, es rápida al alertar, es fiel y ya nos conoce.*

*Raúl Hernández.*

Aunque es cierto que los medios de comunicación —amén de algunos intentos minoritarios, primordialmente en la prensa escrita—, no significan un grupo de poder que se enfrente al Estado, sino que ante todo se complementan, mantienen ciertos canales y pertrechos que los representan y desde los cuales defienden sus intereses.

Los industriales de la radio y la televisión se agrupan por cuestiones económico-administrativas en la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) máximo organismo de consulta a través del cual los particulares hacen oír su voz ante el gobierno de manera legal en lo que se refiere a la operación de las estaciones radio televisivas.

A través de la CIRT, un organismo empresarial de gran poder, los concesionarios mantienen una estrecha relación política con el estado, respaldándose en una Ley de Cámaras de Comercio e Industria. Como ejemplo del peso político y económico que la CIRT tiene, por demás esta recordar que el presidente asiste cada año a una comida de los radiodifusores como parte de sus labores gubernamentales.

También es usual que los radiodifusores estén afiliados al partido político gobernante en sus filas de la base trabajadora o popular.

Mientras tanto otros proyectos de gran significado nacional, tales como la radio indigenista sufren de la carencia de recursos mínimos para una labor decorosa, pese a lo cual mantienen, con todas las precariedades obvias, una acción digna e involucran la participación de sectores populares de una forma animada y activa que les atribuye el poder de producir y transmitir los mensajes que son realmente



de su interés y responden a las necesidades de sus poblaciones.

### 2.3.3. Ante la cruda realidad

De acuerdo con una investigación apoyada por monitoreo de la UAM Xochimilco<sup>4</sup> resulta ser que de la programación diaria de las estaciones comerciales en el D.F., un 75% es de música, 20% programas de comentarios, información y entretenimiento y menos del 4% son series producidas por instituciones oficiales de las que según la ley en la materia debería corresponder un 12.5%.

Considerando esta situación se observan dos aspectos. Uno, que el Estado con todo lo que intenta hacer en materia de radiodifusión esta aún sumergido en la falta de interés y capacidad para emplear ese espacio y, por otra parte, la circunstancia de la escasez de recursos para producir los programas suficientes que aprovechen tal pago tributario.

Cuantas veces no hemos escuchado que algunas emisoras, muy celosas del cumplimiento de su deber, destinan media hora de su programación correspondiente a este impuesto pero para presentar "media hora de música de moda ininterrumpida por cortesía de la Dirección General de Radio, Televisión y

---

<sup>4</sup> La Jornada. México. Agosto 19, 1992. Página 39

Cinematografía de la Secretaría de Gobernación". Lo cual significa la exoneración más burda.

En virtud de situaciones como la anterior, el entonces titular de la dirección general de RTC, Jorge Medina Viedas, afirmó en marzo de 1992 que se estaba revisando la actual Ley Federal de Radio y Televisión para modificarla en lo que fuera necesario. "RTC está verificando que los tiempos oficiales y los contenidos de las estaciones radiofónicas y televisivas reflejen el compromiso social del gobierno".

Por otra parte, en reconocimiento a la importante labor y cobertura de la radio, el jefe del departamento del Distrito Federal, hace entrega el 14 de mayo de 1992 a las estaciones de radio de los instructivos para casos de emergencia, para que las emisoras estén preparadas y puedan ayudar y proporcionar la información adecuada a la población afectada por un desastre natural o accidente de amplias repercusiones. Aún más como un caso sin precedente, el 19 de agosto de 1993 entra en funcionamiento el sistema de alarma antisísmico al que están conectadas todas las emisoras de la Ciudad de México, a través del cual se activa una alarma en caso de que se registre un movimiento telúrico mayor a los 6 grados Richter en las costas de Guerrero y que consecuentemente llegara a la capital del país en 50

---

<sup>7</sup> La Jornada, México, Marzo 3, 1992, Página 7

segundos. Gracias a esto muchas vidas pueden salvarse.

Ante el umbral del Tratado del Libre Comercio de Norteamérica el presidente Carlos Salinas de Gortari en la VII conferencia mundial de Uniones de Radiodifusores, realizada en nuestro país en el mes de abril de 1992, realizó "la importancia de que se desarrolle la responsabilidad de los grandes medios de comunicación ya que en ellos se deposita con frecuencia el principio básico de la educación permanente (...). Y en el TLC los comunicadores jugarán un papel fundamental".

Señaló además nuestro primer mandatario que "la televisión junto con la radio, es el mejor medio distribuido del mundo, es decir, la señal que le llega a la gente más modesta es igual a la que le llega al más poderoso y el más modesto y el más poderoso tienen el mismo poder: pueden apagar el aparato, pueden cambiar de canal".

Y, aunque las intenciones son buenas, las acciones a veces pecan de extrema soltura. Mientras la cúpula del gobierno hace cuentas de la alta responsabilidad que llevan los medios de comunicación masiva a cuestas, por el hecho de que en ellos se deposita en una alta proporción la educación informal de una gran mayoría de la población, paralelamente el entonces secretario de Educación Pública, Ernesto Zedillo Ponce de León anuncia en Octubre de este año, que para

quienes aspiran obtener la licencia de locución queda rescindido el requisito del examen oral y escrito. Esta condición existía en nuestro país desde el año de 1953 cuando se promulga el reglamento de los certificados de aptitud para el manejo de estaciones radioeléctricas.

Esto implica que, por una parte, el gobierno acepta en cierta medida la derrota frente a una situación que evidentemente se sucedía con impunidad: el ejercicio de locución por parte de personas que aún después de realizar el examen requerido en más de una ocasión no habían logrado aprobarlo y sin embargo se desempeñaban como locutores, violando los principios legales respectivos.

Por otra parte esto lleva el riesgo de que los locutores, muchos de ellos autodenominados -sin fundamento- comunicadores, sean quienes, a través de su voz y mensajes y con el respaldo de una emisora de radio con alto poder económico, propaguen entre el auditorio barbarismos, datos históricos dislocados, ignorancia adornada de broma y demás, mismos que la población adoptará y creará como una verdad absoluta.

#### 2.3.4. Poniendo los ojos en el futuro

*En el nivel colectivo, sólo es posible que los ciudadanos participen más en los procesos y hechos públicos si satisfacen su necesidad social de información, y este requerimiento sólo puede ser llenado con un sistema adecuado de comunicación que les permita cuestionar, discernir y asumir una posición.*

*Vicente López Segura.*

##### 2.3.4.1. Administración 1988-1994

El Estado, en su nueva etapa y desafío económico asume ahora un cabal papel de regulador y planificador, abandonando en gran medida su rol intervencionista en el ámbito productivo del país que por décadas había extendido aún más allá de sus posibilidades reales.

Este principio se sustenta en gran medida en un *dejar ser*, sin llegar a permitir una absoluta libertad de la economía nacional en el libre juego del mercado.

Para cumplir con su proyecto modernizador, la nación requiere una iniciativa privada fuerte, interesada en invertir, hacer crecer y sostener el desarrollo nacional, pero en la realidad se ha comprobado que la iniciativa privada nacional, es "usurera", y sólo se ocupa en un

trabajo-producción para obtener beneficios a corto plazo, sin embargo, el Estado ya no puede -en términos reales- y no quiere -dentro del esquema del plan político de modernización- manejar y mantener las industrias paraestatales que se allegó, pero también en términos reales, es cierto que no existe una iniciativa privada lo suficientemente comprometida con el objetivo del desarrollo nacional capaz de hacerse cargo con resultados beneficios generales para aquellas.

Por ello en términos generales el Estado vende industrias que no puede ya solventar y por lo tanto no quiere operar pero paralelamente realiza una labor de crear infraestructura, medios y legislación favorables para atraer a inversionistas responsables. Y por otra parte poder encargarse de manera comprometida de las entidades federales directas o descentralizadas que aún posee, de una manera más eficaz.

### 2.3.5. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes

*La Política Cultural sólo es posible sobre la base del pleno respeto a la libertad de creación, a la manifestación sin cortapisas de las ideas, al acceso irrestricto a los Medios de Comunicación.*

*Programa Nacional de Cultura. CNCA*

Apenas unos días después de la toma de poder del Lic. Carlos Salinas de Gortari, esto es, el 7 de diciembre de 1988, por decreto presidencial se crea el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), organismo descentralizado que asumirá y observará las entidades que correspondan a la esfera educativa y artística del país.

En este organismo, adscrito a la Secretaría de Educación Pública (SEP), los medios de comunicación estatales pasan a formar parte del sector educativo, añadiéndoseles un nivel de importancia y atención superior al que hasta entonces habían merecido.

El objetivo en términos generales del CNCA es la preservación y difusión de las artes y la cultura en nuestro país; modernizar el marco institucional de los programas gubernamentales en este campo a fin de adaptarlos a las nuevas necesidades y le corresponde la tarea de establecer criterios culturales en la producción de radio, televisión, cinematografía e industria editorial, además de aquellas correspondientes a los órganos de difusión cultural y artística a su cargo.

Luego de revisar la trayectoria de la labor gubernamental en materia de radiodifusión y algunos fundamentos legales relevantes, llegamos a la actual política en materia de radiodifusión emprendida por el Estado en el

presente sexenio.

La política cultural del gobierno de la República se basa en primer término en la conciencia de los vertiginosos cambios sociales, tecnológicos y culturales en el mundo y en nuestro país, partiendo entonces hacia un proyecto que responda a las necesidades de la población en la materia.

De acuerdo al Programa Nacional de Cultura 1990-94, el reto del gobierno mexicano es atender las demandas de una población mayoritariamente joven, la cual se empapa diariamente de la influencia de los medios de comunicación. Siendo entonces el desafío evitar que se reproduzcan de manera automática comportamientos y esquemas de consumo ajenos a la realidad nacional que "niegan la fuerza del talento y la voz de la imaginación".

Para ello es un elemento de suma importancia promover la participación organizada de la sociedad a través de acciones y propuestas con el objetivo de difundir la cultura a través de los diferentes canales que para ellos se dispone.

Al consejo se integran las direcciones generales de Bibliotecas, de Publicaciones, de Culturas Populares, de Promoción Cultural, del Programa Cultural de las Fronteras, la Unidad de Comunicación Social, Organismos desconcentrados como el Instituto Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional de Bellas Artes y Literatura, el



Instituto Mexicano de Cinematografía y sus filiales, el Fondo de Cultura Económica, el Fondo Nacional para el Fomento de las Artesanías, la Compañía Operadora del Centro Cultural y Turístico de Tijuana, Educal, el Festival Internacional Cervantino y la emisora radiofónica Radio Educación.

Y precisamente en lo que a la acción de Radio Educación se refiere, el CNCA establece, en el Programa Nacional de Cultura 1990-94:

"Dentro de los objetivos que se ha fijado la actual administración destacan los de fortalecer su papel de vanguardia en la difusión de la cultura; ampliar y mejorar contenidos; elevar la audiencia; establecer una política informativa, ágil y efectiva, y contribuir al debate nacional sobre nuestras perspectivas de desarrollo.

"Como Resultado de la primera fase de un estudio exhaustivo del perfil de los radioescuchas y del auditorio de la emisora, se han definido ocho líneas a partir de las cuales se articulará la programación: necesidades básicas, ecología, seguridad pública y justicia, educación y cultura, información, recreación y deporte, salud y problemática emocional, adicionales a los tiempos de música.

"En síntesis, el proyecto de reestructuración a desarrollar pretende ampliar y consolidar la incidencia de Radio Educación en amplios sectores de la población que no

pueden ser ajenos al actual proceso de cambio que vive el país".

Es esta pues la visión general de la acción gubernamental en el área de radiodifusión y la política bajo la cual en el presente se manejan los medios de comunicación estatales, en particular Radio Educación, tema de nuestro interés.

## CAPITULO III

Corre el año de 1924. Recién emergen las primeras estaciones de radio en nuestro país y en la Ciudad de México la vida transcurre cotidianamente entre la incipiente música nacionalista iniciada la década anterior por Manuel M. Ponce, y continuada por Silvestre Revueltas entre otros. El mismo decenio de los vales que aun sobreviven y el teatro de revista, las 'tandas' y las voces de María Conesa y Esperanza Iris alimentan el espíritu artístico del público.

La vida diaria se colorea con un panorama así: grandes almacenes como "El Palacio de Hierro" acoge a sus clientes ofreciendo a las damas de la capital abrigos de terciopelo por \$38.00, un par de zapatillas entre \$12.00 y \$20.00 y sombreros muy de moda por \$6.00; a su vez los caballeros pueden componer su atuendo en "High Life" con una camisa de \$8.00 y trajes de \$100.00 y \$130.00.

Los cines Olimpia, Odeón, Rialto, América, Magro, Buen Tono y otros, presentan en sus luminarias estrenos de películas norteamericanas como "Los surcadores del mar", "Montmartre" y "El expreso de Arizona". Mientras otros como el Briseño, San Hipólito y Santa María la Ribera estrenan la

película mexicana "Carmen".

En los últimos meses del año, el volcán Popocatepetl amenaza con erupción luego de varias semanas de lanzar nubes de humo negro por sus fumarolas. Los bienes raíces se erigen como prometedor negocio que anuncia en la zona metropolitana la venta de lotes para edificar el patrimonio familiar en las exclusivas zonas de Insurgentes Condesa, colonias del Bosque Chapultepec, Juárez y Moctezuma.

En cuanto a los medios de comunicación, los grandes periódicos del país inician su etapa de industrialización. El periódico Excelsior edita en el mes de noviembre, por primera vez, una sección deportiva. La emisoras de radio apenas surgidas, al "alimón" con compañías norteamericanas de electrónicos, publicitan aparatos receptores de radio como la "Radiola-V" por \$125.00 o exhortan a la compra de la radiola "Super-Heterodyne" de RCA para que "goce oyendo las magníficas audiciones transmitidas por estaciones propagadoras a muchas millas de distancia".

Es en este horizonte donde surgen las señales hertzianas de la primera emisora cultural del Estado Mexicano.

## RADIOGRAFIA DE RADIO EDUCACION

*Radio Educación es una opción discutida, discutible y discutidora del cuadrante.*

*Luis Ernesto Pi Orozco.*

### 3.1. SINTESIS CRONOLOGICA

#### 3.1.1. El germen

La trayectoria de Radio Educación, tema de este estudio, puede esquematizarse, grosso modo, en dos amplias fases. Luego de salir al aire en 1924 y seguir una azarosa existencia, da fin a sus transmisiones a finales de la década de los 30 para reaparecer posteriormente en 1968, entrando en la etapa ascendente que, ya sin interrupción a sus labores, se extiende hasta el presente.

Luego de revisar el papel del Estado en el área de radiodifusión se observa la semilla de interés que éste muestra por participar no sólo como regulador, sino también como emisor. Ante el firme avance de la radio comercial y con el objeto de mantener en pleno el uso de sus facultades y recursos, el gobierno saliente de Alvaro Obregón decide, a instancias del secretario de Educación Pública, José Vasconcelos, establecer una emisora de radio propia.

esencialmente con fines educativos.

Según cita Jorge Mejía Prieto, a principios de 1924 José Vasconcelos declara a Carlos Pellicer: "Es necesario utilizar medios modernos como la radiofonía en nuestra cruzada educativa. Es por ello que solicitaré al presidente Obregón una emisora para la Secretaría de Educación. Luego, veremos la forma de dotar a las escuelas de los correspondientes aparatos receptores; y utilizaremos la transmisora para dar mayor efectividad a nuestros programas de enseñanza y cultivo espiritual del pueblo mexicano. Se trata de poner en uso una estación que sea poderoso auxiliar pedagógico del maestro y que entre otras cosas, constituya una gran biblioteca hablada".<sup>1</sup>

El 15 de julio de 1924, dos semanas después de que Vasconcelos renuncia a su cargo, la Presidencia autoriza a la Secretaría de Educación Pública (SEP) a que adquiriera una estación trasmisora de radio.

Es así que el 30 de noviembre inicia transmisiones la emisora denominada CZE en los 560 Kilohertz de amplitud modulada desde las instalaciones de la SEP, entidad a la cual queda asignado el permiso y responsabilidad de manejo de la nueva estación. Se nombra como directora a la profesora Ma. Luisa Ross.

---

<sup>1</sup> MEJIA PRIETO, JORGE. Historia de la Radio en México. Instituto Mexicano de la Radio. Página 35.

Miguel Angel Granados Chapa manifiesta que la temprana fecha de apertura de esta emisora (que más tarde se convertirá en Radio Educación) evidencia "esta capacidad de la Secretaría (SEP) para conocer el poder difusor de la radio; pero luego esta primera actitud no fue correspondida por las siguientes, de tal suerte que Radio Educación, no conoció un desarrollo semejante al desarrollo de la radiodifusión comercial".<sup>2</sup>

El mismo día que el General Plutarco Elías Calles presta juramento como presidente de los Estados Unidos Mexicanos, el secretario de Educación Pública Dr. Bernardo Gastelum, pronuncia el discurso inaugural de la CZE.<sup>3</sup>

La atención primera de las transmisiones es la de realizar una labor complementaria dirigida al magisterio, como "un instrumento de extensión académica y cultural"; difundir la cultura, la tradición popular y los valores nacionales así como temas prácticos en general; además de ser en importante medida el vocero oficial de las actividades y políticas gubernamentales.

Aunque la emisora arranca con una potencia de tan solo 5000 watts, a través de un aparato transmisor Western Co., en

---

<sup>2</sup> GRANADOS CHAPA, MIGUEL ANGEL, Examen de comunicación en México, Tercera edición, México, 1981, edit. El Caballito. Página 49.

<sup>3</sup> Ver anexo 5, correspondiente al discurso inaugural.

vista del escaso número de señales radiofónicas que en ese momento cruza el espacio aéreo y a la falta de reglamentación que permite la interferencia entre estas, su señal logra una cobertura muy amplia, para llegar incluso a algunos estados sureños de los Estados Unidos, a Centroamérica y a Cuba.

La CZE es una de las primeras estaciones de radió establecidas en el país y la primera de carácter cultural del Estado. El horario de trasmisión en ese momento es de las 18:30 a las 20:30 horas de lunes a viernes, con una hora más los sábados.

La programación se compone de lecturas pedagógicas y conferencias sobre temas educativos para maestros dictadas por intelectuales; reportes climatológicos; información sobre agricultura, salud, clases de cocina; y música clásica y popular.

Al año siguiente, la CZE forma parte de la sección cultural y artística de la SEP y amplía sus fuentes de colaboración con ayuda del Departamento de Antropología, la Universidad Nacional y la Dirección de Agricultura y Ganadería. En su primer informe de gobierno, el 12 de septiembre de 1925, el presidente Plutarco Elías Calles, dice al referirse a la estación "... habiéndose logrado que sea la mejor de las estaciones que actualmente existe en la Ciudad de México y que sea intensa la propáganda cultural que se trasmite por ella. Se ha dotado a la mayoría de las escuelas



federales de los estados, de los aparatos receptores correspondientes..."<sup>4</sup>

En 1928, año en que se aprueba en Madrid la Conferencia Radiotelegráfica Internacional y se distribuyen letras indicativas y regulaciones de frecuencias para evitar la interferencia entre señales de distintos países, a México se le asigna la letra 'X' y la estación CZE adopta las siglas XEFC.

En este momento, la emisora cesa sus transmisiones por algunos años. Para 1933, siendo subsecretario de la SEP Jesús Silva Herzog, la estación se reorganiza, vuelve al aire como XEFC en el 610 Kilohertz. Asume el cargo de director Agustín Yañez.

Para entonces su programación se amplía e incluye noticiarios, cápsulas culturales, charlas médicas, clases de primaria para el público y audiciones literarias. Su estructura también cambia. El aspecto informativo se soluciona con el 'Periódico XEFC' programa que realiza un tratamiento profundo de las noticias, cuenta con programas infantiles y una especie de revista radiofónica dominical. Pule su cuadro de actores bajo la dirección de Rodolfo Usigli. Su señal llega a los estados de Hidalgo, Morelos, Puebla y Tlaxcala.

---

<sup>4</sup> MEJIA PRIETO, JORGE. Idem. página 37.

Hacia 1937 la XEFC es transferida al Departamento Autónomo de Ciencia y Difusión del Poder Ejecutivo del Gobierno Federal. Un año antes del término del gobierno del general Lázaro Cárdenas la SEP anuncia el cierre de su estación motivado por problemas financieros y administrativos.

Se menciona una aparición posterior por un breve lapso no especificado durante el sexenio de Manuel Avila Camacho.

El material grabado de la XEFC se distribuye entre otras emisoras inclusive algunas comerciales. Y las instalaciones se clausuran.

De 1950 a 1967 la SEP produce una serie de programas radiofónicos y utiliza espacios de transmisión en estaciones comerciales.

El gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964) hace hincapié en la necesidad de aprovechar la radio como ventajoso instrumento para difundir información y brindar apoyo a maestros rurales. Con tal fin y a falta de una emisora, se crea la Unidad de Grabación, instalada en Gabriel Mancera 506 y se compra el equipo necesario para la producción y grabación de programas radiofónicos. Con la participación de especialistas del Instituto Nacional de Capacitación Agraria se producen ahí series y programas, básicamente dirigidos a capacitar maestros de áreas rurales que, en algunos casos, ni siquiera han cursado la escuela

secundaria.

### 3.1.2. Al romper el silencio

Llegamos a la década de los 60. Una década de cambios a nivel mundial; de Revoluciones en el pensamiento, las actitudes y los sistemas. En México por demás está reseñar los acontecimientos de 1968 cuando, como prelude a la realización de los XIX Juegos Olímpicos, la ciudad se sacude por el vigor del cambio y el ánimo contestatorio de los jóvenes frente a la postura despótica del poder, lo que desencadena una respuesta de este último sin cordura.

