



**UNIVERSIDAD NACIONAL
AUTONOMA DE MEXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS
Y SOCIALES
CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**“LA FUNCION SOCIAL DE RADIO RED
DURANTE LOS SISMOS DE 1985”**

T E S I S

**PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION**

P R E S E N T A:

Claudia Elena Hernández Ojesto-Martínez



**DIRECTOR DE TESIS:
PROF. GUSTAVO GARCIA G.**

MEXICO, D. F.

2000

283632



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCION.....	1
CAPITULO I.....	5
(Radio y sociedad en México)	
¿Qué es la radio?.....	7
Hacia una industria radiofónica.....	14
La radio llega a México.....	19
Consolidación de la radio	21
La función social de la radio.....	29
CAPITULO II.....	43
(Una estación de servicio: <i>Radio Red</i>)	
Clemente Serna Martínez funda Radio Programas de México.....	46
De las radionovelas a la radio hablada:Nace Radio Red.....	51
<i>Monitor</i> , el primer noticiario de larga duración.....	57
CAPITULO III.....	69
(La función social de <i>Radio Red</i> durante los sismos de 1985)	
Los medios de comunicación y el sismo.....	74
“si acontece algo extraordinario, el público recurre al aparato de radio”.....	79
Llega el desastre: 19 de septiembre de 1985.....	80
“Calma...ya está pasando, no se preocupe, ya está pasando”.....	89
La labor de otras radiodifusoras.....	95
Reconocimiento a la radiodifusión mexicana.....	98
CONCLUSION.....	101
BIBLIOGRAFIA.....	105
ENTREVISTAS.....	107

I N T R O D U C C I O N

Desde sus inicios, la radio en México logró un gran arraigo masivo; en unos cuantos años el aparato de radio llegó a ser parte indispensable de toda casa tanto en la Capital como en los Estados, pero desafortunadamente la frescura y originalidad que dieron auge a la industria radiofónica en sus primeros décadas fueron perdiéndose hasta convertirse en un simple y fácil negocio de sinfonola

Sin embargo y a pesar de este bache que la radio vivió a partir de los años 70, si podemos hablar de un resurgimiento en los últimos años; algunos radiodifusores sostienen que este resurgimiento se debió a la labor en general y en conjunto que realizó la industria durante y los días posteriores a los sismos de septiembre, en 1985.

Este trabajo se refiere en parte a la labor desempeñada por la industria radiofónica durante (y los días siguientes a) los sismos del 19 y 20 de septiembre de 1985, ocurridos en el Distrito Federal.

En esos momentos de incertidumbre y descontrol general, los radiodifusores se dieron a la tarea de informar, orientar y servir de enlace entre las familias, haciendo a un lado sus propias programaciones y las pérdidas económicas que Ésto implicaba; la comercialización fue sustituida por la información y el micrófono se conservó abierto al público a lo largo de varios días.

La radio fue el único medio de comunicación que mantuvo informado, enlazado y orientado al país. La radio estuvo prendida (en algunos casos a través de baterías) en las casas, centros de trabajo y oficinas pero también informó a los propios conductores. La radio rebasó a otros medios de comunicación: la prensa para las primeras horas del 19 de septiembre, ya tenía sus ediciones matutinas en los puestos de periódicos, por su parte la televisión estatal comenzaría sus transmisiones después de las 8.00 de la mañana y, por su parte, la televisión privada, perdió su señal debido a los daños en sus instalaciones y una de sus antenas de transmisión. El sistema telefónico dejó de funcionar en un 90% y en las primeras horas después de los sismos la mayoría de las colonias carecieron de energía eléctrica.

Durante el 19, 20 y 21 de septiembre de 1985, la mayoría de las estaciones capitalinas dedicaron su programación a enlazar y comunicar a las personas entre sí. Hemos sido testigos de cómo la radio es un medio eficaz para enlazar e informar oportunamente a la población cuando ocurre un desastre natural...por ejemplo, si un temblor ocurre a las 2.00 de la tarde, ya no lo registran los diarios vespertinos. Si el temblor ocurre en la madrugada como el del 7 de agosto del año 2000, no se registra en los diarios matutinos y por su parte las televisoras tienen sus programaciones grabadas (durante la madrugada), así la gente se informa a través del radio, sin importar la hora del sismo. En esta tesis se maneja de manera específica el caso de Radio Red, estación de amplitud modulada que gracias a su tecnología y experiencia informativa prestó un servicio social sin precedentes en los momentos de mayor angustia. Radio Red fue la primera estación que registró los sismos e informó de inmediato los primeros accidentes sufridos, que ocurrieron dentro del horario del noticiario Monitor. Durante tres días consecutivos todo el personal que laboraba en Radio Red se dedicó a orientar e informar a los radioescuchas; se dieron a conocer las medidas de seguridad e higiene así como la prevención y consideraciones a tomar en caso de otro sismo. También se orientó al público que no había sufrido daños a qué lugares acudir y cómo prestar ayuda.