Es en este mismo año cuando la SEP, ahora bajo la titularidad de Agustín Yañez, antiguo director de Radio Educación, ejerciendo los derechos que aún le otorga el permiso de explotación radiofónica, reinstala su emisora bajo la nueva denominación de XEEP Radio Educación. Con el escaso y viejo equipo de las CZE-XEFC surge la estación en los 1060 kilohertz con una potencia de 1000 watts en el sitio donde trabajara la Unidad de Grabación. La intención primera fue caracterizarla como un sistema de Radio Primaria.

El perfil original, acorde con el repunte de América Latina sigue una política de apertura y particular adhesión al tercer mundo. En su programación hace énfasis en la

difusión de expresiones culturales del folclore nacional y latinoamericano.

De 1968 a 1972 Radio Educación se integra a la Dirección General de Educación Audiovisual y Divulgación de la SEP. Sus transmisiones se realizan en principio con un horario "de oficina" esto es, de 7 a 14 horas y de 18 a 22 horas. Sus estudios se instalan en la Avenida Circunvalación Esquina con Tabiqueros y el 90% de su programación es musical.

En esta etapa de reedificación logra una cobertura muy reducida, alcanzando apenas algunas zonas del Distrito Federal más, en un par de años instala un nuevo trasmisor de 50 mil watts, del cual aprovecha una potencia de 20 mil watts.

En 1974 traslada sus estudios y oficinas al edificio de Angel Urraza en la Colonia del Valle, instalaciones que hasta la fecha ocupa.

Luego de varios años de sobrevivir un tanto al margen de la atención oficial, en 1977 la SEP asume una actitud de reconocimiento hacia la estación y por primera vez se le asigna un presupuesto decoroso.

Por instancia de varia voces, entre ellas de manera sobresaliente la de Miguel Angel Granados Chapa dirigida al entonces secretario de Educación Pública, Fernando Solana, se logra en 1978 que se puntualice por escrito el fundamento básico de la existencia y perfil de la emisora, documento que

hasta entonces no existía.

Al tiempo en que se realizan las discusiones en torno al Derecho a la Información así como la responsabilidad y papel de los medios de comunicación, el 23 de noviembre de ese año, la SEP publica en el Diario Oficial el llamado "Acuerdo 22", fallo gubernamental a través del cual se reconoce la naturaleza, situación legal y administrativa y bases de funcionamiento de Radio Educación, definiéndola en adelante como un órgano administrativo desconcentrado e independiente.

A partir de 1980 amplía su horario de transmisiones para cubrir las 24 horas del día e integra la señal de Onda Corta.

Casi dos lustros más tarde, en 1988, a la creación del Consejo nacional para la Cultura y las Artes, Radio Educación se integra a este organismo bajo la misma categoría de órgano desconcentrado.

### 3.2. MARCO JURIDICO

Radio Educación (RE) es una emisora genéricamente cultural, órgano estatal desconcentrado y con una azarosa historia que data de 1924 como punto de partida.

Como se ha mencionado, RE funciona hasta 1978 en muchos sentidos de manera irregular desde el hecho de que no existe ningún documento que puntualice sus objetivos, obligaciones y

derechos como identidad social y medio de comunicación.

Finalmente en ese año y durante la dirección de Miguel Angel Granados Chapa, RE obtiene de la Secretaría de Educación Pública (SEP) la redacción y publicación del documento legal correspondiente. Tal documento es el siguiente:

### 3.2.1. Acuerdo 22

#### SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA

Acuerdo No. 22 por el que se establecen las funciones de Radio Educación.

Al margen de un sello con el Escudo nacional, que dice: Estado Unidos Mexicanos.- Secretaría de Educación Pública.

Con fundamento en lo dispuesto por los artículos 17 y 38 fracción XXIX, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal de la Educación; 11, fracciones I, II y III de la Ley Federal de Radio y Televisión; 60, fracción VIII del Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública; y

Considerando

Que para el cumplimiento de la función educativa la

Secretaría de Educación Pública debe utilizar además de los instrumentos tradicionales de la educación formal, los medios modernos de comunicación colectiva, entre los que se encuentran la radiodifusión;

Que es necesario que esta Secretaría trasmita a través de la radio programas de interés cultural y cívico que coadyuven a elevar el nivel cultural de la población, así como a promover y fomentar la propiedad del idioma nacional;

Que los artículos 61 y 62 del Reglamento Interior de la Secretaría de Educación Pública, la facultan para contar con órganos administrativos desconcentrados a los que se les otorgará facultades específicas para resolver sobre determinada materia o para la prestación de servicios, y que se regirán por las normas contenidas en sus ordenamientos constitutivos, así como por las disposiciones aplicables del reglamento y las que en su caso determine el Presidente de la República o el Secretario en ejercicio de sus atribuciones; y

Que es propósito de esta Secretaría ofrecer al país dentro de la radiodifusión no lucrativa, una opción de elevado contenido cultural y cívico, para lo cual cuenta con un órgano administrativo desconcentrado que se denomina "Radio Educación" cuya organización y funcionamiento es necesario establecer; se expide el siguiente

## ACUERDO

Artículo 19. Radio Educación es el órgano administrativo desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública que tiene por objeto:

- I. Apoyar a través de la radio la enseñanza a cargo de la Secretaría, especialmente la enseñanza abierta;
- II. Promover y difundir programas de interés cultural y cívico; y
- III. Transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.

Artículo 20. Para el cumplimiento de su objeto, Radio Educación realizara las siguientes funciones:

- I. Operar las emisoras XEEP y XEPPM, que corresponden respectivamente a las bandas de amplitud modulada y onda corta, de cuyos permisos es titular la Secretaría de Educación Pública, así como las demás frecuencias que se le asignen.
- II. Integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación:
- III. Proveer asistencia técnica y de producción



radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo solicite;

IV. Difundir programas de información y análisis;

V. Promover la investigación científica y técnica en materia de Radiodifusión; y

VI. Las demás afines a las anteriores, que le encomiende el secretario.

Artículo 39. Para su funcionamiento, Radio Educación contará con los bienes muebles e inmuebles destinados a su servicio, así como los recursos que le asigne el gobierno federal en el presupuesto de la Secretaría de Educación Pública.

Radio Educación podrá recibir, conforme a las disposiciones legales aplicables, ingresos que deriven de los servicios que preste y de otras fuentes y organizaciones que deseen apoyar sus actividades.

Artículo 40. La responsabilidad del cumplimiento del Objeto de Radio Educación y de la debida realización de sus funciones, corresponderá al Director General de este organismo, quien será designado y removido por el secretario de Educación Pública.

Artículo 50 El Director General tendrá las siguientes facultades y obligaciones:

- I. Representar a Radio Educación;
- II. Asumir la dirección técnica y administrativa de la institución;
- III. Someter a la consideración de las autoridades competentes de la Secretaría de Educación Pública el programa general de actividades y el proyecto de presupuesto anual;
- IV. Vigilar el cumplimiento de las políticas generales y de los programas de trabajo;
- V. Acordar con las autoridades competentes de la Secretaría de Educación Pública la organización interna de la institución y de los demás asuntos de así lo requieran;
- VI. Someter a la opinión del Consejo Consultivo los programas y conceptos de trabajo; y
- VII. Las demás que le confiere el secretario de Educación Pública y que sean afines a las anteriores.

Artículo 6Q. Radio Educación contará con un Consejo Consultivo que será el cuerpo colegiado de coordinación que opinará sobre los programas y proyectos de la institución y servirá de enlace entre ésta y las dependencias y demás órganos de la Secretaría de Educación Pública que realicen actividades de radiodifusión cultural.

Artículo 79. El Consejo Consultivo estará integrado por:

- I. El secretario de Educación Pública quien lo precederá;
- II. El Subsecretario de Cultura y recreación quien suplirá al presidente en sus ausencias.
- III. El Director General de Radio Educación, como Secretario.
- IV. El Director General de Educación para Adultos;
- V: El Director General de Materiales Didácticos y Culturales;
- VI. El Director General de Publicaciones y Bibliotecas;
- Y
- VII. Hasta tres consejeros designados por el Secretario de Educación Pública.

Artículo 80. El Consejo Consultivo celebrará sesiones ordinarias cada dos meses y extraordinarias cuando convoque su presidente.

Artículo 90. Para que haya quorum en las sesiones del Consejo Consultivo se requerirá la presencia del presidente o de quien debe destituirlo en sus ausencias y de tres miembros más. Sus acuerdos se tomarán por mayoría de votos y en caso de empate el presidente tendrá voto de calidad.

Artículo 100. El consejo Consultivo, previo acuerdo de

sus miembros, podrá tener invitados a sus sesiones, quienes solo tendrán derecho a voz.

#### Artículos transitorios

Primero. El presente acuerdo entrará en vigor el día siguiente de su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Segundo. Quedan sin efecto las disposiciones administrativas que se opongan a este acuerdo.

México D.F. a 22 de noviembre de 1978. El Secretario Fernando Solana.

Este acuerdo es una especie de Constitución de RE, en función de la cual se gesta y fundamentalmente toda labor de esta emisora. Además, jurídicamente, de manera directa RE se norma por los siguientes ordenamientos:

- \* Ley Federal de Radio y Televisión, en (1960). Legislación general técnica y programática del funcionamiento de los medios de comunicación electrónicos.
- \* Reglamento de la Ley de Radio y Televisión. (1973).
- \* Acuerdo presidencial (31 de julio de 1969). que se refiere a la obligación del 12.5% de su tiempo de

transmisiones.

- \* Programa Nacional de Cultura 1990-1994. Como base de principios para el apoyo y difusión de la cultura.

### 3.2.2. Consejo Consultivo

El Consejo Consultivo se crea a través del Acuerdo 22 con la función de vigilar y coordinar el trabajo de RE. Aunque se establece que este se reunirá cada dos meses, en realidad lo hace trimestralmente.

En cada sesión el Director General de la emisora presenta un informe de trabajo puntualizando cada una de las tareas (de producción, administrativas, técnicas, económicas, de difusión y otras) que realiza la emisora en el período anterior inmediato a la reunión.

Además de ello los miembros del consejo gestionan y exponen sugerencias al director. El intercambio de opiniones y solicitudes es activo.

La Subdirección de Planeación y Evaluación de la emisora se encarga de realizar los estudios y seguimiento del avance de programas. Tomando en consideración la opinión del público al respecto -mismas que son recabadas a través de llamadas telefónicas y correspondencia- la Subdirección conforma el

análisis y comprobación de cumplimiento de los objetivos básicos de las transmisiones.

A través de ese seguimiento, así como de los convenios de la emisora, prepara las evaluaciones internas y los informes presentados al Consejo Consultivo.

### 3.3. DE CLASE A CLASE

"Radio Educación no es estrictamente hablando una radio educativa, en el sentido estricto, restringido de la expresión sino que es una emisora Cultural", así la define Miguel Angel Granados Chapa<sup>5</sup>, definición que ha trascendido en uso y convicción a través de los años.

Esto nos remite a la RE de la década de los 20, e incluso de los primeros tiempos en la reapertura de 1968. Cuando la intención primera de su fundación es la de ser una especie de Radioprimería y su programación se integra en gran proporción de clases educativas como tal.

A lo largo de su trayectoria va desprendiéndose de este retén para crecer, ampliar, diversificar y elevar el nivel de su programación y de su labor en general.

A partir de la completa transformación y a gran

---

<sup>5</sup> GRANADOS CHAPA, MIGUEL ANGEL. Idem..Página 93.

distancia de esa etiqueta de radiodifusora que 'educa', adiestra o enseña a escribir, ahora el trabajo incluye el apoyo y difusión a la educación pero a través de una forma, lenguaje y táctica actualizadas y explorando en la gama de este principio.

Con este fin se delinearán los objetivos básicos de la emisora:

#### Objetivos Generales:

- \* Cumplimiento de la función social que corresponde a Radio Educación como medio de comunicación masiva.
- \* Apoyo a las tareas educativas de la Secretaría de Educación Pública.
- \* Promoción y difusión de programas de interés cultural y cívico.
- \* Trasmisión de contenidos que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.

#### Objetivos Específicos

- \* Trasmisión de programas y mensajes educativos y de divulgación científica y tecnológica.
- \* Producción y trasmisión de programas y mensajes de

orientación social.

- \* Producción y transmisión de programas informativos del acontecer nacional e internacional.
- \* Producción y transmisión de programas y mensajes de divulgación cultural.

Los objetivos básicos y llanos de RE se dice, son cuatro: Informar, Educar, Orientar y Entretener.

A través de estos fundamentos RE toma su materia prima que es la cultura y la recrea, manifiesta, expone y acerca al auditorio para difundirla de la manera más fructífera posible.

Como se reseñó en el capítulo II a partir de 1988 RE queda inscrito bajo la conducción directa del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA) que se establece como entidad de la SEP con atribuciones para conservar y promover la cultura y las artes.

Así, formalmente RE debe cumplir un papel de vocero en materia radiofónica de las actividades del consejo. Esto lo hace a través de los noticiarios culturales y de programas que apoyen a dependencias como bibliotecas, publicaciones, actividades culturales y demás.

En este sentido se coloca como un canal entre el CNCA y la sociedad para exponer y promover las actividades culturales que el Estado coordina.



Pero, más allá de esto, la relación-subordinación de XEEP frente al CNCA se ha desarrollado de tal manera que la primera tiene una completa autonomía -según sostiene el Director General de la emisora- para realizar su labor. Las reglas están claras. RE cumple y se apega a la función que le corresponde pero con la libertad de efectuarlo de la forma en que la estación, exclusivamente, decida.

En la practica al escuchar los comentarios, temas y estructuras es posible afirmar que no existe sobre RE ningún tipo de censura por parte de alguna instancia política superior.

### 3.4. DEL 'DEBER SER' A 'PONGAMOS LOS PIES EN... EL AIRE'

#### 3.4.1. Se hace camino al andar

Luego de ubicar a RE en su marco jurídico y de puntualizar los objetivos que formalmente le corresponde cumplir, se habrá de exponer la función que esta emisora, como parte del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, realiza en su cotidiana labor radiofónica. Para explorar lo que en efecto proporciona a un auditorio necesitado e interesado en una alternativa radiofónica y hasta dónde y de qué manera satisface esos vacíos reales en la comunicación social.

Ante todo cabe mencionar que como pocas identidades de comunicación, RE se ha mantenido en primer término, apegada a su función original -apoyo y difusión de la cultura y educación- y por otra parte ha avanzado a la par de las convicciones socio-políticas nacionales que la han llevado a una posición que responde a la realidad y expectativas de la gente que busca algo inteligente o polémico en el cuadrante.

RE es una emisora que, debido a su situación como órgano gubernamental, ha sido en ciertos períodos una especie de estafeta política que pasa de mano en mano, de proyecto en proyecto y de refutación en refutación. En más de una ocasión el cargo de director ha servido como trampolín político, lento pero seguro. Esto indudablemente ha provocado que su labor se vea afectada de manera negativa, por la travesía de momentos de prosperidad a hoyos de crisis.

Sin embargo, como se sostiene anteriormente, a pesar de todo la estación se mantiene no sólo en pie sino en camino de avance ascendente consolidando con firmeza un trabajo redituable.

Esto es verificable al detectar que aquí los micrófonos son utilizados para responder, cuestionar, evidenciar, señalar, dar a conocer y abordar los temas que interesan y requiere el auditorio.

La emisora como medio de comunicación cultural, parte de este principio para abordar toda la gama de aspectos que

forman la vida cotidiana y la vida social desde una perspectiva más amplia y crítica que la generalidad de medios comerciales.

En la partida por utilizar más intensa y favorablemente las posibilidades de este medio de comunicación. RE se ha caracterizado por explorar la herramienta básica de la radio: el lenguaje oral. Desde siempre la programación se ha integrado en importante medida con programas discursivos. Además recupera la esencia de la radio original, esto es, la transmisión de programas en vivo en alta proporción.

La programación y otras actividades que realiza RE en gran medida han sido pauta para lo que otras radiodifusoras ahora transmiten, cuestión que también ha sido abordada en años recientes en muchos foros, la de rescatar a la radio del fango del olvido y la comercialización ofrecer algo más que una canción, dar un mensaje.

Por el perfil mismo de la emisora y sus condiciones de funcionamiento, en muchos sentidos, varios de ellos afortunados, RE no puede compararse con el resto de las instituciones de radio. Es así que consciente de ello se instala así mismas como una opción y no como una competidora de otras muestras en el cuadrante. A esta convicción se suma la realidad de algunas precarias condiciones técnicas y económicas que hacen el inútil siquiera el intento.

### 3.4.2. La realidad en realidad. Un foro Social

Contrario a la relación fatua de otras emisoras, RE dirige todos sus esfuerzos a trabajar en los suyos, a ser una estación para y de la sociedad.

En gran medida la dirección que ha seguido el desarrollo de los medios de la comunicación en general y de la radio en particular, ha propiciado que se conviertan en medios de transmisión y difusión con un solo sentido en el envío de mensajes. Por sí solo esto ya es un problema lo suficientemente preocupante. Pero sumado a esto vemos además que lo que el escucha recibe es un caudal de mensajes que solo buscan convencerlo (o convertirlo) de adquirir bienes y servicios, que promocionan o bien se someten a un modelo programático nutrido de ideología ajena a lo nacional -numerosas estaciones son en esencia y forma, vendedores absolutos lo mismo de teléfonos celulares, detergente, géneros musicales, modas y personalidades a la medida-, con lo que dividen en categorías a la gente 'que tiene' (poder económico) y por lo tanto puede, sabe, conoce, vale, merece, interesa, y la que no tiene y que por lo tanto es como si no existiera, porque no reditúa y no es necesario invertir en producciones para éstos.

RE sencillamente se apega al deber ser. Es una estación permisionaria, cultural, mexicana, de comunicación, y lo que

realiza es sólo cumplir con lo que le concierne.

Es obligación de estos medios responder a las expectativas y valores de un auditorio, asumir y fundir los principios culturales propios y abrirse a lo universal que alimenta y fortalece el conocimiento.

Para entrar al primer mundo no es suficiente tener acceso a los grandes "malls", a la alta tecnología o a los diseñadores internacionales. Es esencial consolidar la experiencia y cultura histórica y el reconocimiento de la realidad actual para crecer con responsabilidad y conciencia.

Esto es, no puede borrarse del mapa, como algunos medios intentan o descaradamente hacen, a la parte deprimente, pobre, insatisfecha, problemática, ignorante de la sociedad, sólo pintándola con brochazos de música en inglés o con galas de recursos técnicos, ya que ella seguirá existiendo y requiriendo de atención y espacio.

La obligación mínima de los medios de difusión masiva es contestar a esta realidad, y si se denominan de comunicación la responsabilidad es mucho mayor. Principios básicos son el vincular al auditorio con su realidad y estar acorde con la naturaleza de una sociedad con características propias a través de una programación de contenido útil.

En este sentido otra característica, notable de la emisora es el acceso a la participación del público a través de diferentes vías. En primer término es, en general y de

manera particular en algunos programas, un foro social en la amplitud del término. Le denomino así por ser un espacio abierto a las expresiones de la sociedad. Lo mismo de respuesta con su servicio informativo o con un programa de salud, que presta su micrófono como defensor de las denuncias y opiniones de la gente.

Debido a esta actuación, RE es considerada una comedia curia sobre todo por algunos sectores de la población que se pueden denominar como marginales, y que este medio encuentran la posibilidad de tener un foro de expresión abierto y plural. Refuerza con ello su calidad de ser una opción, una valiosa alternativa que no tiene paralelo.

Para ser "La Otra Radio", como algunos de sus promocionales lo afirman RE parte de su función primordial que es la difusión de la cultura. Más, para esto y para no ser medio elitista o alejado de la realidad social general, acude a una amplia gama de temas géneros programáticos. En RE podemos oír lo mismo la tradicional música clásica que caracteriza a una emisora cultural, programas literarios, poéticos, expresiones artísticas, en fin lo que podría llamarse la 'alta cultura', pero traducida a un lenguaje y forma accesible y atractiva al grueso de la audiencia, así como temas cotidianos, triviales, comunes pero abordados de manera que rescaten su valor contextual, humano y práctico.

### 3.4.3. De libertad, pluralidad y lo que se acumule

*Una estación sin comentario es  
una emisora sin personalidad.*

*Hector León Díez*

Un medio de comunicación es, por su naturaleza, un medio permeado por una amplia serie de corrientes de pensamiento y tendencias ideológicas. RE avanza como un foro plural a lo largo de su estructura.

En primer término consideraremos el aspecto de la diversidad temática que es permisible en RE. A lo largo de su historia, la emisora ha atravesado algunos períodos de cierta limitación en la libertad de expresión por parte de quienes hacen radio.

Como simple ejemplo puede mencionarse que, en un superlativo celo del deber, durante la dirección de Alejandro Montaña Martínez, se intenta prohibir terminantemente la mención siquiera de cualquier palabra que corresponda al nombre o marca de algún producto o empresa comercial. Esto va más allá de una sana purificación. Un principio ineludible es que RE como estación permisionaria no debe transmitir anuncios comerciales, cierto, pero la vida cotidiana, las actividades y el lenguaje mismo de todos los días hacen alusión llana y casual de todo tipo de sustantivos y

apelativos que innegablemente ya son de uso común. Tratar de ignorar esto es más que acierto, necesidad.

La diferencia estriba en la intención de comercializar, vender, propagar, o simplemente ser directos y realistas en el lenguaje y adjetivos que ameriten ser empleados. Y esto es muestra de madurez, misma que los productores y directivos han forjado y logrado.

Los conductores de programas así como los locutores son libres de comentar, de charlar quienes los escuchan sobre cualquier asunto, con la única salvedad de que estos tengan cierta validez y respeten los lineamientos generales establecidos por la legislación correspondiente.

La amplitud de temas que aborda en su programación por mucho tiempo se ha caracterizado como una especie de pionero en lo que se refiere al tratamiento de tópicos sexuales. Actualmente lo hace a través de un par de programas, uno de ellos destinado al espacio homosexual claramente definido, en otras series se abordan los diferentes aspectos de la sexualidad humana de manera crítica, abierta y hasta creativa.

En la programación puede hablarse lo mismo de libros que de centros de diversión nocturna, de exposiciones y arte mexicano que de la música de protesta o de los chavos banda.

Algo sobresaliente es el acercamiento a cuestiones del ámbito político, lo mismo referente a lo que formalmente se



denomina política mexicana o internacional, que a la política que hace la sociedad en su actividad contestataria.

Otro nivel que testimonia la pluralidad es, como ya hemos mencionado, la apertura a la participación ante sus micrófonos lo mismo de la gente común y corriente que de personalidades públicas o instituciones. Cuenta con numerosos programas que básicamente son espacios de análisis, discusión, descubrimiento, y consecuente crítica.

Se ha distinguido por no sumarse a la cúpula de poder económico y político. Por el contrario y de manera evidente, ha apoyado a la sociedad, a grupos civiles marginales, respondiendo con apoyo activo a quien denuncia. Varios de sus programas por mencionar algunos sobresalientes ejemplos son "Del campo y la ciudad", "Derecho a la ciudad", "Voz Pública" y "Tercer turno". Son éstas producciones de debate, cuestionamiento y abierta crítica a lo mismo a la acción ciudadana nociva que al mal servicio, se acato o corrupción de instituciones y funcionarios públicos.

Estos programas en vivo además de la plena autonomía de productores y conductores, dan cabida a todo tipo de puntos de vista, a la expresión de diversas tendencias ideológicas y doctrinarias interesadas en particular. De manera reiterada se transmiten voces de reprobación, denuncia, afrenta e impugnación clara y directa a funcionarios, entidades, organizaciones privadas, sin ninguna censura de por medio.

Considerando la preponderancia que se da a esas declaraciones y aseveraciones de terceros, surge el cuestionamiento acerca de qué tanto la emisora pueda estar tomando alguna tendencia ideológica o hasta política.

Sin embargo, analizando el fenómeno queda cierto que lo que RE hace es otorgar un canal de expresión para quien quiera, acepte y tenga algo que decir. Si hay argumentación tras las denuncias o quejas, cualquier postura tiene cabida. Son pues, terceras personas quienes, en su calidad de miembros de partidos políticos, instituciones, asociaciones de diversa índole o particulares, examinan y juzgan y RE canaliza.

Es, por una parte de vital importancia que a) la libertad de expresión personal y social se respete, y b) que la pluralidad en sus matices se tome en cuenta y se exponga a través de este medio para mostrar un panorama lo más amplio posible que permita la creación de una opinión personal al auditorio.

Pero por otra parte, es un requerimiento mayor evitar que la emisora pudiese quedar supeditada a una tendencia ideológica (y consecuentemente política) única, o desvirtuarse para ser un escenario donde vertir resentimientos o acracias.

En su trayectoria, RE llega a sufrir algunos casos semejantes cuando, por ejemplo, a mediados de la década de

los 80 denota ciertos visos propagandistas del poder político. Mismos que fueron rechazados por la misma comunidad de productores. Ahora se afirma que aquí se trabaja con hechos políticos, pero no se hace política.

Siendo lo anterior cuestión que debe tomarse en cuenta, también es necesario especificar que se trata de erratas superadas y que RE es, en efecto y asombrosamente, uno de los foros más críticos del sistema político. Es sobresaliente no sólo por el hecho en sí, sino porque RE, no hay que olvidar, es una entidad del gobierno mexicano.

#### 3.4.4. Cobertura y convenios

Radio Educación tiene una potencia de 50 mil watts por medio de la cual su señal cubre toda la Ciudad de México, el área metropolitana y algunos estados colindantes como Tlaxcala, el Estado de México, Hidalgo y otros.

La presencia a nivel nacional, además de la onda corta, no se puede mantener con la potencia que actualmente posee. Sin embargo, hasta hace una década, la señal de su programación, particularmente los noticiarios llegaban a un gran número de estados a través de enlaces con otras emisoras culturales y universitarias. Actualmente esta situación ha cambiado, tales enlaces han disminuido drásticamente.

Un útil paliativo para las emisoras y otras entidades del país interesadas en la programación de RE es la solicitud de material grabado. Con ello los programas se han aprovechado lo mismo por sindicatos obreros como el de las estufas Mabe, que con su difusión a través del sistema de radio y televisión de Tamaulipas, Guerrero, Tlaxcala, Radio Cultural Ayuntamiento Benito Juárez, la Autónoma de Chihuahua, y la Universidad del Occidente de Sinaloa, entre otras.

La firma de convenios complementan e incluso solucionan la difusión de RE. Estos, por una parte permiten la coproducción de programas, de lo que hablaremos más tarde, y por otra son convenios de intercambio a través de los cuales se arregla la mutua promoción entre las instituciones firmantes.

Esto sucede principalmente con otros medios de comunicación. Estos convenios son exclusivamente acuerdos de intercambio de difusión. Los participantes, recíprocamente, ceden espacios para promover al otro. Las publicaciones con las que hasta abril de 1993 se tienen estos convenios son las revistas "Punto crítico", "La revista de la Universidad", "Cemos", "Topodrilo", "Tiempo", "Ce acatl", "México Internacional", "Tierra Adentro", "Voices of México" y otras, además de los periódicos El Nacional y El Día.

### 3.4.5. De la herramienta para la talacha.

En una emisora como en cualquier otro medio, hay limitaciones superiores a la creatividad, decisión y honestidad de trabajo a fin de lograr transmitir los mensajes útiles o recreativos. La condición previa para que una sola palabra pueda ser comunicada a alguien lejano, es un equipo técnico con la capacidad suficiente para permitir la emisión nítida a la distancia de la señal. Muy a pesar de que el equipo técnico de esta emisora nunca ha sido de vanguardia tecnológica, sí es apto para realizar su correspondiente labor, y comparativamente con otras emisoras, su nivel es muy competitivo.

En las instalaciones de R.E. en la colonia Del Valle, donde se encuentran las oficinas directivas y de administración, se ubican también los tres estudios de grabación de diferentes dimensiones. El estudio A da cabida a una orquesta cómodamente instalada, mientras los otros dos son de menor tamaño. También aquí se encuentra la cabina de Onda Corta, la cabina y estudio de transmisiones 'José Vasconcelos' y la fonoteca.

No obstante siempre hay carencias y pasos lentos para cubrir los requerimientos técnicos, en los últimos meses de 1992 y primer semestre de 1993 se realizaron

en la estación importantes ajustes en esta área.

En este período se instaló el sistema de grabación digital en los estudios y el de grabación y modulación de llamadas telefónicas en la cabina de transmisión. Se equipó el estudio destinado para las transmisiones de Onda Corta. RE cuenta ahora con un sistema de edición digital por computadora.

La emisora posee un equipo de grabación de alta velocidad para otros materiales. Recientemente adquirió un programador-reproductor (Juke Boks) para 60 discos compactos.

RE tiene autorización para transmitir con 100 mil watts de potencia, sin embargo, de principio y por muchos años operó con una potencia de 20 mil watts. En 1992, con el permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, adquirió un nuevo transmisor de 50 mil watts de potencia, su equipo y refacciones<sup>6</sup>. En 1993 se cambiaron las consolas de los estudios A y B y de la cabina de transmisiones.

En abril de 1993 se instaló el nuevo transmisor Harris Dx 50 de tecnología digital en la planta de transmisión que se encuentra en la carretera México-Puebla, lo cual, además de ahorrar energía, permitirá que la señal de RE llegue a 14

---

<sup>6</sup> Convocatoria de licitación pública internacional DTA-0001/92. Periódicos de circulación nacional. Octubre de 1992.

estados de la República con una mejor sintonía y fidelidad.

Al respecto aun está pendiente el proyecto de la obtención de otro transmisor de 50 mil watts que, al acopiarlo con el recién estrenado cubrirá gran parte del territorio nacional y convertirá a la estación en una de las pocas que efectivamente cuenta con una potencia de 100 mil Watts.

#### 3.4.6. El constante para el sonante

Amén de la situación generalizada es casi todos los estratos de la sociedad, la situación económica es el talón de Aquiles de las entidades federales, la cual frena y elimina en gran medida la capacidad de desarrollo en la obra de éstos. RE no es la excepción.

A lo largo y ancho de la comunidad que integra RE hay un argumento apriori para explicar las carencias existentes, los proyectos en espera, así como los descontentos personales: la insuficiencia de recursos económicos.

¿Porqué no hay corresponsales como tal en otros países?, ¿Porqué la unidad móvil no está en funcionamiento? ¿Porqué no hay mayor difusión de la emisora? ¿Porqué pugnan en primer término los trabajadores?. Todas las respuestas se reducen a una: la falta de dinero.

Sin embargo, la dirección de la emisora sostiene, de manera honesta, que el subsidio que recibe es suficiente. Suficiente en tanto les permite operar decorosamente, comprar refacciones, realizar labores de mantenimiento y adquirir el material necesario, pagar las cuentas de servicios y mantener las instalaciones además de cubrir los sueldos. Pero, comparativamente, esa suficiencia se puede traducir, desde otro punto de vista, en una existencia con austeridad.

En todo momento, los productores piden mayor presupuesto para su trabajo de producción, los musicalizadores piden dinero para enriquecer la fonoteca, el área de información necesita más recursos para equipar a los reporteros, otros colaboradores consideran escaso lo destinado a la promoción y en general todos lamentan los bajos salarios.

Las fuentes que contemplan el presupuesto de RE son en primer lugar el subsidio federal que recibe el Estado a través de la SEP; los ingresos por coproducciones; los recursos etiquetados, que son asignados del gobierno para que entidades del sector público realicen trabajo de comunicación social con Radio Educación y otras entidades estatales; y otros ingresos por trabajos directos de copiado de materiales, alquiler de estudios o servicios de grabación.



### 3.4.6.1. Coproducciones

Con ese presupuesto, la emisora cubre algo más del 60% de la producción. Para el restante se acude a las coproducciones. Estos son acuerdos con entidades gubernamentales, educativas o privadas.

A través de éstas, RE se beneficia económicamente y con el enriquecimiento de contenidos. Esto reditua directamente en una mejor producción y un pago extra para quienes participan en ella.

La relación que involucre aspectos económicos entre RE y empresas del sector privado se apega a las condiciones establecidas por aquella. La emisora acepta convenios de coproducción con la iniciativa privada interesada en difundir la cultura y en apoyar el perfil programático de RE, pero no busca comercializar espacios ni acepta compartir créditos con empresas que se dediquen a dañar a la sociedad o que no tengan alguna propuesta benéfica para ésta, como pueden ser los fabricantes de "alimentos chatarra" y otros.

Las coproducciones, tanto con la iniciativa privada como con entidades públicas, consisten en la distribución porcentual de los costos de producción de un programa, y en algunos casos las entidades copatrocinadoras también colaboran con información y material de contenido útil para la producción.

Otra fuente para recabar fondos económicos, son eventuales contratos de alquiler de los estudios, pero también manteniendo una rigurosa selección de los candidatos. No se alquilan los estudios o realizan trabajos de grabación para ningún tipo de publicidad o de espectáculo. Sí en cambio están a disposición de entidades o individuos cuando se trate de materiales de carácter cultural, educativo o de orientación. (Ver cuadro 1).

#### 3.4.6.2. Presupuesto

El presupuesto que el gobierno federal asigna a la emisora se ha elevado en apego a las políticas económicas generales.

Tenemos así que en 1991 el presupuesto de la emisora fue de \$5,800,000,000.00 (\$5,800,000.00 nuevos pesos).

En 1992 fue de \$7,000,900,000.00 (\$7,000,900.00 nuevos pesos).

Para 1993 el subsidio estatal asciende a \$8,500,000.00 nuevos pesos (\$8,500,000,000.00 viejos pesos). A esto hay que sumar unos \$600,000.00 nuevos pesos (\$600,000,000.00 de viejos pesos) de recursos etiquetados más lo que obtiene en coproducciones y otros convenios. Además se afirma que el nuevo transmisor que se va a comprar vendrá con dinero extra,

según compromiso del CNCA.

CUADRO 1

COPRODUCCIONES DE RADIO EDUCACION EN ABRIL DE 1993

Colegio Nacional de Economistas.  
Comisión Nacional de los Derechos Humanos.  
Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.  
CONACYT  
Dirección de Información de la SEP.  
Dirección General de Servicios Médicos de la UNAM.  
Dirección General de Publicaciones CNCA.  
Fondo de Cultura Económica.  
Instituto Nacional de Antropología e Historia.  
Pronósticos Deportivos.  
Salud Integral para la Mujer (SIPAN)  
Instituto Nacional Indigenista.  
Fundación Cultural de la Cooperativa Pascual.  
Programa Cultural de las Fronteras.  
Grupo Interdisciplinario de Sexología.  
Universidad Autónoma Metropolitana.  
Instituto Nacional de Bellas Artes.

### 3.5. PARA DESPERTAR LOS SENTIDOS

*Radio educación es divertida,  
entretenedora, pero también ha-  
ce que la gente se cuestione,  
que dude.*

*Alain Derbez.*

#### 3.5.1. ¿Qué escucharemos?

La programación de RE se basa en el principio básico de los objetivos mismos de la emisora, esto es, Educar, Informar, Orientar y Entretener.

Finalmente, la programación termina siendo la única y determinante prueba de la validez de un trabajo radiofónico. En RE puede encontrarse una oferta plural en lo que se refiere a temática, géneros y estilos auditivos.

Todo el trabajo de docenas de personas, de horas-hombre y horas-máquina, se traduce en un mensaje recibido por cientos de escuchas. Dependiendo de ello que la gente se quede a escuchar y así se logre tal vez alguno de los objetivos básicos de existencia de la emisora o bien pase de largo ignorándola.

Para abordar el aspecto programático se tomó como base la programación al aire durante el mes de abril de 1993. (Ver cuadro 2.).

Proporcionalmente RE mantiene actualmente un balance de 50/50 en su programación discursiva y musical. Aunque según señalan los profesionales en la materia, el balance idóneo es de 40/60 respectivamente.

A la vez que el porcentaje de programación en vivo promedia un 80% (ver cuadro 3). Ante todo tratando de mantener un equilibrio en la atención a cada uno de los cuatro rubros mencionados.

CUADRO 2

RADIO EDUCACION KEEP 1050 KHZ C.M.							
HRA.	PROGRAMA	MAÑANA	AYER	HOY	MAÑANA	HOY	HRA.
12:15 AM	MUSICA	MEDIA NOCHE EN BABILONIA	CITA SIN ENCUENTRO	MUSICA	OTRA NOCHE	MUSICA	12:15 AM
12:30 PM							12:30 PM
12:45 AM							12:45 AM
1:00 AM							1:00 AM
1:15 AM							1:15 AM
1:30 AM							1:30 AM
1:45 AM	MUSICA						1:45 AM
2:00 AM							2:00 AM
2:15 AM							2:15 AM
2:30 AM							2:30 AM
2:45 AM							2:45 AM
3:00 AM							3:00 AM
3:15 AM							3:15 AM
3:30 AM							3:30 AM
3:45 AM							3:45 AM
4:00 AM							4:00 AM
4:15 AM	MUSICA	PLATIQUE UN LIBRO	PLATIQUE UN LIBRO	PLATIQUE UN LIBRO	PLATIQUE UN LIBRO	PLATIQUE UN LIBRO	4:15 AM
4:30 AM							4:30 AM
4:45 AM							4:45 AM
5:00 AM							5:00 AM
5:15 AM							5:15 AM
5:30 AM							5:30 AM
5:45 AM	DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	5:45 AM
6:00 AM							6:00 AM
6:15 AM							6:15 AM
6:30 AM							6:30 AM
6:45 AM							6:45 AM
7:00 AM							7:00 AM
7:15 AM							7:15 AM
7:30 AM							7:30 AM
7:45 AM							7:45 AM
8:00 AM							8:00 AM
8:15 AM	PULSO DE LA MAÑANA	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	8:15 AM
8:30 AM							8:30 AM
8:45 AM							8:45 AM
9:00 AM							9:00 AM
9:15 AM							9:15 AM
9:30 AM							9:30 AM
9:45 AM	MUSICA	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	MAGIA, PRESTIDIGITACION E ILUSIONISMO	9:45 AM
10:00 AM							10:00 AM
10:15 AM							10:15 AM
10:30 AM							10:30 AM
10:45 AM							10:45 AM
11:00 AM							11:00 AM
11:15 AM	MUSICA	PERFILES DE MEXICO	VERDE A SU LADO	PARA VIVIR MEJOR	LOS VEGETARIANOS Y LA SALUD	MUSICA	11:15 AM
11:30 AM							11:30 AM
11:45 AM							11:45 AM
12:00 PM							12:00 PM

12:18 PM	AL AIRE Y OTROS ESPACIOS					EL CAFETERO SOLITARIO	NO HAYAN RUIDO...	12:18 PM
12:30 PM	<b>MUSICA</b>					FRANCO GUE. MADRUG. 1941		12:30 PM
12:45 PM								12:45 PM
1:00 PM								1:00 PM
1:15 PM								1:15 PM
1:30 PM	ESQUILMOTO	ESQUILMOTO	ESQUILMOTO	ESQUILMOTO	ESQUILMOTO			1:30 PM
1:45 PM	<b>MUSICA</b>	ENTRE CRUZAMIENTOS	<b>MUSICA</b>	ENTRE CRUZAMIENTOS	<b>MUSICA</b>			1:45 PM
2:00 PM								2:00 PM
2:15 PM	<b>MUSICA</b>					PLATON EN UN LIMBO	PLATON EN UN LIMBO	2:15 PM
2:30 PM								2:30 PM
2:45 PM	<b>PULSO DE LA TARDE</b>							2:45 PM
3:00 PM								3:00 PM
3:15 PM								3:15 PM
3:30 PM								3:30 PM
3:45 PM								3:45 PM
4:00 PM	<b>MUSICA</b>							4:00 PM
4:15 PM								4:15 PM
4:30 PM								4:30 PM
4:45 PM						CHICO, MARICHA Y LINDO		4:45 PM
5:00 PM						<b>MUSICA</b>		5:00 PM
5:15 PM								5:15 PM
5:30 PM	INMEDIATO	EPIDEMIONES	SI YA LO CONCIERTO	Y NO ES CUENTO	SI YA LO CONCIERTO			5:30 PM
5:45 PM	PROGRAMA DEL FONDO	TIEMPA IDENTIO	PARTIDAS DEL UTRAL	DE LA OROCA, AMARILLO Y BARRERA	NO DE LOS 60'S			5:45 PM
6:00 PM						<b>MUSICA</b>		6:00 PM
6:15 PM	<b>UN PUEBLO</b>							6:15 PM
6:30 PM						DERECHOS A LA CIUDAD	<b>MUSICA</b>	6:30 PM
6:45 PM								6:45 PM
7:00 PM								7:00 PM
7:15 PM	<b>MUSICA</b>							7:15 PM
7:30 PM								7:30 PM
7:45 PM								7:45 PM
8:00 PM	<b>PULSO DE LA NOCHE</b>							8:00 PM
8:15 PM								8:15 PM
8:30 PM								8:30 PM
8:45 PM	DEBICANDO LA FELICIDAD	DEBICANDO LA FELICIDAD	LA RECONSTRUCCION DE LA NUESTRA	CONCIEN DE LA RECONSTRUCCION				8:45 PM
9:00 PM	LEGO PUERBLO LOS DIAS	DEBICANDO LA FELICIDAD	CON LA PUEBLO NUESTRO	ECONOMIA COTIDIANA	ORQUESTA SINFONICA NACIONAL			9:00 PM
9:15 PM								9:15 PM
9:30 PM								9:30 PM
9:45 PM								9:45 PM
10:00 PM	RELIEVES	EL FIN JUSTIFICA A LOS MEDIOS	RESPUESTA	TERCER TURNO				10:00 PM
10:15 PM								10:15 PM
10:30 PM								10:30 PM
10:45 PM	<b>MUSICA</b>							10:45 PM
11:00 PM								11:00 PM
11:15 PM	<b>MUSICA</b>							11:15 PM
11:30 PM								11:30 PM
11:45 PM								11:45 PM
12:00 AM								12:00 AM
	NOVA	USP	AMARILLO	AMARILLO	USP	USP	USP	

**RADIO EDUCACION**  
XEEP 1060 KHZ C.I.J.

CUADRO 3

PROPORCION DE PROGRAMAS

	LUN.	MAR.	MIERC.	JUEV.	VIER.	SAB.	DOM.
<b>PROGRAMAS</b>							
En horas	12:00	14:15	15:15	11:40	12:00	8:00	8:20'
Porcentaje	50%	58%	63%	47.5%	50%	33%	34%
<b>MUSICA</b>							
En horas	12:00	9:45	8:45	12:20	12:00	16:00	15.40'
Porcentaje	50%	41%	37%	52.5%	50%	67%	66%
<b>PROGRAMAS EN VIVO</b>							
En horas	9	11	12	9.5	10.5	5.5	3.5
Porcentaje	75%	77.3%	79.2%	83.3%	87.5%	68.75%	43.75%

Fuente: Monitoreo directo.



Algo que ha caracterizado a RE es la soltura de expresión, calificada por muchos como rompimiento de modelos 'tradicionales' de hacer radio. Esto es resultado de una labor de creatividad, libertad y experimentación, tanto en las formas como en los contenidos.

Una importante condición de los programas transmitidos por la estación es que a la vez que responden a los objetivos primordiales y abordan temas de verdadero interés y utilidad general, mantiene una estructura dinámica, innovadora y atractiva, que efectivamente despierte los sentidos y la imaginación.

Es trascendental pues, que se subraye la importancia que tiene no sólo el contenido o naturaleza del mensaje sino la forma en que éste pretende ser transmitido. Pues este último requisito depende la oportunidad de éxito en la prosecución de un objetivo.

#### 3.5.1.1. De patitas en la calle y haciendo drama

Otra particularidad de RE es la creciente realización de programas en exteriores, varios de ellos además transmitidos en vivo. La intención básica es recuperar y avanzar en el acercamiento al público y básicamente a un auditorio popular que acude a los festivales y bailes que se organizan.

Con ello se recuperan muchos espacios a través del

control remoto. Entre éstos podemos mencionar 'Son Sabrosón', programa sabatino que inicia transmisiones el 17 de abril desde la Delegación Iztacalco. Este es un proyecto en cooperación con las delegaciones políticas, las cuales colaboran proporcionando el sitio del evento, el material logístico, y la difusión. RE además de los artistas, conducción y transmisión, está ofreciendo a la comunidad un pretexto de reunión social, la recuperación y apoyo de bailes y festivales populares, difusión a esta faceta de la cultura y el logro de transmisiones musicales diferentes. Otro programa es 'Otra noche', producción en vivo a partir de las 12 de la noche del jueves a las 2 de la mañana del viernes. Se alterna semanalmente entre la cabina y un lugar en el exterior. Este programa se realiza en bares, salones de baile y con un público único, el de los noctámbulos "reventados".

Hay más ejemplos de programas en que los micrófonos salen del estudio para reflejar expresiones culturales de la sociedad como 'No hagan ruido', de música mexicana que se realiza en diferentes lugares del país; los 'Conciertos sinfónicos'; 'La historieta de la neta' que recoge testimonios de los jóvenes, y otros.

Por otra parte RE, desde siempre, ha dado considerable importancia a la producción de Radionovelas, realizando trabajos muy reconocidos en este género. En el mes de abril no se transmite ninguna, pero se inicia la producción de una

nueva serie novelada: 'Pesca de piratas'.

Entre algunas notables radionovelas producidas por RE se puede mencionar 'Los de abajo', 'Balún Canán' y 'La historia verdadera de la Conquista de Nueva España' (estas últimas transmitidas en 1992).

### 3.5.2. Cuántos, Cuáles y Para qué

La emisora clasifica la programación en cuatro tópicos generales que son Informativos, de Orientación, Entretenimiento y Educativos. (Ver Cuadro 4).

#### CUADRO 4

#### CLASIFICACION DE PROGRAMAS

Media Noche en Babilonia	Entretenimiento
Cita sin encuentro	Entretenimiento
Otra Noche	Entretenimiento
Deme usted razón de	Informativo
Platicame un libro	Educativo
Voces de concreto	Educativo
Somos imaginarios	Educativos
Del campo y la ciudad	Orientación
Radio si	Educativo
Pulsos	Informativo
Magia, Predistigitación e Ilusionismo	Informativo
Dejemos de ser pacientes	Orientación

## CLASIFICACION DE PROGRAMAS

Perfiles de México	Orientación
Verde Azulado	Información
Para vivir mejor	Orientación
Los universitarios y la salud	Orientación
Al aire y otros espacios	Entretención
Movimiento continuo	Informativo
Entrecruzamientos	Educativo
Circo, Maroma y libros	Educativo
Emociones	Educativo
Y no es cuento	Entretención
Página del fondo	Educativo
Tierra adentro	Educativo
Derecho a la ciudad	Orientación
Son sabrosón	Entretención
Los sonidos del desván	Educativo
10 de los 20	Educativo
De libros, libreros y editores	Educativo
Voz pública	Educativo
Bordando la frontera	Orientación
Esos fueron los días	Educativo
Desde acá los chilangos	Entretención
Historieta de la Neta	Orientación
Con la puerta abierta	Orientación
Canción de la esperanza	Educativo
Economía cotidiana	Informativo
Conciertos Sinfónicos	Educativo
Relieves	Informativo
El fin justifica los medios	Informativo
Respuesta	Orientación
Divagarte	Educativo
Tercer Turno	Orientación
Deme usted la razón	Informativo
¿Quién canta?	Entretención
El Chahuixtle	Entretención
De loco un poco	Educativo
De museo	Educativo
Cachivaches	Educativo
Niños como yo	Orientación
Canción tras la frontera	Educativo

## CLASIFICACION DE PROGRAMAS

Ventana 1060	Informativo
El Cafetero solitario	Educativo
Taloneando palabras	Educativo
Manos que hablan	Educativo
No hagan ruido	Entretenimiento
Siempre Zarzuela	Educativo
Arriba el Norte	Entretenimiento

Fuente: Subdirección de producción de RE

Yendo más allá de tal esquematización que no habrá de considerarse rígidamente pues la mayoría de programas deben, y de hecho son una interesante conjugación de información, orientación, cultura y entretenimiento, en un equilibrio variable de acuerdo al tipo de tema, género programático y público al que va dirigido.

Partiendo de la premisa de que RE es una muestra de lo que se puede hacer aprovechando las posibilidades y recursos del medio, y que es una emisora que a través de la creatividad y el razonamiento da forma y presenta al público una extensa gama de programas, podemos clasificar esta programación con un diferente criterio de Público-Tema. En este ordenamiento no se toma en cuenta el género del programa, sino la función evidente, dando como resultado que

en varias ocasiones aparecera en más de una clasificación, debido a que la variedad de sus contenidos efectivamente responde a más de una función. (ver cuadro 5).

#### CUADRO 5

Ciudadinos:	*	Del Campo y la Ciudad
	*	Desde acá los chilangos
	*	La historieta de la neta
	*	Derecho a la ciudad
	*	Y no es cuento.
Arte y Cultura:	*	Tierra adentro
	*	Divagarte
	*	De libros, libreros y editores
	*	Circo, Maroma y libros
	*	De museo
	*	Magia, Prestidigitación e Ilusionismo
	*	Entrecruzamientos
	*	Al aire y otros espacios
	*	10 de los 20
	*	Voces de concreto
	*	Emociones
	*	Cápsulas del fondo
	*	Movimiento continuo
Análisis:	*	Relieves
	*	El fin justifica los medios
	*	De libros, libreros y editores
	*	El cafetero solitario
	*	Economía cotidiana
	*	Ventana 1060
	*	Respuesta
	*	Magia, Prestidigitación e Ilusionismo

Niños: \* Niños como yo  
\* Radio Si  
\* Circo Maroma y Libros  
\* De loco un poco

Indígenas: \* Del campo y la ciudad  
\* Deme usted razón de

Trabajadores: \* Tercer Turno

Ecología: \* Verde azulado  
\* Para vivir mejor

Para desvelados y de  
amplio criterio: \* Ton's  
(Media noche en Babilonia)  
\* Cita sin encuentro  
\* Otra noche

Literatura y poesía: \* Taloneando palabras  
\* Platícame un libro  
\* 10 de los 20  
\* Emociones  
\* Media noche en Babilonia  
\* Cita sin encuentro

Voz del ciudadano frente  
a las instituciones: \* Voz Pública  
\* Respuesta

- \* Derecho a la ciudad
- \* Tercer turno

Difusión de México:      \*

- \* Perfiles de México
- \* El Chahuixtle
- \* Del Campo y la ciudad
- \* Deme usted razón de
- \* No hagan ruido
- \* Quien canta

Salud:                   \*

- \* Dejemos de ser pacientes
- \* Universitarios y la salud

Sexualidad:           \*

- \* Con la puerta abierta
- \* Media noche en Babilonia

Música especializada: \*

- \* Bordando la frontera  
  (áreas fronterizas de México)
- \* Esos fueron los días  
  (década 1964-74, contexturizada)
- \* Desde acá los chilangos  
  (juvenil variedad de géneros)
- \* Canción de la esperanza  
  (del movimiento de izquierda)
- \* Quien canta  
  (música mexicana)
- \* El Chahuixtle  
  (música mexicana)
- \* Canción tras la frontera  
  (frontera norte de México)
- \* Siempre Zarzuela  
  (Zarzuela)



- \* Son sabrosón  
(para bailar, caribefía)
- \* No hagan ruido  
(música mexicana)
- \* Los sonidos del desván  
(diferentes géneros y naciones)
- \* Arriba el norte  
(nortefía)
- \* Conciertos sinfónicos  
(clásica)

Esta programación es en diferente medida un detonados de conciencias, remueve los sentidos, despierta la interrogación y considera al público agente de reflexión. (ver Anexo 1, Reseña de programas).

Los programas más antiguos actualmente tienen alrededor de cuatro años. Y a lo largo de su historia, la emisora ha explorado en diferentes géneros y temáticas.

Es de notar que actualmente no cuenta con programas deportivos. Hasta el año pasado (1992) contaba con una producción dominical de una hora, 'Complot deportivo', un programa que justificaba con calidad su existencia. En éste había la crítica, análisis serio, el entretenimiento en el deporte y un manejo agudo en la explotación del tema más allá de la reseña espectacular. Ahora es un hueco que persiste en la emisora.

### 3.5.3. Las buenas notas

La otra parte complementaria del producto que RE emite, es la música. Cabe recordar que la emisora ha sido importante en la historia de la radiodifusión no sólo por sus programas hablados, sino también por su acervo musical y por la difusión que de este lenguaje ha hecho.

La fonoteca cuenta con una valiosa cantidad de material musical de difícil acceso en los mercados.

RE tiene ocho programadores musicales que a lo largo del día seleccionan música de todos los géneros, estilos, edades y nacionalidades. Aquí podemos conocer las mejores zarzuelas, la música de rock marginal, afroantillana, música de Medio Oriente, o de Europa, regional mexicana, instrumental, clásica, ópera, infantil y cuanta variedad pueda ocurrírseles. Lo que jamás escucharemos será a un cantante-televisa difundido por sus consolas.

Sobre la aportación de RE en la historia musical radiofónica podemos contar la difusión de la cultura en este sentido, a través de la exploración en la música de diferentes géneros, nacionalidades, épocas, corrientes, intérpretes y autores. En los 70 innovó en la manera de abordar y transmitir música al extender su variedad y utilizarla como una fuente de comunicación con mensaje propio, no como un relleno.

Y no hay que olvidar que el modelo adoptado y que tanto ha causado furor entre las emisoras comerciales en años recientes, la estructura "de 3 en 3", es decir, bloques de tres canciones seguidas, es original de Radio Educación.

El amplio espacio que ocupa la música en la programación de RE está cuidado y planeado con la misma atención que los programas de discurso oral. Para ello los locutores no se limitan a mencionar el título y el autor, en cambio recibimos una información más útil sobre las melodías. Hay comentarios que la contextualizan y enriquecen el conocimiento que podemos conservar de lo que escuchamos.

#### 3.5.4. Comité Técnico

Para el proceso de análisis y aprobación de proyectos programáticos, RE sigue un sistema de selección sin paralelo aún en los medios más democráticos. La responsabilidad o poder para elegir qué producciones se apoyarán y cuales requieren ser retiradas del aire, no recae de un ordenamiento vertical desde la dirección de la emisora, tal proceso se lleva a cabo de manera compartida a través del llamado Comité Técnico.

Este comité representa a todas las áreas de la emisora, se integra por un productor, locutor, programador musical, un

elemento del departamento de noticias, del sindicato, de ingeniería, los subdirectores de noticias, planeación y producción y la dirección de producción y planeación. Diez personas en total conforman el equipo que revisa y evalúa los proyectos que el personal de producción de la emisora expone.

Además de realizar un constante seguimiento del desarrollo de las transmisiones, se efectúan revisiones generales cada seis meses. En estas oportunidades se presenta una gran cantidad de proyectos con la intención de ser realizados.

Los criterios de calificación para los programas son ante todo que éstos cumplan con los principios de educación, orientación, información y recreación, y luego, que su formato sea también válido de acuerdo al medio radiofónico. Es pues tan importante la forma como el fondo.

### **3.5.5. El tercer espacio**

La carta programática de esta emisora se integra con programas como tal, con música y con un tercer elemento que son los llamados promocionales. Estos provienen de dos fuentes.

En primer lugar, y como parte de la responsabilidad de destinar un espacio de su programación al 12.5% de tiempo

oficial, la emisora recibe y debe transmitir las cápsulas que la Dirección General de Radio y Televisión (RTC) de la Secretaría de Gobernación le envía.

No obstante, respetando su estilo, RE no transmite ningún promocional tal como lo envía RTC de la manera en que el resto de las emisoras lo hace: tan solo pasando al aire las cintas grabadas en RTC. RE extrae de éstos la información y la distribuye a lo largo del día en voz de sus locutores en vivo. El departamento de continuidad en coordinación con el de difusión y convenios organizan la transmisión de esos mensajes pero con una nueva redacción y a través de las intervenciones del locutor en cabina..

Otra modalidad de promocionales que sigue la misma tónica, es decir, su comunicación directa por los locutores, son los de convenio e intercambios. Respondiendo a los acuerdos de mutua difusión con otros organismos.

El otro tipo de promocional, estos sí grabados, son las pequeñas cápsulas que promueven la programación y a la emisora misma. Esta es una reciente táctica de difusión. Cada productor ha realizado un "spot" de 30 segundos que publicite la programación a su cargo, y estas cápsulas se transmiten a lo largo del día invitando al auditorio a escuchar otros programas.

Por otra parte, dice el director de RE, por dedicarse a ser tan buenos en hacer radio, se les olvidó hablar de eso

que hacen. Luego de percatarse de ello se decidió apoyar esta autopromoción como refuerzo de la imagen global de la emisora a través de la inserción de breves comentarios. Algunos de estos son los siguientes (Ver cuadro 6).

C U A D R O 6

Poco a poco hemos entrado en su gusto.  
Eso nos llevó muchos años.  
Ahora día a día trabajamos para que usted  
siga con nosotros.  
Para seguirlo acompañando.  
Radio Educación, con historia en la radio.

\*\*\*\*\*

Qué tal. A punto de amanecer y  
seguimos con usted.  
Buenos días con nuestra compañía.  
Radio Educación desde la Ciudad de México,  
en Angel Urraza 622, Colonia Del Valle,  
código postal 03100.

\*\*\*\*\*

Al pasar por el 622 de Angel Urraza  
sólo gire su cabeza a la izquierda.  
Nos identificará fácilmente.  
¿ Ya nos vió ?  
Ahora escribanos: Angel Urraza 622  
Col. Del Valle c.p. 03100.

\*\*\*\*\*

Buenas Noches.  
Mañana le espera un largo día.  
Oiga, ¿ y porqué  
no lo hace más corto en nuestra compañía ?  
Radio Educación.

\*\*\*\*\*

La otra radio,  
la diferente,  
la que está aquí en el 1060.  
Radio Educación, Cultura con imaginación.

### 3.6. AUDITORIO

*Donde el consumidor potencial es un ser humano.*

#### 3.6.1.- De cantidad a calidad

Un tema muy discutido en torno a Radio Educación ha sido la cuestión de la cantidad de público que efectivamente logra captar. Por una parte es básico que el medio de comunicación presente una alternativa provechosa pero es necesidad complementaria que este mensaje interese para comprobar su validez.

Sin duda RE no es una estación que aglomere tumultos, sus escasos estudios de raiting lo muestran. Por definición es un medio masivo que potencialmente puede llegar a millones de receptores. Pero lo importante para la emisora, según sostiene, es mantener la atención y dar respuesta a ese auditorio definido al que pueden interesar los programas que RE hace y seguirá haciendo.

La emisora debe ante todo justificar, con un mínimo de auditorio, el dinero que se esta invirtiendo en su trabajo. Según estudios de raiting, RE tiene entre el 0.6% y 1.0% del auditorio del Valle de México. Tal cifra puede ser muy baja si se compara con las grandes estaciones de radio comerciales, pero en virtud de que la postura de RE no es de



competencia en este nivel, tal criterio queda soslayado.

Por otra parte, el auditorio que escucha RE se traduce cuantitativamente en un elevado número, mismo que fielmente mantiene su atención en ella. Y por su parte la atención que la emisora debe prestar a los esfuerzos por atraer a una mayor cantidad de escuchas no debe supeditarse al aligeramiento o trivialización de sus contenidos en búsqueda de tal fin. No se trata de cubrir las preferencias de todos, sino presentar una oferta válida que responda a expectativas planeadas y estudiadas.

Aunque RE tiene programas que abordan una amplia variedad de temas, géneros, formatos y prosecución de distintos objetivos a través de los cuales intentan interesar y corresponder a ese afecto, por mas diversidad que tengan nunca serán suficientes para cubrir la totalidad de exigencias en una multitud de caracteres. Y para mantener el nivel de calidad no debería intentarlo.

Por otra parte, aunque la emisora no tiene la intención de ser elitista es innegable que su público no se encuentra en todos los estratos culturales de la sociedad. La generalidad de sus escuchas se distingue por ser personas con cierta conciencia de comunidad, con curiosidad por su entorno e interés en la vida política, económica, social y cultural. Aunque, debido a la diversidad de su programación, sí logra permear en todos los estratos económicos y de edades.

### 3.6.2.- Estudios de audiencia

RE ha realizado dos estudios de auditorio a gran escala con el fin de conocer con mayor precisión el público de la emisora. El primero de ellos se lleva a cabo en agosto de 1991 y el segundo, el más reciente, en mayo de 1992<sup>7</sup>. Ambos hechos por el Gabinete de Estudios de Opinión S.C. a través de encuestas.

Esta es una síntesis del estudio del mayo de 1992 acerca de las características del auditorio de RE:

Las encuestas sobre hábitos de radioescuchas realizadas en la segunda mitad de mayo de 1992 comprendieron total de 82 preguntas realizadas a 1,800 entrevistados en el Distrito Federal y la zona conurbada de la Ciudad de México.

Los receptores de RE se distinguen por su elevada escolaridad y aprecio por la cultura en general. Estos se clasifican en tres grupos, los escuchas tradicionales con más de cinco años de escucharla, conforman casi la mitad de la muestra, la audiencia reciente con entre un año y cinco de atenderla son casi una cuarta parte, mientras una quinta parte son escuchas eventuales.

---

<sup>7</sup> Hay noticias de un estudio previo realizado en 1979, por instrucción del entonces director Miguel Angel Granados Chapa para conocer el perfil del auditorio. Por otra parte, la tercera encuesta anual sobre radio escuchas está planeada para julio de 1993.

Proporcionalmente la Delegaciones donde más se escucha son Alvaro Obregón, Cuauhtémoc e Iztapalapa y el municipio de Naucalpan. En lo que se refiere a sexos, la proporción es similar.

Más de la mitad de los oyentes tiene entre 20 y 39 años, tres de cada diez tiene más de 40 años y solo la décima parte es menor de 20 años. Mientras más de la mitad de los escuchas cuenta con estudios medios superiores o universitarios.

El 70 por ciento la escucha en el hogar, 20 por ciento en el trabajo y 10 por ciento en el auto. Los horarios más sintonizados son, en la mañana principalmente por mujeres y por la tarde y noche el público es mixto en sexo y edades.

Sobre las preferencias, cuatro quintas partes elige la música, dos terceras partes prefiere los programas informativos y otro tanto los de orientación.

### 3.6.3. Quien te habla también te escucha

Ciertamente RE tiene un auditorio, si bien heterogéneo, evidentemente contestatario, con ánimo de participación en la vida social, política y cultural de su entorno. La variedad de programas de la emisora atrae en su momento a diferentes tipos de escuchas. Cada uno de esos grupos se involucra en diferente nivel con la programación.

En promedio la emisora recibe unas 40 cartas mensuales. La correspondencia proviene de dos fuentes, la mitad del país y otro tanto registra su origen en unas 100 naciones. En las misivas la gente expresa sus opiniones, sugerencias, saludos y preguntas. Los nacionales envían desde sus opiniones en torno a programas o temas tratados en éstos, hasta fotografías familiares, anécdotas y obsequios. Las cartas del resto del mundo son de radioaficionados que solicitan información de la emisora así como datos históricos y culturales del país. La dirección de la emisora contesta a cada remitente con una carta, postal y un ejemplar de la publicación "Audiotinta".

A lo largo de la programación diaria se reciben un mínimo de 120 llamadas telefónicas. Y la emisora es visitada por personas interesadas en conocer las instalaciones y ante todo a los locutores y directivos.

Esa misma gente también accede a la emisora en busca de material de la fonoteca. Ese servicio se presta con un costo de \$40.00 n.p.

A lo largo de la historia de la emisora existen dos experiencias notables de la participación del público en ella.

Al inicio de la década de los 80 la estación entra en una etapa de crisis luego de una serie de despidos masivos, desprestigio en la labor radiofónica y conflictos entre directivos y trabajadores. En 1982 el director, Antonio

Alvarez Lima, se enfrenta a una dura crítica y exigencias por parte de los empleados.

En 1983 la situación empeora, la emisora está dirigida por Héctor Murillo Cruz en RE se incurre en acciones que atentan contra la función cultural y plural de su programación. Disminuye la producción, se repiten series, se realizan transmisiones eternas de las discusiones senatoriales. Y abiertamente se permite la emisión de anuncios comerciales.

Ante este panorama, los trabajadores de RE asumen su responsabilidad como hacedores de radio y además de elevar protestas contra la directiva, convocan el 9 y 10 de diciembre de 1983 al público a un foro abierto para que éste opine sobre la programación y lo que sucede en RE de aquí surge la inquietud de asociarse y trabajar para la recuperación y defensa de ese importante espacio.

A partir de estos, el 15 de enero de 1984 se crea formalmente la Asociación de Escuchas de Radio Educación. Organización que pugna por hacer propuestas, análisis y vigilar la función de RE, se integra con 600 miembros. Este grupo, según constan aislados testimonios, se enfrenta al claro rechazo del director de la emisora que los considera como un problema.

Mientras, la Asociación intenta promover sugerencias, opiniones y peticiones de la gente interesada en el trabajo

radiofónico. Su labor es obstaculizada cuando no se permiten las reuniones en el edificio de la estación y se bloquea la transmisión de mensajes provenientes o relacionados con la Asociación.

Luego de constituir un caso inaudito de una organización del auditorio a tal nivel, aglutinado por y hacia una emisora de radio, la Asociación se desintegra en diciembre de 1986. Se aducen como motivos del fin del proyecto, el desgaste de los pocos miembros que se mantenían trabajando activamente en la persecución de los objetivos de fundación, las pugnas internas, escasez de recursos, los obstáculos a su labor, y porque fueron denunciados por difamación.<sup>8</sup>

#### 3.6.4. El que escucha puede actuar

Con el paso del tiempo, un fruto de la tarea de comunicación horizontal que realiza RE se sigue manifestando en la participación activa del auditorio de la estación. Quién escucha RE y encuentra en ella una fuente de información, orientación y un canal de expresión, aprovecha la oportunidad brindada por este foro.

Algunos años después del fenómeno antes reseñado, en

---

<sup>8</sup> ROMO, CRISTINA La otra radio México, 1989

1991, con casi un año al aire y numeroso público, el programa "Del Campo y la Ciudad" -interesante foro que da voz al auditorio y funge como tribunal social- es objeto de algunas medidas atentatorias contra la pluralidad del programa y contra la libertad de expresión del locutor del mismo, Héctor García Robledo.

El programa, que desde el principio se caracteriza por interesarse en la problemática y expresiones culturales de la sociedad, recibe una entusiasta respuesta del auditorio. Se inicia un torrente de llamadas telefónicas, intercambios de puntos de vista y con ese ritmo se va consolidando una organización que el 10 de abril de 1991, en las instalaciones de RE fragua en la suscripción del Acta Constitutiva de la Asociación de Radioparticipantes de RE.

Luego de tres años de existencia, la Asociación inicia los trámites para formalizar su estatus legal ante la Secretaria de Hacienda y Crédito Público como Asociación Civil no lucrativa. Adopta como nombre oficial ante notario público el de Consejo Radiocomunitario A.C.

Sus funciones, fieles a sus objetivos de creación son las de participar activamente en las políticas de los medios de comunicación; defender el artículo 6o constitucional referente al derecho a la información; apoyar y fortalecer los objetivos del Acuerdo 22 (documento de formación de RE); promover los proyectos de radiodifusión alternativa con una

comunicación horizontal; rescatar y defender las costumbres, y tradiciones mexicanas; y desarrollar actividades comunitarias que fortalezcan la mexicanidad y los vínculos entre el campo y la ciudad.

Actualmente la Asociación reúne a unos 300 miembros de diferentes clases sociales. El programa "Del campo y la ciudad" es su cuna y foro de expresión. Desarrolla actividades que conjugan la labor original de defensa al aprovechamiento social y educativo de los medios de comunicación con acciones de apoyo comunitario y difusión de tradiciones y costumbres mexicanas.

La Asociación pretende mantener un trabajo serio y decidido, prueba de ello es la estructura interna de la misma, la cual muestra los campos de acción que explora. La Asociación se integra con las siguientes comisiones: de organización general, jurídica, de relaciones públicas, de finanzas, de prensa y propaganda, técnicas de estudio de la comunicación, y de actividades culturales y educativas.

Esto es una muestra de la capacidad de convocatoria que RE logra a través de sus programas. La Asociación es un caso muy notable de participación activa del auditorio a partir del interés que en él despierta la labor de esta emisora y evidencia que RE es una propuesta programática plural y que

---

\* Estatutos del "Consejo de Radio Comunitaria A.C." Abril 1993



cumple una función social. Refuerza esto el interés cotidiano de la gente que escucha la emisora, se comunica para vertir opiniones o externar dudas.

### 3.7. NOTICIARIOS

Una parte de vital importancia en cualquier emisora son los espacios informativos. RE cuenta con tres noticiarios de lunes a viernes y uno en sábado y domingo, respectivamente.

Pulso de la mañana, 8:00 a 8:45 horas.

Pulso de la tarde, 14:30 a 15:00 horas, incluyendo sábados y domingos.

Pulso de la noche, 20:00 a 20:30 horas.

Si bien los noticiarios de RE se han distinguido siempre por un sólido sentido de veracidad y pluralidad, fueron por un largo tiempo desatendidos en su actualización estructural. Es innegable que sin la suficiencia de recursos técnicos y humanos no puede lograrse una amplia cobertura informativa.

Sin embargo, a falta de unidades móviles, reducido equipo humano y carencia de modernos sistemas de comunicación, el noticiario intenta subsanar las lagunas que lo anterior pudiera producir con un trabajo profesional que se basa en el trato imparcial a los hechos y la diversidad de fuentes informativas que presentan al público para brindarle una visión lo más completa posible de los acontecimientos.

En este año (1993) se habla de una recomposición de los noticiarios. Mientras por muchos años fueron considerados una fuente confiable de información, ahora se pretende avanzar de ese formato puramente informativo a una fase de mayor amplitud en la variedad de contenidos. Esto es, acercarse un poco a los géneros interpretativos y, porqué no intentarlo, a los de opinión.

Los servicios informativos que el ciudadano requiere no se satisfacen ni son del todo valiosos si surgen sólo como un caudal de hechos sin contextualización. Para la gente común sin acceso a fuentes especializadas, es necesario, para satisfacer sus requerimientos mínimos de información, un noticiario que además de ser amplio en cobertura noticiosa, objetividad y veracidad, se abra a la gama de posibilidad que brindan los demás géneros periodísticos, para no aislar los hechos de la situación política, social y cultural que permitan su cabal comprensión.

El noticiario intenta en un espacio corto de tiempo, dar un panorama general del acontecer nacional e internacional, así como lo dice su eslogan: "Resumen de los acontecimientos mas relevantes de la actualidad".

En ese tiempo, las noticias se transmiten, a una o dos voces, divididas en dos bloques generales: La Nación y El Mundo. En cada uno de ellos se abordan los hechos jerárquicamente más importantes. Los tres "Pulsos" inician

con resumen o sumario de lo más sobresaliente. Se guarda un orden lógico entre una nota y otra.

Los "Pulsos" sabatino y dominical destinan un tercer espacio notablemente amplio a la información cultural. Misma que antes se incluía también en el noticiario diario matutino, pero este se modificó al surgir el programa "Magia, Prestidigitación e Ilusionismo", producción a cargo del departamento cultural del área de noticias, y que se encarga de esta información con mayor amplitud y precisión.

Es importante señalar que los "Pulsos" de RE no cuentan con espacio para la información deportiva ni de espectáculos, a menos de que se trate de hechos de profunda relevancia.

Hace poco tiempo, ante la real y creciente necesidad, RE ha sumado en sus tres noticiarios los reportes viales de las principales arterias del Distrito Federal en vivo desde la Secretaría de Protección y Vialidad, a lo cual dedica apenas uno o dos minutos al inicio y fin de la información.

El área de noticias define los contenidos de los noticiarios señalando que el "Pulso" de la mañana es el resumen de lo sucedido el día anterior. El "Pulso" de la tarde informa lo que ha pasado hasta esos momentos y con la presencia de los reporteros en tales puntos. El "Pulso" de la noche reflejará las reacciones o resultados de lo que por la tarde y mañana informó.

Las fuentes de información con que cuenta provienen de

las agencias informativas nacionales e internacionales, ocho reporteros, los diarios nacionales y otras agencias alternativas como Cerigua, Salpress, Hondupress y otras. Recibe el servicio de cuatro agencias, UPI, France Press, Excelsior y Notimex.

En su momento RE fue una entidad pionera en lo que se refiere a la red informativa nacional y latinoamericana (hablo de hace una década). En ese tiempo RE fomenta y explota los intercambios informativos con emisoras y agencias de América Latina hasta cubrir prácticamente todo el continente. Acerca de la cobertura nacional, para 1986 la emisora se enlaza a la señal de más de 60 estaciones de radio -Universitarias, estatales y comunitarias- de casi todo el país que así pueden captar el noticiario.

Resultando esto un caso que ganó reconocimiento de interesados en el trabajo de los medios. Significó un fenómeno de gran transcendencia la oportunidad que, por una parte, tienen los enlaces de esa gran cantidad de emisoras en el país para recibir información general veraz y confiable que no esté maquillada por la comercialización. Y por otro lado la importancia de mantener vínculos entre los países de América Latina que comparten orígenes culturales y situaciones sociopolíticas similares fomentando con ello la cooperación e identificación a través del intercambio de noticias entre fuentes informativas directas.

Actualmente RE cuenta solo con cuatro enlaces en nuestro país: Radio Ayuntamiento de Quintana Roo, Radio Altiplano de Tlaxcala, Radio Guerrero y Radio Tabasco.

Los argumentos para llegar a esta situación van de la insuficiencia económica, éstos es, los altos costos de los enlaces que la emisora debe sufragar ya que el servicio se hace vía telefónica ante la falta de señal vía satélite, hasta las opiniones de algunos directivos que consideran inútil el servicio.

También es la situación económica la que le impide sostener correspondientes en el extranjero. Esto se soluciona acudiendo a los contactos que en el pasado se han mantenido de manera regular y ahora, con un convenio "de amigos" se realiza el intercambio de información con algunos países. Este tipo de contactos ha crecido y tiene ahora comunicación con 56 estaciones de radio, televisión y periódicos de América Latina y 13 de Estados Unidos, todas ellas de manera informal y no sistemática. También hay intercambio con periodistas de algunos medios de Canadá, con Radio Exterior de España, Radio Francia y con la BBC de Londres.

### 3.8. MAS ALLA DEL MICROFONO

#### 3.8.1. Una invitación en blanco y negro

RE ha emprendido una serie de labores que van mas allá de la mera tarea radiofónica. Aunque todas estas actividades funcionan como un complemento que parte y se fundamenta en la radiodifusión.

Un caso notable es la incursión en el área editorial. "Audiotinta" aparece en noviembre de 1992, con la intención, sin lograrlo hasta ahora, de ser mensual. Tiene como antecedente un folleto llamado "Boletín 1060" que existió durante la dirección de Miguel Angel Granados Chapa.

Audiotinta es un boletín informativo que pretende dejar constancia periódica de lo que sucede, se hace, se piensa en RE, de los testimonios de quienes hacen la radio y al mismo tiempo que sirva como un medio difusor de la emisora. En él se publica la programación mensual, además de entrevistas, reseñas y artículos.

La publicación, aun irregular imprime el numero 2 en enero de 1993 y el número 3 en marzo del mismo año. La Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia apoya en la impresión de Audiotinta en los Talleres Gráficos de la Nación.

Así pues, las letras apoyan y acompañan aquí a la

palabra.

### **3.8.2. Manos que hablan, las del artesano**

Otra actividad sin precedente, realizada por un medio de comunicación es el proyecto "Manos que hablan". Inicia en octubre de 1990 y se lleva a cabo en coordinación con el Instituto Nacional Indigenista y el Museo de Culturas Populares. Su objetivo es promover el arte popular mexicano.

"Manos que hablan" consiste en la realización mensual de programas especiales en torno a un grupo de indígenas artesanos, acompañado de un festival cultural-musical y la exposición y venta de artesanías de diferentes grupos étnicos y regiones del país.

Durante varios días la explanada de RE es ocupada por los artesanos que exponen y venden sus creaciones.

También se realizan controles remotos de exposiciones de esta naturaleza montadas en otras partes de la ciudad o en otros Estados con las mismas características.

### **3.8.3. Lo que cuelga de las paredes**

La difusión de la cultura que realiza RE se manifiesta también a través del apoyo a artistas plásticos, por medio del cual éstos encuentran un espacio para exponer sus obras.

A lo largo del año RE organiza regularmente una exposición mensual o bimestral lo mismo de fotografías o pinturas que de esculturas, todas en diferentes técnicas.

Estas muestras son organizadas alternadamente entre el departamento de difusión y convenios y el sindicato de la emisora.

Las exposiciones son recibidas con una ceremonia de inauguración formal y las obras permanecen varios días en exhibición en las paredes y espacios del pasillo conducente a la cabina de transmisiones que tradicionalmente se ha convertido en el área-galería.

Paralelo a esto también se organizan periódicamente pequeñas ferias de libros y revistas en la explanada exterior de la emisora, lo mismo que tianguis culturales a propósito de celebraciones como el día internacional de la mujer, el día del niño, etc.

### 3.9. ONDA CORTA

Al inicio de la década de los 80 RE integra a su transmisión la señal de Onda Corta. Sus siglas son XEPPM-OC y transmite en la frecuencia de 6185 kilohertz con 5000 watts de potencia en la banda de 49 metros.

Hasta ahora la Onda Corta tiene la misma programación



que la banda de Amplitud Modulada. Su señal llega a toda América, Países de Europa, Asia y Oceanía.

Los planes inmediatos son separar la programación de ambas bandas. Es indispensable que las transmisiones de Onda Corta que llegan a todo el mundo y que presentan una imagen de lo que es esta emisora gubernamental mexicana, tengan una programación adecuada.

Esto se ha pretendido hacer desde hace varios años, pero todo fue siempre planes a futuro. Finalmente esto se materializa y para abril de este año está ya lista la cabina de transmisiones que se construyó y equipó expresamente con este fin con un transmisor Elcom Bauer de 5000 watts.

El equipo humano se integrará en un principio con ocho personas, para lo cual se lanza una convocatoria de concurso y los exámenes se inician en mayo para seleccionar a los miembros necesarios para la transmisión. Esto es, cuatro operadores, dos locutores, un programador musical y un coordinador.

Se proyecta salir al aire a finales de junio en una fase experimental de dos semanas. La programación inicial se integrará solo con programación musical y programas de la fonoteca grabados con anterioridad. Se tratará de programas que hablen de México y su cultura.

La transmisión será de 6 de la tarde a 9 de la mañana del día siguiente y el resto de tiempo se enlazará a la señal

de A.M.

Se intenta tener locutores en español e inglés para lograr una mejor efectividad. La estructura programática planeada se compone de un 50% de música mexicana, 25% latinoamericana y 25% del resto del mundo. De los programas, el 60% por ciento se refiere a la cultura e historia de México y el restante 40% acerca de la música, historia y cultura latinoamericana y sobre las expresiones literarias y musicales de nuestro país actualmente.

Los aspectos informativos se cubrirán abriendo las transmisiones a las 6 de la tarde con la repetición del noticiario de la tarde, a las 8 de la noche se enlaza con el "Pulso" de la noche y a las 3 de la mañana se retransmitirá ese mismo noticiario.

Se pretende lograr que a mediano plazo la Onda Corta logre establecer convenios de coproducción para que pueda subsistir por sí misma, tanto financieramente como con la producción de sus materiales.

### 3.10. ORGANIZACION SINDICAL

La organización sindical en RE ha jugado un papel de significativo peso en la dirección que la emisora ha seguido.

En 1976 se organiza la Asociación de Trabajadores de Radio Educación. Y solo hasta 1980 se logra la instalación

del Sindicato como tal.

Desde el principio los miembros del sindicato, además de luchar por la mejoría de sus condiciones laborales y salariales, se trazan como objetivo la defensa del trabajo y de los objetivos de la emisora.

Esto se ha demostrado en momentos de agudas crisis coyunturales. Quizás el ejemplo más significativo fue la surgida en 1988, cuando el enfrentamiento laboral entre autoridades y trabajadores llegó a tensarse a tal grado que el líder sindical de ese momento, Marcial Alejandro Romo López, inicia una huelga de hambre para demandar solución a las exigencias laborales, denunciar la censura y presionar por el fin a las hostilidades de la directiva hacia los trabajadores. Luego de negociaciones y de la intervención del subsecretario de Educación Pública Miguel González Avelar, el conflicto logra solucionarse.

Actualmente la relación entre el sindicato y la directiva de RE al parecer se desarrolla en manera armoniosa. El sindicato pertenece a la sección XI del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE) como parte del bloque democrático y trabaja además con la Coordinadora de Trabajadores de Medios de Comunicación.

Uno de los más apremiantes proyectos del sindicato es mejorar el poder adquisitivo de los trabajadores, aunque éste no depende de la dirección de esta entidad, sino de las

políticas gubernamentales sobre el tope salarial, pero se busca lograrlo por otros medios, tales como prestaciones y mejores condiciones de trabajo, y lograr contratos de bases laborales para ellos, puesto que actualmente la abrumadora mayoría de trabajadores, primordialmente la parte creativa del área de producción, no cuenta con esa seguridad y labora a través de honorarios.

A principios de este año, toma posesión del VII Comité Ejecutivo Delegacional de Radio Educación Raúl Jardón Guardiola. El Comité, encabezado por el productor Jardón tiene por delante un período de trabajo de dos años.

### 3.11. Ni Rojos ni Negros

Resta sólo puntualizar cuál es la posición que guarda Radio Educación, hasta el mes de abril de 1993, frente a la actual política modernizadora del gobierno que encauza la privatización como importante fundamento de crecimiento.

En ningún momento se ha mencionado a Radio Educación como una entidad en posibilidad de ser privatizada ahora que está en pleno el proceso de subasta del paquete de medios de comunicación, que incluye los canales de televisión 13 y 7 y sus repetidoras en la República. Aún más, se afirma que ni a corto ni a largo plazo sucederá esto.

¿Cuales son las bases para tal convicción?

Que Radio Educación no funciona con numeros rojos ... tampoco con números negros. Esto se traduce en que para el Estado Mexicano, Radio Educación en una obligación cultural, no es un negocio; su existencia no depende de un superavit. Es una inversión de carácter educativo y cultural, no una entidad que le haya retribuido en algún momento ganancias.

El concepto de Radio Educación para quienes deciden las políticas económicas no corresponde al de un organismo que deba proporcionar beneficios a las arcas, y de decidirse su privatización, tampoco este proceso sería muy rentable. No es negocio enajenar un permiso de transmisión. En todo caso si se decidiera no apoyarla más lo mas factible sería sencillamente cerrarla, vender las instalaciones y equipos, menciona el director general de la emisora, y eso hasta ahora no está en consideración, esta radio sigue con vida.

## CONCLUSIONES

Luego de la revisión expuesta sobre el trabajo de Radio Educación, ubicado en el contexto de la situación radiofónica general en la Ciudad de México y dentro del marco político-jurídico, se puede concluir lo siguiente:

A partir del panorama presentado en el capítulo I, es evidente la carencia y necesidad de establecer un medio de comunicación que satisfaga las necesidades reales de información, orientación y entretenimiento del auditorio heterogéneo y pensante de la Ciudad de México.

Ante esto es imprescindible que en el principio de 'Modernización' se tome en cuenta la actualización de la ley correspondiente al medio radiofónico, o sería ya bastante ganancia lograr que la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación no permita la manipulación de sus deberes por parte de los monopolios radiofónicos como hasta ahora, y en cambio haga cumplir las normas que actualmente rigen.

Es necesaria la existencia de más entidades de comunicación permisionarias y que el gobierno, sin abandonar su papel rector, mantenga la política de descentralización en materia de medios de comunicación y de libertad a su funcionamiento, depositándolos en manos de quienes aman y poseen conocimientos de este medio. Proveyéndolos al mismo

tiempo de los recursos económicos necesarios para su decorosa existencia.

Tal vez el primer acierto de Radio Educación es la difusión educativa de una Cultura Radiofónica entre el auditorio. Reforzando con su labor diaria la imagen de la radio como un medio completo, capaz de crear y ser fuente de mensajes de la más amplia naturaleza, concientizando al público del valor de la radio y de la necesidad de aprovechar los recursos y ventajas del medio, mostrando al auditorio lo que la radio puede hacer y lo que éste puede, por lo tanto, exigir.

El gran valor que tiene Radio Educación es que es un Medio de Comunicación completo, con un concepto diferente y reivindicador de Quién es el Público; que promueve la cultura popular mexicana; rescata y difunde las tradiciones nacionales; fomenta la concientización comunitaria; proporciona educación en diferentes niveles y entretenimiento a través de programas con temática variadas; y es un foro abierto para la respuesta y expresiones directas del auditorio.

Es importante que un medio de comunicación como la radio, con el alcance y capacidad de penetración que posee, atienda como lo más importante a los contenidos de sus transmisiones, pero un valor semejante lo tiene las formas en que envuelve esas producciones para que pueda lograrse con

eficiencia el objetivo previsto. Radio Educación ha descubierto y puesto en práctica que un medio atractivo es un medio eficaz.

Radio Educación es redituable personal y colectivamente, ya que es un medio que no solo informa, sino que estimula la formación de opinión.

Con esta emisora además se demuestra que no es necesario comercializar ni vender espacios de transmisión, pues existen otras fuentes de financiamiento útiles que pueden solucionar las necesidades económicas de una emisora.

La estación aprovecha los recursos disponibles para producir trabajos radiofónicos, en el término en el que cada vez menos existe entre el resto de emisoras donde se suple esta labor inherente de la radio con una función de fonógrafo intermitente. En contraste, Radio Educación ocupa del 50 al 60 por ciento de sus 24 horas de transmisión diaria con programas que se basan en un proyecto estudiado y analizado, que cuenta con un trabajo de investigación y creatividad para cada emisión y con varias horas dedicadas a su realización.

Si bien en cierto, Radio Educación no satisface todos los gustos del auditorio potencial, es algo que de ninguna manera, a menos que se transforme y reduzca su nivel de calidad, lograra. Aunque no a toda la gente le agrada Radio Educación por no tener el esquema ya digerido de otras estaciones, no sería benéfico que en un afán por abarcar y



allegarse un público más amplio tratara de responder a todas las peticiones programáticas. No se trata de hacer todo, sino de hacer lo mejor, bien.

Esta emisora es una estación primordialmente en vivo y agregaría cálida, que ante todo no olvida que le escuchan Seres Humanos con sentimientos, dudas, reflexiones, inteligencia y capacidad de análisis. Ofrece entonces no solo una programación integrada de contenidos útiles, inteligentes, controvertidos, sino además propone voces, palabras de locutores que están casi las 24 horas del día para decir algo válido en torno a la programación musical, enriqueciendo el conocimiento básico en torno a ésta. En Radio Educación, la Voz en los programas y a través de los locutores permanentes de cabina recupera su valor e importancia en este medio Auditivo.

Y es precisamente el tratamiento y el estilo particular que la emisora ha creado al abordar y exponer la cultura en sus diferentes manifestaciones, niveles y orígenes, lo que consolida a Radio Educación como una opción loable, atractiva y real en el cuadrante.

Por todo lo anteriormente considerado estimo que Radio Educación hace honor al título de esta tesis, ya que es un espacio radiofónico diferente, plural y alternativa en el cuadrante auditivo de las ondas hertzianas del Distrito Federal, demostrando lo que sí se puede hacer en Radio.

# A N E X O 1

## RESEÑA DE PROGRAMACION

ABRIL 1993

### R A D I O E D U C A C I O N

En seguida se presenta una breve reseña de cada programa transmitido por la emisora en abril de 1993, acompañada por la respectiva información de créditos.

#### Del Campo y la Ciudad

Coordinador general: Froylan Rascón

Productores: Ricardo Montejano, Froylán Rascón,

Alejandro López, Angélica Ferrería y Marco

Antonio Díaz

Locutor: Héctor García Robledo

Este programa nace el 9 de abril de 1989. Su antecedente inmediato es la experiencia de los productores Froylan Rascón y Ricardo Montejano en el programa "Abriendo zurco" que se basaba en el movimiento indígena. Los productores ven la necesidad de vincular esa evidente y en algunos casos desentrañable relación entre los habitantes del campo y la

cuidad y los problemas de uno y otro que en muchas ocasiones son los mismos o tienen una repercusión directa mutua.

El equipo lo integran cinco productores que se encargan de la realización del programa una vez a la semana, aunque todos son parte igual del proyecto.

Es un programa que trata de vincular la vida comunitaria del campo y la ciudad. Promueve la música mexicana y casi todos los días tienen música de este tipo en vivo, grupos de diferentes géneros musicales, todos correspondientes a la cultura tradicional de México.

Al programa acuden individuos, asociaciones, grupos civiles para exponer problemas, promover tradiciones, cursos, festivales culturales, populares, ferias regionales, conferencias, etc.

Apoya la cultura mexicana, las tradicionales y costumbres y el espíritu comunitario de los habitantes del país. Es un canal para la participación de la sociedad citadina y provinciana en la vida social, política y cultural de la nación.

#### Radio si

Producción: Martha Romo

Musicalización: Elia Fuente

Voces: Emilio Evergenyi y Maite Ibarguengoitia.

Martha Romo vuelve a Radio Educación, emisora en la que por muchos años desbordó creatividad dirigida a los niños y jóvenes. ¿Quién no escucho alguna vez "De puntitas"? serie muy importante como producción infantil. Otro ejemplo de su brillante trabajo fue "Estrenando cuerpo" programa dirigido al público de adolescentes o púberes donde encontraban respuestas o identificación en lo que Patricia Kelly les narra a quienes estaban estrenando cuerpo.

Posteriormente Martha Romo se va a dirigir Radio Infantil del IMER, misma que fue lapidada hace algunos años.

Ahora en RADIO SI presenta un programa infantil pero que capta la atención de personas de todas las edades. Cada programa explora un tema central a lo largo de su hora de duración, este puede versar lo mismo sobre juegos y juguetes que sobre problemas sociales, tratados con un lenguaje y tratamiento adecuado al público infantil pensante.

El tema en turno es deshebrado con información, anécdotas, chistes y colaboraciones del público en sus constantes llamadas telefónicas.

Los temas van de tópicos como "las mentiras", qué son y para qué sirven, los niños contaron en esta ocasión sus mejores mentiras; en "el papel" se exploró todo lo que uno puede hacer con y en el papel. También se han abordado otros temas como los reclusorios.

Es un programa que desarrolla la creatividad y

conciencia de los niños. Los locutores jamás utilizan voces dulzonas o un lenguaje de diminutivos. Se mantiene la absoluta normalidad y naturalidad sin perder de vista el grueso del público que lo escucha, es uno de los programas que registra mayor auditorio.

Magia, prestidigitación e ilusionismo

Producción: Departamento de Información Cultural de RE

Jefe del depto. José Luis Durán King.

Conductores: Emilio Evergenyi y Luisa Fernanda González

Equipo de producción: Lourdes Muggenburg, Edgar Cruz,

Miguel García de Fernando, Laura Elena

Padrón

Este programa se trasmite diariamente de 8:45 a 10:00 a.m. Su introducción refleja el contenido de este noticiario cultural: "Literatura, Ciencia, Descubrimiento, Televisión, Salud, Cine, Libros, Danza, Trivia, Comentarios, Tecnología, Video, Poesía. La furia y la denuncia de un siglo que agoniza. Todo el espectáculo de la razón en un teatro que se asemeja a la vida. Magia, prestidigitación ilucionismo en la cultura contemporánea".

su contenido ofrece información cultural, comentarios, reseñas y un equipo de colaboradores lo enriquecen con su opinión en torno a diversos tópicos y géneros musicales. El perímetro es universal, los temas se abordan sin fronteras,

con la única justificación de acercarse a la cultura con su respectivo halo de magia e ilusión, en persecución tal, del equilibrio.

### Dejemos de ser pacientes

Producción: Laura Elena Padrón

Conducción: Ma. Eugenia Pulido

Musicalización: Anabela Solano

Este programa se realiza en coproducción con Salud Integral para la mujer, SIPAM. Básicamente dirigido a mujeres, aunque no descarta a la atención de otro tipo de escuchas por su contenido.

Aborda temas de salud humana. Cada programa gira en torno a un tema. Se realiza en vivo con la participación de especialistas en el tema y se complementa con reportajes.

### Movimiento continuo

Producción: Laura Elena Padrón

Programa de 15 minutos. Es una agenda de actividades culturales, artísticas y de diversión.

Se divide en secciones como Teatro, Cine, Exposiciones y Avisos acerca de convocatorias, cursos, conferencias, etc.

Proporciona la información completa acerca de las

actividades recomendadas, incluyendo datos sobre los participantes en éstas, lugar, horario, fechas. Acompañado cada uno con breves comentarios sobre el género, historia, autores y demás datos oportunos

### Taloneando Palabras

Producción: Guadalupe Sánchez López

Voces: Guillermo Henry y Gabriela Granados.

Musicalización: Eréndira Salazar.

" No utilices el teléfono, la gente jamás está dispuesta a responder, utiliza la poesía"

Este programa de 10 minutos tiene por objeto dar a conocer a los poetas de fin de siglo. Lo más importante es su obra, es la poesía de autores poco conocidos y nacidos después de la década de los 50.

Básicamente se trata de poesía urbana como tema recurrente de estos literatos, abordando la angustia y cotidianidad actual.

A pesar de la brevedad del programa, se trata de una realización extremadamente cuidada en su producción, explota cada recurso radiofónico a su alcance, la música, efectos o silencios deben estar en perfecta armonía.

### La página del fondo

Producción: Edgar Cruz

Voces: Esteban Escárcega y Ma. Eugenia Pulido.

Musicalización: Mario Gracida.

Programa semanal coproducido con el Fondo de Cultura Económica. En media hora el objetivo principal es dar a conocer las últimas publicaciones del Fondo de Cultura Económico. Para ello se realizan reseñas y comentarios de los textos y entrevistas a los autores.

### Voz Pública

Producción: René Galván

Conducción: Francisco Huerta

Francisco Huerta, comunicador con una larga trayectoria en el periodismo y la lucha social recupera en "la noble Radio Educación" como él le llama, el acceso a los micrófonos para continuar la labor de su Periodismo Civil.

Francisco Huerta inicia el programa OPINION PUBLICA en septiembre de 1976 en ABC Radio, serie que deja de transmitirse en agosto de 1982.

VOZ PUBLICA llega en 1984 a la XEQ y posteriormente pasa a la XEX con dos programas, CULPABLE O INOCENTE y VIDA PUBLICA, mismos que después de consolidar un apoyo social son eliminados en diciembre de 1990 no solo de esta emisora, sino



del resto de estaciones comerciales. Nadie acepta, por indecibles motivos y argumentos débiles, que Huerta vuelva al aire.

El 6 de enero de 1991 el grupo Radio Fórmula anuncia que el 9 de enero iniciará el programa de Huerta en Radio Cañón, sin embargo un día antes le notifican que el espacio queda cancelado.

Finalmente, el 2 de marzo de 1992 Radio Educación abre sus puertas a VOZ PÚBLICA. Francisco Huerta cuenta diariamente con una hora en la que prosigue el mismo perfil de sus anteriores trabajos. Comenta los más recientes acontecimientos nacionales principalmente, pero lo más importante es el mensaje y opinión de la gente que por vía telefónica expresa sus puntos de vista.

El público da forma al programa con sus aportaciones en sugerencias y demandas. El lunes asisten al programa representantes de la presidencia para recoger todos los mensajes del auditorio que ese día son expresamente dirigidos al Presidente de la República. Los martes se destina a misivas de la población hacia el jefe del Departamento del Distrito Federal.

Los jueves se dedica gran parte a CULPABLE O INOCENTE, donde se presentan casos de personas involucradas y acusadas en delitos controvertidos. Francisco Huerta los entrevista y presenta la versión directa de los participantes además de

comentar los hechos.

Cuenta con una nutrida participación de organizaciones civiles, comisiones de grupos sociales así como representantes de entidades gubernamentales.

VOZ PUBLICA es un espacio de crítica, denuncia y gestión de los derechos del ciudadano.

### Comentarios Culturales

Producción: Edgar Cruz

Cápsula de cinco minutos que recupera un extracto, o comentario de la programación del resto del día que resume un mensaje de la vida, cultura, realidad y actividades de la más diversa índole y género.

### Bordeando la frontera

Producción: Alejandro García Vicente

Conducción: Marú Emriquez

"El Punto Radiofónico en el que coinciden las fronteras de México"

Coproducción con el Programa Cultural de las Fronteras.

Aborda los aspectos culturales, sociopolíticos y ecológicos de la frontera norte. Ello con base en las expresiones musicales chicanas, donde diferentes géneros

reflejan la identificación con sus raíces y la situación de estos grupos habitantes en las zonas fronterizas.

Reportajes y entrevistas, información, música en vivo o grabada integran el programa que difunde estas expresiones culturales.

Esos fueron los días.

Producción: Enrique Rivas Paniagua.

Locución y Musicalización: Enrique Rivas Paniagua y otros.

Pretende ofrecer al auditorio una perspectiva diferente y amplia de un tema aparentemente muy gastado: la música de las décadas del 60 y 70.

La diferencia estriba en que no es una transmisión musical nostálgica, como afirma el productor, es ante todo el análisis de un mundo que acogió determinado tipo de música y cómo esas canciones respondieron a una realidad social, política, económica y cultural.

Cada programa aborda un tema, toda la música que tuvo relación con el fenómeno expuesto. Lo mismo se ha hablado de California, el estado norteamericano y el significado que este tiene; la publicidad y comercialización, las crisis de familia, de juventud, de pareja, la política y los políticos. Todos esos enmarcados en la década 1964-1974 y cada uno de ellos con la música que tuvo estrecha relación en las historias particulares y los procesos generales. Canciones

que reforzaron, reflejaron, surgieron, negaron y, en fin, fueron parte íntegra de los hechos.

Para ayudar a la comprensión de esa convergencia, las letras de las canciones se traducen, se comentan, se contextualiza.

### Relieves

Producción: Area de noticiarios. Departamento de información general.

Conductor: Tomás Domínguez

"Ayer fue noticia, hoy es tema de reflexión y análisis"

Aborda básicamente temas de política nacional e internacional. El contenido se integra con reportajes en torno al tema tratado, una exposición introductoria sobre el mismo y la participación de conocedores de la propuesta del programa.

El conductor también es una persona que ha preparado y domina el tema para conducirlo lo más ampliamente posible y con exactitud de argumentos. Es un programa en vivo en el cual el público tiene la oportunidad no sólo de recibir información y enriquecerse con las opiniones sino además de enviar sus dudas y opiniones en torno a los hechos que se exploran.

## Medía Noche en Babilonia

Producción: Tito Vasconcelos

Conductor: Tito Vasconcelos

A partir del 6 de abril de 1993 adopta el nombre de **MEDIA NOCHE EN BABILONIA** este espacio de dos horas que nace en septiembre de 1989 con el nombre de TON'S como parte de la barra nocturna de RE.

Es un programa único en el cuadrante. Abiertamente es el espacio homosexual de esta emisora de radio. Aunque su objetivo no se limita a hablar sobre y hacia los homosexuales, es mayoritario el auditorio de este sector.

**MEDIA NOCHE EN BABILONIA** acompaña, informa, hace reflexionar y "conecta" a la gente entre sí.

Tito Vasconcelos presenta lo mismo música de los más variados géneros que textos de poesía, comentarios, entrevistas y charlas con invitados.

Ante el gran caudal de llamadas telefónicas, y la recurrencia a pedir atención, un oído telefónicas, y la recurrencia a pedir atención, un oído, un amigo con quien compartir un espacio de la vida, Tito Vasconcelos crea su sección "La Alcachofa radiofónica", un enlace entre la gente que busca compañía. Es sobresaliente el nivel de creatividad y sensibilidad de quienes recurren a este medio.

El programa que se trasmite de 12 de la noche del lunes a 2:00 de la mañana del martes recibe una enorme cantidad de

llamadas telefónicas del más policromo origen, lo que demuestra que es uno de los programas más escuchados en la estación.

El programa es erótico, abierto, poético, lo mismo aborda temas prácticos, problemas reales como el sida y lo que la gente puede hacer no sólo para prevenirlo, sino para ayudar a otros, como temas de alta cultura, música clásica, corrientes filosóficas y demás.

Ante esto Tito Vasconcelos dice "Se trata de no ser monótonos, podemos llegar a ser sofisticados, que tiene mucho que ver con el asunto gay. Los homosexuales somos gente exquisita y buscamos y tendemos a la exquisitez, sin que por ello desdeñemos la garnacha".

#### Voces en concreto

Producción: Pilar Muñoz.

Locución: Emilio Evergenyi.

Musicalización y guión: Sergio Monsalvo.

Coproducción con Pronósticos Deportivos.

Programa de diez minutos con una selección de textos periodísticos publicados en la prensa nacional con relativa proximidad con temas básicamente urbanos, clasemedios y reflexivos. Se trata de Crónicas, Artículos, Columnas de diferentes periodistas con recurrencia a trabajos de Sergio

Montalvo.

Platícame un libro

Producción: Severo Mirón.

Conducción: Severo Mirón.

Programa de 15 minutos en colaboración con el Instituto Mexicano de la Radio como parte del 12.5% de tiempo oficial.

En este espacio como su nombre lo indica, se reseña un libro. Se proporcionan algunos datos en torno al libro, tema, autor y se leen algunos breves pasajes del mismo.

Entre cruzamientos

Producción: Laura Elena Padrón.

Voces: Rocío Méndez, Hannia Novell y Rubén Trujillo.

Musicalización: Francisco de la Fuente.

Programa de 15 minutos en coproducción con la Universidad Autónoma Metropolitana Azcapotzalco.

En este programa se reúne una serie de comentarios, reportajes y entrevistas en torno al arte popular mexicano formal e informal además de la difusión de eventos culturales de tipo popular. Con principal atención en la obra de los Premios Nacionales.

## Emociones

Producción: Felicitas Vázquez Nava.

Locutor: Esteban Escárcega y Yuridia Contreras.

Musicalización: Vicente Morales.

"Manejo de emociones es el hombre, huellas en papel que vuela".

En sus 15 minutos de duración transmite una selección de correspondencia y textos de personajes históricos. Acompañado de la información biográfica básica, la ubicación temporal y contextual de la vida de quien se habla.

Al pintar el ambiente social, las condiciones políticas en que se desenvolvía el personaje, se emplea la dramatización para dar la voz lo mismo a Goethe que a Manuela Sáenz.

Se trata de ver más allá de la imagen heroica que la historia e interpretaciones de sus obras han forjado y evidenciar los valores y defectos personales, así como sus relaciones con otros seres.

## Tierra adentro

Producción: Lidia Camacho.

Conducción: Talia Marcela, Sergio Bustos.

Musicalización: Vicente Morales.

Programa en torno a la revista "Tierra adentro"



Comentarios literarios sobre textos. Reseñas de las obras de escritores jóvenes mexicanos., Se da lectura y se dramatizan fragmentos de éstos.

Se complementa con entrevistas a autores, reportajes y semblanzas.

Acercamiento a los diferentes géneros literarios publicados en la revista. Proporciona la fuente donde puede encontrarse el texto así como algunos datos geográficos de los autores.

#### Desde acá los chilangos

Conducción: Arturo Ortega.

Conducción: Arturo Ortega y Verónica Munguía.

"Casos y Cosas de la vida Urbana"

En primer término los conductores, temas, contenidos y género musicales se asumen como ciudadanos defensores, en un intento por reivindicar el concepto chilango y en efecto, aceptarse como tal. Defiende, rescata, subraya la identidad de los chilangos.

Es un programa plural, abierto en lo que se refiere a temas y géneros musicales. Liberal en el tratamiento de éstos y creativo. Intenta rescatar y evidenciar esa personalidad de la Ciudad de México a través de las pautas que interesan y permean los gustos básicamente, de los jóvenes. Hay mucho

humor, creatividad, dan preferencia a intérpretes musicales nuevos, sin desdeñar lo comercial que indudablemente es parte inherente de los chilangos.

El fin justifica los medios

Producción: Graciela Ramírez.

Conducción: Jorge Meléndez, Raúl Navarro Benítez,

Miguel Sánchez de Armas.

Musicalización: Vicente Morales.

Este programa es un espacio de análisis, estudio y crítica de los medios en un medio. En EL FIN JUSTIFICA LOS MEDIOS se escrutina la labor de medios de comunicación -televisión, radio, periódicos, revistas, cine- y de situaciones coyunturales relativas o en las que participen aquellos.

El análisis se extiende a casos relevantes en todo el mundo, la libertad de prensa y expresión, las trayectorias de los medios, etc.

El programa se integra con reportajes y comentarios, centrándose en la participación de profesionales de la materia invitados al programa, quienes lo mismo pueden ser periodistas, funcionarios públicos, investigadores, estudiantes o cualquier persona vinculada con los medios de comunicación.

El programa es en vivo dando la posibilidad al auditorio

de cuestionar a los presentes y opinar acerca del tema.

Es también un foro de presentación y difusión de medios impresos alternativos y de actividades en torno a la tarea de comunicación.

Inicia en septiembre de 1989.

### Y no es cuento

Producción: José Abrego.

Locución: Ausencio Cruz y Rebeca Patiño.

Cuenta historias cotidianas, que a cualquiera le pueden ocurrir pero al mismo tiempo con un cierto grado de absurdo o sorpresa. Intenta recuperar y revalorar los episodios diarios, populares, familiares que pasan desapercibidos y a veces no se repara en la magnitud de su importancia por no ser dignos de difusión masiva.

José Abrego, productor de SENSACIONAL DE LITERATURA en Radio Educación el año pasado y escritor de LA CARAVANA en el canal 13 de televisión, hace mancuerna con Ausencio Cruz para lograr un programa de 15 minutos de diversión con ingenio a través de un guión -de Abrego- de alta calidad.

Inicia su transmisión el 20 de abril de 1993.

### Cita sin encuentro

Producción: José González Márquez

Conducción: José González Márquez

Programa que se transmite desde finales de 1989, de 12 de la noche del martes a las 2:00 de la mañana del miércoles.

En éste José González Márquez, una de las mejores voces de la radio, acompaña al trasnochado con su charla, música, comentarios polémicos y temas de reflexión. Lo mismo de los problemas de tráfico que de la vida, la cultura y sobre todo, la música.

### Deme usted razón de

Producción: Guadalupe Cortés.

Conducción: Isaias Hernández.

Coproducción con el Instituto Nacional Indigenista.

Es un programa experimental que persigue explorar y dar a conocer las formas de pensar, necesidades y preferencias de los indígenas que radican en la Ciudad de México.

Invita a que estas personas hablen de su música, del lugar de origen, las características de su vida antes de emigrar a la Ciudad de México y luego cómo se transformó ésta al cambiar de un medio a otro.

Los entrevistados, pues el programa es en su totalidad un testimonio, utilizan sus dialectos, cantan sus canciones y comparten sus impresiones respecto a la vida en la capital

del país. cuáles son sus actividades económicas y problemas, comparados con sus lugares de origen.

Se dice que este programa es parte de un proyecto del INI que intenta lanzar el próximo año una emisora para la población indígena que radica en el Distrito Federal, en la cual se emplearán los dialectos que en mayor medida sobreviven aquí, y para ello la investigación y recopilación de datos que realiza DEME USTED RAZON DE serán el punto de partida para los contenidos básicos de esa futura estación.

#### Cápsula del fondo

Producción: Margarita González

Locución: Rebeca Patiño

Cápsula de cinco minutos diaria en la que se reseña y comenta algún libro o actividad cultural proveniente del Fondo de Cultura Económica.

#### Verde Azulado

Producción: Margarita Ledezma

Locución: José Angel Domínguez y Rocío Méndez

Programa Ecológico. Proporciona información y pautas de reflexión.

Se realiza con la colaboración del Grupo de Estudios Ambientales (GEA).

Cuenta con diferentes secciones en las que se abordan diferentes aspectos de la vida natural, la ecología, sus problemas y actividades.

En "Me rió me rió" a manera de ensayo se habla sobre congresos, conferencias y actividades del movimiento ecologista; "Red al aire" proporciona información de todo el mundo de carácter ecológico, problemas y abusos sobre la naturaleza, etc.; "Racio-simio" parte dedicada a información de animales; y en "co-madreando" se comenta y difunde acciones cotidianas positivas en beneficio de la ecología.

### Al aire y otros espacios

Producción: Marcial Alejandro Romo López.

Conducción: Marcial Alejandro Romo y Emilio Evergenyi

Una hora semanal de comentarios, charlas, entrevistas en torno a la música y actividades culturales, artísticas y teatrales en un formato de absoluta libertad y casual.

### La historia de la neta

Producción: Edgar Cruz.

Conducción: Edgar Cruz.

Programa experimental de investigación social.

Recoge testimonios directos de los jóvenes de la Ciudad de Mexico y area metropolitana. Los micrófonos recorren toda la Ciudad y en zonas de distintos niveles socioeconómicos se prestan a los comentarios de estos jóvenes que se encuentran en las calles de sus colonias o barrios.

Quienes hablan, exponen las características de su vida cotidiana, sus preferencias, en qué se divierten, sus fuentes de ingreso económico y destino de esas ganancias. Los chavos son quienes musicalizan ese programa, ellos proponen qué melodías les agrada escuchar. En la charla con el conductor expresan sus inquietudes frente a los medios de comunicación, qué quieren y necesitan escuchar, qué les desagrada de ellos.

### Con la puerta abierta

Producción: Gabriela Granados.

Conducción: Gabriela Granados y Oscar Chávez Lánz

Musicalización: Eréndira Salazar.

"Fantasías, hechos e historias en espera del nuevo milenio"

Coproducción con el grupo Interdisciplinario de sexología, sale al aire el 7 de abril de 1993. Programa cuyo

tema fundamental es la sexualidad y cada uno de los aspectos y cuestiones que inciden en ella.

Explora la sexualidad humana y las diferentes expresiones, problemas y elementos referentes.

Se abordan y analizan los temas a través de charlas con expertos, reportajes, comentarios del público y dramatizaciones.

El programa tiene una completa libertad y apertura en léxico y temática, pues como lo dice su nombre, se trata de hablar abierta y realistamente de lo que se refiere a la sexualidad.

#### Respuesta

Producción: Joaquín Nacamura

Conducción: Patricia Solís

Coproducción de la Comisión Nacional de Derechos Humanos. El tema de partida son los Derechos Humanos en la República Mexicana. Se tratan los aspectos generales de este principio, acontecimientos sobresalientes, casos específicos.

Asisten al programa expertos y funcionarios de la Comisión Nacional de Derechos Humanos. Es un programa en vivo, donde el público puede participar.



### Divagarte

Producción: Mario Ledezma.

Conducción: María Eugenia Pulido y José Ángel Domínguez.

Musicalización: Vicente Morales.

Coproducción con el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA).

Su objetivo primordial es difundir las actividades culturales del CNCA. Se realizan reportajes, entrevistas, comentarios, reseñas sobre los eventos de la cartelera del CNCA.

Como parte de la colaboración del CNCA, el programa puede obsequiar boletos para diferentes actividades artísticas en diferentes áreas como teatro, música, y demás.

No se trata de una simple cartelera es más que eso por el enriquecimiento del comentario, análisis y anécdotas que lo complementan.

### Para vivir mejor

Producción: Felicitas Vásquez Nava.

Conducción: Gabriela Sosa Martínez y José Ángel Domínguez.

Musicalización: Alejandro del Piiego.

Inicia el 12 de abril en un intento de hacer conciencia y promover las relaciones entre la ecología, el mundo natural y la vida cotidiana, así como explorar las interacciones entre los seres vivos.

Programa en vivo con la participacion de invitados.

De libros, libreros y editores

Producción : Jesús Estrada Ruiz

Conducción: Angélica Pineda y Enrique Velazco Ugalde

El tema son "los libros" de quienes los describen, los leen y los editan".

Explora y se comentan los diferentes aspectos que se refiere a los libros, autores, casas editoras y sus trabajos, eventos como ferias, muestras y reuniones.

Presenta información de libros recién editados, convocatorias para concursos, actividades relacionadas con los libros así como entrevistas con esos personajes que por algún motivo relacionan su vida y trabajo con los libros.

Canción de la Esperanza

Producción: Raúl Jardón

Locución: Raúl Jardón

"El entusiasmo es la más seria amenaza para el orden social"

Coproducción con la Coordinación de Radio, Cine y Televisión de Tlaxcala.

Es la muestra del registro musical ligado al movimiento

popular y de izquierda del mundo.

Presenta con la ubicación histórica, contextual y de participantes, la música que tuvo un papel importante en los diferentes movimientos de lucha por la emancipación social.

Explica y traduce las canciones que acompañaron, se adoptaron y crearon los movimientos sociales en diferentes épocas y lugares.

### Economía cotidiana

Producción: Roberto Martínez

Conducción: Carmen Aristegui

Musicalización: Vicente Morales

Coproducción con el Colegio Nacional de Economistas.

Es el análisis de hechos y temas de carácter económico en diferentes niveles.

Programa en vivo con invitados, que disciernen sobre aspectos de la economía nacional.

### Perfiles de México

Producción: Sebastian Verti

Locución: Sebastian Verti

"Nuestras raíces, nuestros orígenes en sus más sublimes representaciones".

Es un programa donde se difunden las tradiciones,

características, cultura y riquezas de cada estado de la República Mexicana.

El programa es una coproducción con el Instituto Nacional de Bellas Artes. Inicia el 6 de abril de 1993.

Se trata de un recorrido por el mundo de tradiciones e historia que posee cada estado, con sus atractivos y misticismos.

Música, comida típica y personajes complementan los retratos hablados.

### Concierto Sinfónico

Producción: Jesús Elizarrarás

Conducción: Varios

Don Jesús Elizarrarás, hombre de gran trayectoria y experiencia en el medio radiofónico es quien se encarga del espacio dedicado a los conciertos sinfónicos.

En éste se conjugan los conciertos sinfónicos de Bellas Artes con los de la Orquesta Sinfónica Nacional.

Dedicando a cada uno de éstos dos horas y media los viernes y domingos. Se transmiten en vivo los conciertos acompañados de los comentarios informativos y analíticos de los conductores en turno, además de breves charlas con expertos musicales o con los mismos músicos y directores participantes.

### Tercer Turno

Producción: Ricardo Montejano

Conducción: Ricardo Montejano, Teresa Blanco, Alejandro Montalvo.

Coproducción con la Fundación Cultural Pascual. Inicia el 19 de Marzo de 1993.

Programa dedicado a los trabajadores y obreros mexicanos. Su interés es responder a las inquietudes de este sector. En colaboración con la Fundación Cultural Pascual prepara el proyecto y contenido de cada programa. Esta fundación de la cooperativa Pascual es un vínculo entre el programa y otras organizaciones y sindicatos laborales.

Se integra por un noticiario sobre los movimientos obreros del momento, huelgas, negociaciones, demandas, de los trabajadores. Recibe comisiones de diferentes sindicatos que testimonian la situación de sus representados. Con reportajes e información se contextualiza el proceso del movimiento y condiciones actuales de los trabajadores.

Su objetivo es ser un foro para las expresiones de los trabajadores y otros personajes clave en la lucha social.

Un caso sobresaliente, además de seguimiento que se realiza de cada actividad y problemática laboral, fue la presencia y charla de Benita Galeana en este programa el 22 de abril de 1993.

## Los universitarios y la Salud

Producción: Felicitas Vásquez Nava

Conducción: Ma. Eugenia Pulido

Coproducción con la Dirección General de Servicios Médicos de la UNAM

Aborda temas de salud física y mental general. Cuenta con una sección informativa en torno a cuestiones de salud, llamada "Notisalud", este incluye notas sobre plaguicidas, presentaciones de libros, conferencias, etc.

Se discute un tema central con la participación de un experto y reportajes.

## Otra Noche

Producción: Arturo Ortega

Conducción: Arturo Ortega y otros.

Este programa está dedicado a los ...."noctámbulos , navegantes de la noche, vampiros, hombres lobo, ovejas descarriadas, aves migratorias, mariachis, taxistas, veladores, taqueros, almas en pena. Para aquellos que se resisten a ver morir la noche".

Como se dice, este programa responde a una ciudad que no duerme, a una ciudad que mantiene un ritmo diferente pero lleno de actividad por la noche.

Inicia transmisiones el 23 de abril de 1993.

Este programa rota sus transmisiones entre la cabina de

Radio Educación y un lugar exterior.

La tónica es presentar una noche de diversión, de baile, es divertir y mantener en un ambiente festivo a quien se desvele cada jueves de las 12 de la noche a las 2:00 de la mañana del viernes.

Los programas en exteriores se desarrollan en "antros" centros nocturnos, salones de baile, cabaretes. Presenta música en vivo, invitados y colaboradores en un formato jovial y festivo por completo.

### Circo, Maroma y Libros

Producción: Jesús Estrada

Conducción: Angélica Pineda y Mauro Zavala

Musicalización: Vicente Morales

"Recorrido por el maravilloso mundo de la lectura"

Coproducción con la Dirección de Publicaciones del CNCA. Programa de fomento a la lectura principalmente dirigido al público infantil.

Se aborda un tema, se da información sobre presentaciones de libros, ferias. Con una dramatización se cuentan cuentos, se dan moralejas, se narran historias acerca de los libros.

El programa regala libros y hace concursos con preguntas.

10 de los 20

Producción: Laura Elena Padrón

Conducción: Martha Aura y Alejandro Aura

Musicalización: Vicente Morales

Coproducción con el Instituto Nacional de Antropología e Historia.

Por medio de la dramatización se explora y evidencia la vida de 10 mujeres muy importantes en la década de los 20.

Un reportero viaja al lugar y tiempo en que se desarrolla la vida de estas mujeres y en 15 minutos dialoga con ellas y proporciona datos biográficos de su obra y aportaciones al mundo literario, político o de alguna de las Bellas Artes.

Quien Canta.

Producción: Cruz Mejía

Conducción: Cruz Mejía

Música mexicana en vivo. Música regional de diferentes géneros. Charla con los intérpretes y el entorno de éstos y de su creación musical, en qué medida corresponden al ámbito en el que se desenvuelven.

En marzo de 1993 cumplió 6 años al aire.



### De loco un poco

Producción: Lourdes Muggenburg.

Conducción: Lourdes Muggenburg y Edgar Cruz.

Programa infantil. Cartelera de espectáculos y actividades para niños. Se comentan las actividades propuestas.

Cuentos para niños y entrevistas. Recibe muchas llamadas de niños que comparte adivinanzas, chistes y acertijos.

### Cachivaches

Producción: Edmundo Zepeda.

Conducción: Edmundo Zepeda y otros.

Musicalización: Vicente Morales.

Dramatización que hace gala del aprovechamiento de todos los recursos radiofónico. Cada programa es una gran producción por la magnitud de participantes, efectos, ambientes, musicalización

Tiene una forma clásica con el fondo popular. Historias originales o adaptadas que a través de humorismo, crítica, ironía, literatura y anécdotas intentan dejar una moraleja o puntos de reflexión.

### Canción tras la frontera

Producción: Marco Pallet.

Coproducción con el Programa Cultural de las Fronteras. Transmite diferentes géneros musicales de las expresiones artísticas más allá de la frontera norte que guardan relación y vínculos de origen con México.

En cada Programa se aborda un tema, un género musical, o un grupo y se da información y comentarios en torno a la identidad de éstos.

### El cafetero solitario

Producción: Rotger Rosas.

Locución: Rotger Rosas.

Musicalización: Vicente Morales.

Interesante programa de análisis político-histórico. Rotger Rosas platica, chismorreo sobre acontecimientos históricos de la política nacional intrincados, polémicos o poco conocidos. Para reforzar su confidencialidad señala en ocasiones "pero no se lo cuenten a nadie"

Hace una parodia de pleitesía a los políticos. El programa muy frecuentemente habla de Plutarco Elias Calles, a quien hace referencia como "¡el jefe Plutarco Elias!". suena un toque de trompeta y la orden de "¡firmes!" cada vez que su nombre es repetido.

Lanza preguntas sobre la historia de México. A cambio de

la respuesta correcta obsequia unpaquete de café de grano, mismo que tiene gran demanda y adeptos. El programa cumple en julio 4 años de existencia.

### Manos que hablan

Producción: Ricardo Montejano, Sergio Canales, Alejandro López.

Conducción: Ricardo Montejano y otros.

Programa especial mensual realizado como parte del proyecto MANOS QUE HABLAN, LAS DEL ARTESANO. Este nace en octubre de 1990.

Junto con la muestra y venta de artesanías, se realiza un festival musical y cultural que se transmite en vivo. Complementan el programa los testimonios directos de los indígenas y artesanos sobre sus lugares de origen y artesanos sobre sus lugares de origen y trabajos artesanales.

Programa de actividades para 1993 del programa

MANOS QUE HABLAN:

Abril	El juguete popular	Varios grupos
Mayo	Cerámica	Varios grupos
Agosto	Artesanías de Guerrero	Nahuas
Septiembre	Artesanías generales	Varios grupos
Octubre	Artesanías de Oaxaca	Oaxaqueños
Octubre	Día de Muertos	Varios grupos
Noviembre	Artesanías de Tabasco y San Luis Potosí.	Chontales y Pames
Diciembre	Navidad	Varios Grupos

El derecho a la ciudad

Producción: Froylan Rascón.

Conducción: Froylan Rascón.

El objetivo de este programa es proporcionar un espacio al público ciudadano para involucrarse en la problemática del Distrito Federal. Se habla de hechos, procesos, problemas en la Ciudad de México y la defensa de la ciudadanía a ese derecho que tiene sobre el lugar que habita, donde trabaja, paga impuestos y se desarrolla.

El programa es visitado por comisiones de organizaciones

civiles e individuos que presentan sus opiniones, demandas, además promueve actividades comunitarias y culturales en busca del rescate de una identidad nacional.

### El Chauistle

Producción: Eugenio Sánchez Aldana.

Conducción: Eugenio Sánchez Aldana.

Promueve la música mexicana, indígena, regional, mestiza. Con música en vivo, entrevista a los grupos o intérpretes y se le da apoyo a éstos.

### Son Sabrosón

Producción: Armando Cárdenas del Río.

Conducción: Eugenio Sánchez Aldana

Gabriela Sosa Martínez.

Programa sabatino que inicia el 17 de abril de 1993. Intenta promover las reuniones populares, delegacionales en torno a bailes al aire libre.

En colaboración con Delegaciones del Distrito Federal organiza bailes populares con música tropical y afroantillana.

### De Museo

Producción: Laura Elena Padrón.

Voces: Fernando Manzano, Maru García y Manuel Villalpando.

Musicalización: Vicente Morales.

Coproducción con el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

El tema central son los museos. En el programa se promueve la visita a museos, se dan a conocer exposiciones y actividades en museos, se enriquece esto con dramatizaciones e información colateral.

Recibe opiniones de la gente acerca de sus experiencias o impresiones en las visitas a museos.

### Niños como yo

Producción: Lourdes Muggenburg.

Conducción: Fernando Martínez y Humberto Espinoza.

Musicalización: Mario Gracida.

Coproducción con el Consejo Nacional de Ciencias y Tecnología (Conacyt).

El objetivo del programa era, pues dejó de transmitirse el 18 de abril de 1993, dar un espacio para conocer a niños con problemas físicos o enfermedades. Con el fin de reivindicar, dar información, llevar a la concientización del problema y necesidades de estos niños con los mismos derechos y vida similar a la de cualquier otro. Para eliminar el trato lastimero hacia ellos y por el contrario aceptar abiertamente

sus condiciones.

Los conductores eran un niño, Fernando, y su abuelo, quienes charlan sobre los diferentes aspectos de un tema, entrevistan a un experto en el problema tratado, y cuestionan sobre el mismo.

El hecho de que un niño participe en la conducción hacía del programa una serie realista y con verdaderas posibilidades de acercarse al público infantil por la identificación en primer término, con el conductor y en segundo con los propios niños entrevistados desde hospitales, y centros de salud, quienes compartían sus gustos, anécdotas, y formas de vida.

A través de un formato ligero, en un clima de confianza con desenfado y naturalidad el nieto y abuelo proporcionan además información sobre la enfermedad o deficiencia física, las vías de solución, lugares de atención y en caso, medidas de prevención.

### Ventana 1060

Producción: Área de noticiarios

Conducción: Patricia Rodríguez Calva y Tomas Domínguez.

Revista radiofónica semanal en vivo. En ella se realiza un análisis profundo de los acontecimientos de días recientes. Con duración de una hora, cada domingo el área de noticias recopila y jerarquiza información que por su

trascendencia e importancia merece una revisión no sólo informativa sino también crítica y por tanto opinativa.

Revisa los hechos nacionales e internacionales más importantes de la semana. Se contextualizan y presentan las diversas versiones en torno a ellos para formar un juicio al respecto.

Cuenta con colaboradores que expresan su opinión, incluyendo a un comentarista de deportes.

En algunos momentos ese análisis y enjuiciamiento los lleva a ser rígidos en los criterios y hasta adoptar un tono de "descubridores de la verdad única".

#### No hagan ruido

Producción: Edmundo Zepeda.

Conducción: Edmundo Zepeda.

Programa con grabaciones en vivo en exteriores, desde diferentes lugares del país. Transmite desde hace 4 años.

Difunde la música mexicana en diferentes estilos. Representativa de distintas regiones. Acude con frecuencia a los encuentros de música e instrumentos musicales que se realizan en la República.

Promueve además la identidad y tradiciones nacionales.



### Los sonidos del desván

Producción: Programadores musicales.

"Un paseo por los anaqueles de nuestra fonoteca"

Programación con selección musical de la fonoteca de Radio Educación. Combinando géneros, idiomas, estilos y épocas.

Cada programa gira en torno a un tema y a lo largo de una hora se alternan comentarios con melodías, predominando éstas últimas.

### Arriba el norte

Producción: Mauro Zavala.

Conductor: Humberto Alvarez.

Música nortea de diferentes estilos. En muchas ocasiones en vivo.

Dirigido a un público específico de orígenes provincianos. Su lema es "Un saludoso cariño" y es muy solicitado por llamadas telefónicas que piden canciones y mandan saludos. En este sentido semejan un formato de radio comercial.

Por otra parte, respondiendo al tipo y nivel de público que lo escucha, que en gran medida es de otros estados de la República, la mayor comunicación es por correspondencia. El

conductor repite anticipadamente que va a dar la dirección de la emisora y cuando la dice, lo hace con extrema lentitud y la itera en varias ocasiones. Pensando tal vez en que una parte importante de quien gusta de este programa es gente casi analfabeta pero que tiene interés de comunicar algo a este medio.

Tiene cuatro años al aire.

### Siempre Zarzuela

Producción: Jesús Elizarrarás.

Conducción: Jesús Elizarrarás y Rosita Montes.

Jesús Elizarrarás es toda una leyenda y pionero en la Radio, conocedor experto de los diversos géneros musicales. Presenta en este programa el mundo de la zarzuela, opereta y mundo lírico de nuestro país, con entrevistas, anécdotas, reseñas, información y por supuesto música.

Es una de las novedades del mes de abril que incursiona en este género poco difundido pero con muchos adeptos, como lo ha demostrado la gran cantidad de llamadas que desde su aparición recibe.

### Espacio de RTC

Producción: Dirección General de Radio, Televisión y  
Cinematografía.

RE destina media hora diariamente para la transmisión de los programas producidos por RTC como parte del aprovechamiento del 12.5% de tiempo oficial. La transmisión de estos programas, mismos que versan en torno a reseñas bibliográficas, narraciones, cartelera cultural y comentarios en torno a las actividades artísticas difundidas por la CNCA, es de las 3:30 a 4:00 de la mañana.

Sin embargo es de notar que la emisora no recibe con la debida constancia el material que deberá emitirse en este espacio mismo que debe ser proporcionado directamente por RTC.

### Matices del Vitral

Producción: Lourdes Muggenburg.

Conducción: Angélica Aragón y Mario Leyva.

En este mes se empieza a grabar este programa en coproducción con el CNCA Proyecto que rescata la labor, trayectoria y anécdotas de personalidades y artistas de este siglo ya muertos.

A través de la dramatización y narración hace la semblanza de personajes que incursionaron en diferentes disciplinas del Arte en México, mostrando las facetas humanas

de éstos, poco conocidas y que resaltan su aportación y trascendencia.

ANEXO 2

DATOS TECNICOS RADIO EDUCACION

Nombre genérico: RADIO EDUCACION

Número de estaciones: 2 ( A.M. y Onda Corta )

Situación Jurídica: Organo desconcentrado de la SEP

Categoría: Permisiónaria.

Domicilio: Edificio administrativo y cabinas:

Angel Urraza 622 Colonia Del Valle.

Del. Benito Juárez c.p. 03100

Planta transmisora:

Av. Fuerte de Loreto 425

Unidad ejército de Oriente

Del. Iztapalapa. Km 12 carretera México-Puebla

Distintivo: XEEP A.M.

Frecuencia: 1060 Khrtz

Potencia: 50,000 watts

Antena: Omnidireccional  $\pi/2$

Transmite: 24 horas del día los 365 días del año.

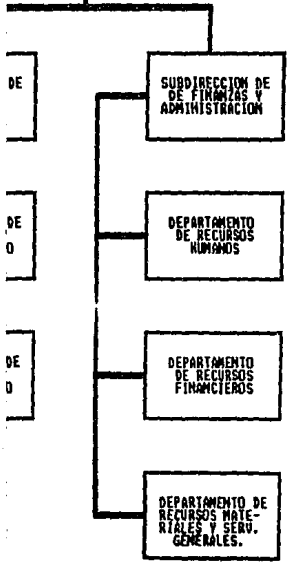
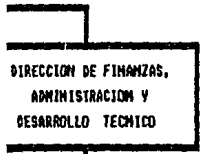
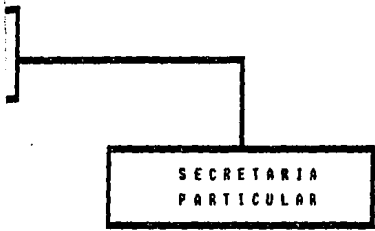
Distintivo: XEPPM- Onda Corta

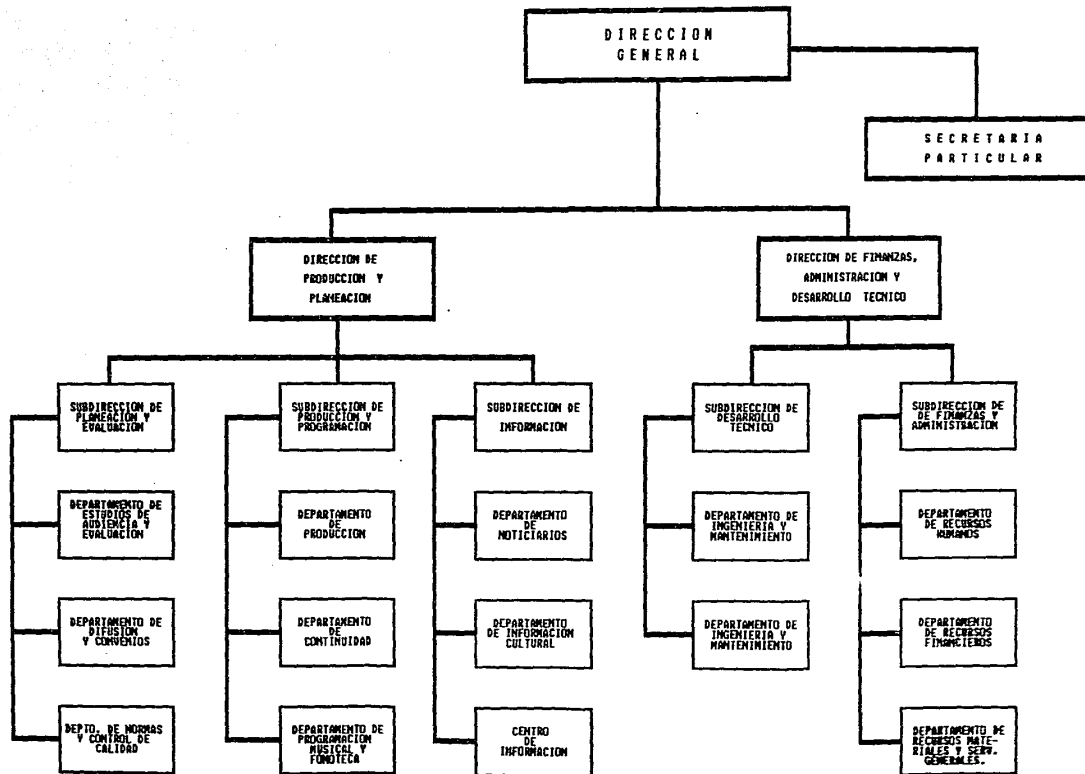
Frecuencia: 6185 khz.

Potencia: 5,000 watts

Banda: 49 metros en la Banda libre internacional

Antena: Dipolo Horizontal de  $\pi/2$





## A N E X O 4

### LOCUTORES Y PROGRAMADORES DE RADIO EDUCACION

ABRIL 1993

#### LOCUTORES:

##### Lunes a Viernes

08:00 a 11:00	Emilio Evergenyi
11:00 a 14:30	Ma. Eugenia Pulido
14:30 a 18:00	José González Márquez
19:00 a 23:00	Gabriel Sosa
01:00 a 05:00	Jorge García.

##### Sábado y Domingo

08:00 a 12:00	Eugenio Sánchez.
12:00 a 16:00	José Angel Domínguez.
16:00 a 20:00	Andrea Fernández.
20:00 a 24:00	Hilda Saray.

#### PROGRAMAS MUSICALES

Olga Durón  
Rodrigo de Oyarzaval.  
Rafael Méndez  
Anabela Solano.  
Mario Mota  
Sergio Muñoz.  
Lourdes Ailuardo  
Elsa López.



## ANEXO 5

FRAGMENTO DEL DISCURSO DEL DR. BERNARDO GASTELUM,  
SECRETARIO DE EDUCACION PUBLICA , EN LA  
INAUGURACION DE RADIO EDUCACION  
30 DE NOVIEMBRE DE 1924

"Maestros, obreros y estudiantes, la Secretaria de Educación termina su labor durante el período presidencial del señor General don Alvaro Obregón, inaugurado esta nueva fuente de difusión del pensamiento, que llevará como un reguero luminoso, a todos los rincones del país, la palabra elocuente de nuestro más distinguidos intelectuales y las armonías que irán a sorprender en el aula, en la cátedra o en el taller, evocando en el espíritu el recuerdo de antiguas y románticas visiones, las emociones más nobles, que han de inculcar la belleza en el alma y la claridad en la mente.

"Difundiremos la verdad libre de toda vinculación egoísta, aprendiendo a conocernos a nosotros mismos, triunfando de nuestras propias ilusiones y teniendo la conciencia de que el mundo se compone con obras y no con palabras, llevaremos a cada hogar la acción con la que edificaremos, defendiendo los valores de la antigua cultura, una nueva vida".

"Maestros, recibid el saludo que por mi conducto os

envía el señor Presidente de la República y que él sea como una ráfaga de idealidad que culmina el camino próximo a ser recorrido nuevamente por vosotros. Con ese saludo recibid el mío, lo mismo que mi despedida y recordad que compartiré vuestros entusiasmos y esfuerzos, que el porvenir será vuestro; siempre que tengais presente que el trabajo alcanza todo si es hecho con sosiego y perseverancia"

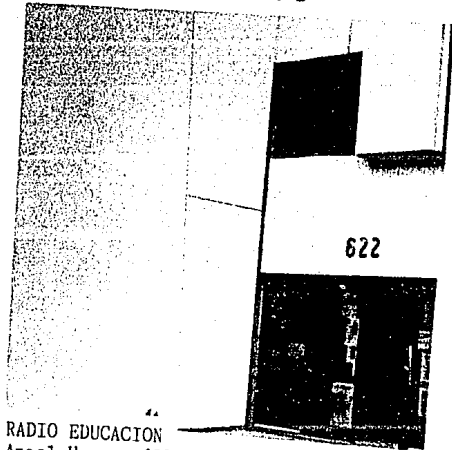
"La estación difusora servirá para despertar a la belleza y el conocimiento, las conciencias de los humildes hombres del pueblo. La educación no será exclusivo patrimonio de los ricos. La labor selectiva será intensa como nunca. Y habrase logrado lo que se perdió durante las revoluciones de la Reforma, y que solo tenía precedente en el coloniaje: intenso esfuerzo educativo".

## ANEXO 6

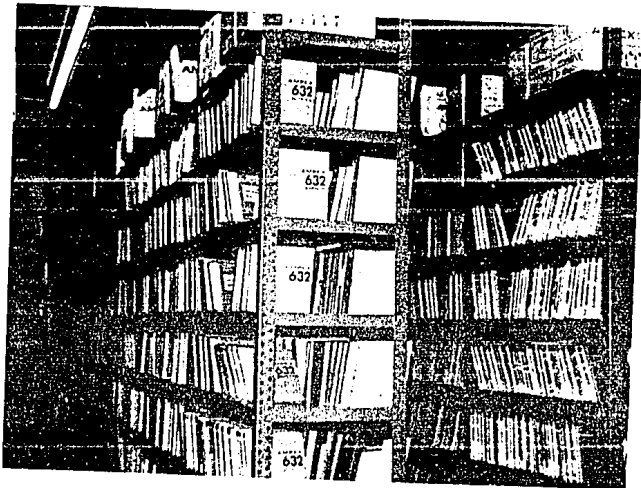
### DIRECTORES

Profa. Rosa Ma. Ross	1924-1929
Agustín Yañez	1933-1936
Gral. Antolin Pifia Soria	1936-1939
Alvaro Gálvez y Fuentes	1968-1970
Ma. del Carmen Millán	1970-1977
(Jefe de departamento de producción Enrique Atonal)	
Gerardo Estrada Rodríguez	1977-1978
Miguel Angel Granados Chapa	1978-1979
Antonio Alvarez Lima	1980-1982
Juan Manuel Terán	1982
Héctor Manuel Ezeta	1983
Héctor Murillo Cruz	1983-1988
Alejandro Montaña Martínez	1988-1991
Luis Ernesto Pi Orozco	Mayo 21 1991-

I M A G E N E S

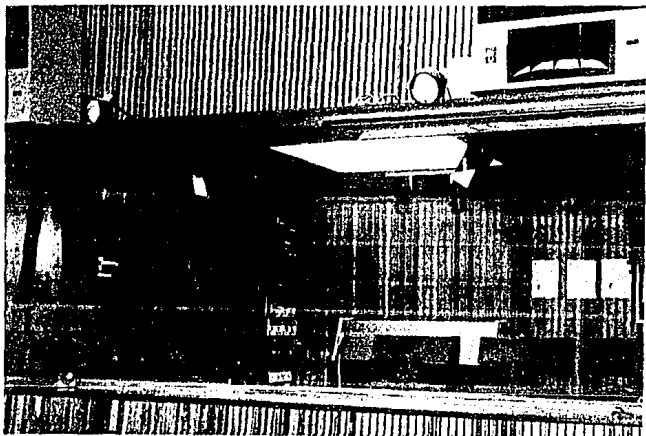


RADIO EDUCACION  
Angel Urraza 622  
Col. Del Valle



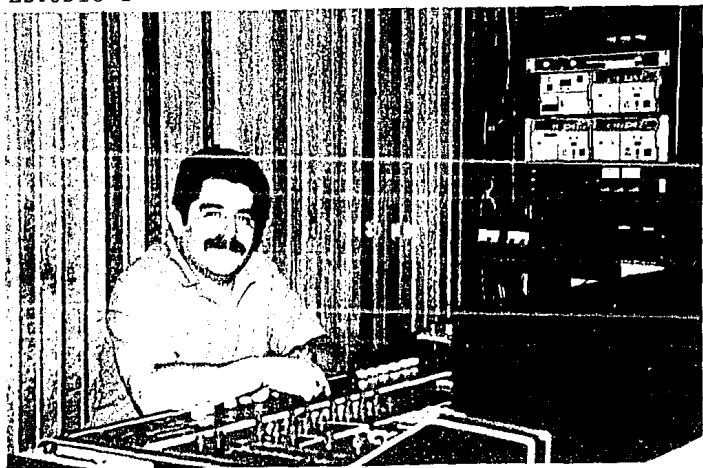


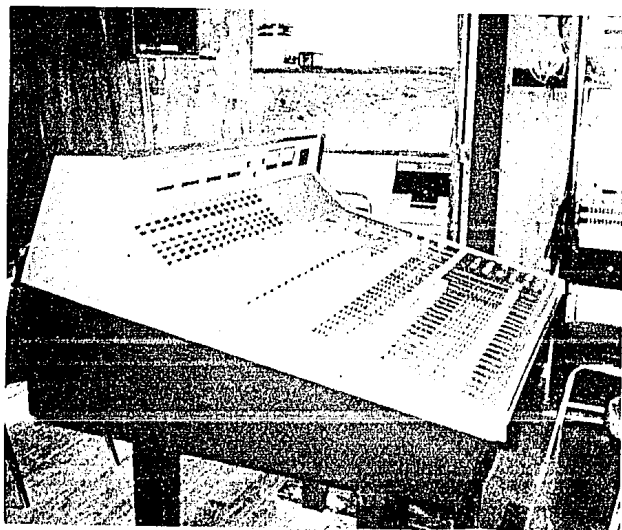
Cabina de Estudio JOSE VASCONCELOS



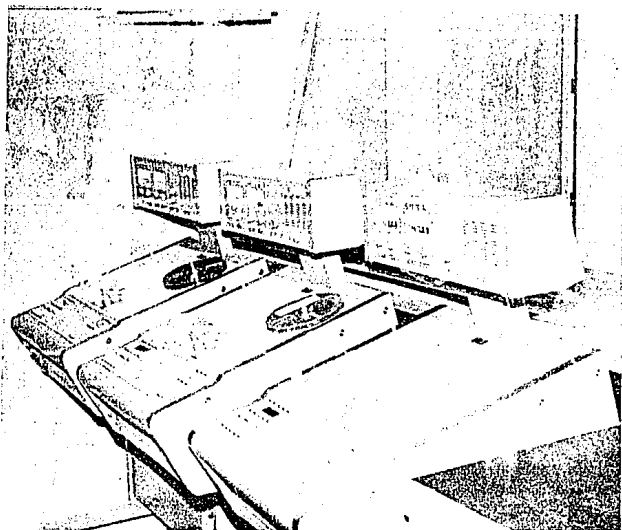
ESTUDIO A

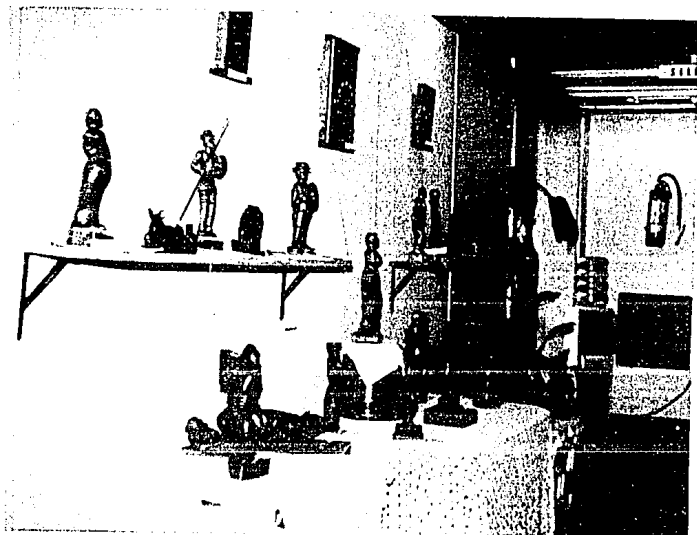
ESTUDIO B





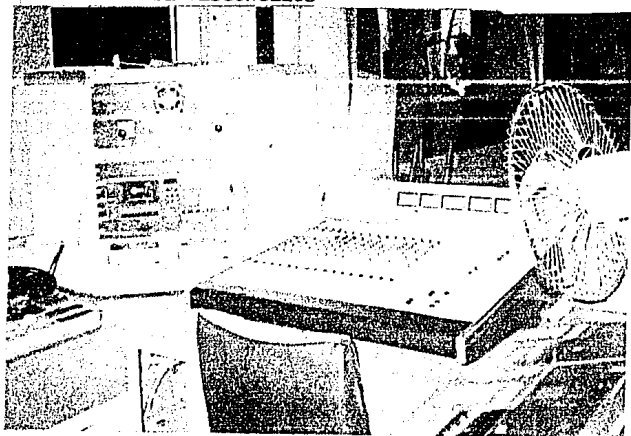
CABINA ESTUDIO A





EXPOSICION

NUEVO EQUIPO  
ESTUDIO JOSE VESCONCELOS





## BIBLIOGRAFIA

- Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e Ideología, México, Ed. El Caballito, 1982.
- Alvear Acevedo, Carlos, La educación y la ley, México Ed. Jus.
- Arnheim, Rudolf, Estética radiofónica, España, Don Bosco, 1978.
- Baena Paz, Guillermina, Instrumentos de investigación, 13ª edición, México, Editores Unidos Mexicanos, 1986.
- Bohmann, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, Primera edición en español, México, Alianza Editorial Mexicana Ed. Patria, 1989.
- Castañeda Yañez, Margarita, Los medios de comunicación y la Tecnología educativa, México, Ed. Trillas, 1978.
- Cazevenue, Jean, Sociología de la radio y la televisión, Buenos aires, Paidós 1967.
- Claude, Colin, Radio Poder, México, Folios, 1983.  
Comunicación Social Foro de Consulta Popular, Vol. I Núm. 4. Información, Cultura y Recreación. México 1983.
- Cremoux, Raúl, La legislación mexicana en radio y televisión, México, UAM-X, 1982.
- Eschenbach, Joseff, La Radiodifusión para la innovación, Ecuador, Epoca, 1978.
- Fernández Chistlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, México, Ed. Juan Pablos, 1982.

Fernández-Shaw, Félix. Organización internacional de las telecomunicaciones y de la radiodifusión. Madrid, Ed. Tecnos, 1978.

Fernández Varela, Jorge, et. al. México, 75 años de revolución, Tomo IV, Vol. 2 Educación, cultura y comunicación, México, Fondo de Cultura Económica, 1988.

Ferrer Rodríguez, Eulalio, Comunicación y comunicología, México, Ed. Eufesa, 1982.

Flores Farfán, Gabriela, Apoyo a la educación y a la cultura a través de los medios de comunicación masiva, un modelo estatal, México, UNAM, Tesis profesional, 1981.

Fuentes, Gloria, Historia de las comunicaciones y los transportes, México, SCT, 1987.

García Camargo, Jimmy, La radio por dentro y por fuera, CIESPAL, 1980.

Granados Chapa, Miguel Angel, Comunicación política, México, Ed. Océano Fundación manuel Buendía, 1986.

Granados Chapa, Miguel Angel, Examen de la comunicación en México, México, Ed. Caballito, 1982.

Llano, Serafina y Morales, Oscar La radiodifusión en México, México, Com. Tecnológica e Investigación, S.C., 1984.

Mattelart, Armand, Los medios de comunicación en tiempos de crisis, México, siglo XXI, 1981.

Mejía Barquera, Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano, México, UNAM, Tesis profesional, 1981.

Mejía Barquera Fernando, La historia de la radio en México, México, IMER, 1986.

Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, México, Editores Asociados, 1972.

Muñoz García, Ma. de los Angeles, Radio Educación: una difusora cultural del Estado Mexicano, México, UNAM, Tesis profesional, 1980.

Navarrete Hernández, Georgina, Los medios de difusión y el poder en épocas de crisis en México, México, UNAM, tesis profesional, 1987.

Rebeil Corella, Ma. Antonieta, et. al, Perfiles del cuadrante, México, Ed. Trillas, 1989.

Romo Gil, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, México, Ed. Diana, 1989.

Romo Gil, Ma. Cristina, La otra radio, México, 1989.

Radio, televisión y cultura en América Latina, Costa Rica, Ed. Heredia, 1976.

UNAM, Los medios de comunicación de masas, México, FCPyS, 1969.

UNAM, Reunión internacional de radiodifusoras universitarias, culturales y educativas, México, Estudios sobre la universidad, 1981.

## HEMEROGRAFIA

Audiotinta, Radio Educación, México, números: 1, noviembre 1992; 2, febrero 1993; 3, marzo 1993., año I.

Diario Oficial de la Federación, México, 23 de noviembre de 1978 y otros.

Directorio de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. México, 1992.

Periódicos: El Nacional, México, varias fechas 1989, 1991, 1992, 1993.

El Universal, México, septiembre y noviembre de 1924.

Excelsior, México varias fechas 1924, 1989, 1993.

La Jornada, México varias fechas 1991, 1992.

Uno mas Uno, México varias fechas 1992 y 1993.

Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM-FCPyS, México, número 69 de Julio-Septiembre 1972 y número 144 año XXXVI de abril-junio 1991.

Revista Radio Tips, Tips Radiofónicos, S.A. de C.V., México, No. 3, año I enero 1991; No. 16, año II febrero 1992; No. 18, año II abril 1992; No. 19 año II mayo 1992.

Revista de Revistas, Excelsior, México, número 760, año XV, 30 de noviembre de 1924.

## DOCUMENTOS

CIRT, Anuario, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, México 1991 y 1992.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, México, Ed. Porrúa, 1992.

Estatutos del Consejo Radiocomunitario, A.C., México, 1993.

Plan Nacional de Desarrollo 1989-1994, Presidencia de la República, México, 1989.

Programa Nacional de Cultura 1990-1994. Dir. Gral. de Publicaciones del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1990.

Informe de la primera sesión del Consejo Consultivo de Radio Educación, subdirección de Planeación y Evaluación RE, Febrero 1992.

Manual de Organización. Radio Educación, Agosto 1991.

SCT, Memoria 1970-76. Subsecretaría de Radiodifusión, México, 1976.

SCT, Ordenamientos legales y técnicos en materia de radiodifusión. Dir. Gral. de normatividad y control de comunicación, Vols. I, II, III, México 1988.

Segunda encuesta sobre hábitos de radioescuchas en el Valle de México. Gabinete de Estudios de Opinión, S.C.,. México, 1992.