Radio red también sirvió de enlace entre miles de familias no sólo del Distrito Federal, sino de la capital a los estados y viceversa.

Esta tesis tiene como objetivo demostrar cómo la industria radiofónica puede desarrollar una función social en ocasiones planeada y en otras circunstancial y de hecho lo hizo en los sismos de 1985.

Esta función social se ha desarrollado, desde entonces, a tal punto que ahora es una característica propia de varias estaciones o grupos radiofónicos en los últimos años. En cuanto a la función social circunstancial, que la radio puede llegar a implementar en situaciones críticas y de emergencia, este trabajo la plantea un momento de emergencia, como lo fueron los sismos de 1985, ocurridos en la ciudad de México; enfocándose principalmente a la labor desempeñada por Radio Red, labor informativa, de orientación y servicio.

Una vez hecho el planteamiento sobre la función social que cumplió la radio desde sus inicios y estudiar la labor desempeñada por esta industria en la coyuntura de 1985, se pretende demostrar cómo el desastre del 85 cambió los antiguos modelos de comunicación radiofónica y el servicio social que el medio venía prestando a su auditorio.

Esta tesis no es una historia de la radio en México, sólo trata parte de ella para centrarnos en la historia particular de Radio Programas de México (RPM) así como parte de la biografía de su fundador Clemente Serna Martínez. Se trata la historia de Radio Programas de México (RPM) para conocer de cerca la filosofía de este grupo y entender más claramente los cambios que se dan en ella a partir de 1973, con el nacimiento de Radio Red AM, su estación piloto en el formato de radio hablada y la historia del sistema informativo desarrollado por el noticiario Monitor, pieza clave en la demostración de la hipótesis.

En este trabajo se ocupó poca teoría, ya que son escasos los escritos que abordan la función social de la radio durante casos de emergencia nacional y menos aún el caso específico de los sismos en 1985. Es una tesis que se basa fundamentalmente en entrevistas hechas con productores, locutores, ingenieros y directivos de Radio Red que prestaron su servicio profesional a los radioescuchas durante los temblores antes mencionados.

Capítulo

(Radio y Sociedad en México)

A la radio en ocasiones se le considera un medio de comunicación menor, en desventaja con la televisión por carecer de imagen; para las agencias de publicidad es preferible invertir en los espacios televisivos, pues le proporciona un mayor rating. Las agencias de publicidad procuran ahorrar en sus campañas: un mismo comercial es producido para la televisión y a las estaciones de radio sólo se manda el audio de estos comerciales.

También se le considera medio menor comparado con la prensa ya que sus mensajes son instantáneos y no se conservan en forma escrita y permanente como en los periódicos, un medio de comunicación que ejerce poca influencia e impacto entre el público, pero esto no es así. La radio es el medio de mayor influencia y apego entre la gente, pero, quizá esta misma proximidad, lo ha hecho tan cotidiano, que su percepción es menor, a diferencia de otros medios de comunicación masiva.

1. La radio nos resulta tan común en nuestras actividades que, por eso, no notamos su presencia en nuestras vidas, como dice, Miguel Ángel Granados Chapa, “ la radio sigue siendo la gran desconocida de los medios de comunicación”.(1)

(1) Granados Chapa, Miguel Ángel, conferencia “ Comunicación y dependencia” Facultad de Ciencias Políticas y sociales, UNAM, 1978.

En 1994, la radio en México registró un alcance superior al de la televisión, 92% vs. 71%. Se calcula que el 99% de los hogares mexicanos tenía al menos un aparato de radio. Por su parte, Veracruz es el Estado que cuenta con mayor número de estaciones de radio, un total de 83 . (2)

En el cuadrante del Distrito Federal existen 58 emisoras , 33 de AM y 25 de FM , organizadas en un total de 15 grupos radiofónicos.

El 58% de la audiencia de AM, prefiere escuchar la radio hablada, mientras que el 97% de la audiencia de FM, prefiere la música. (3)

Datos publicados por el periódico *Reforma* (5 febrero, 1997) y de acuerdo a la Investigación de *Medios Masivos (IMSSA)* en 1996, existían 3 442 000 radio hogares en el Distrito Federal y según la *CIRT (Cámara de la Industria de Radio y Televisión)*, 7 823 957 personas sintonizaban cotidianamente la radio, en un promedio de 3 horas. (4) No sólo por contar con más aparatos de radio en casa que aparatos televisores , la radio ejerce mayor influencia e impacto en el público, la radio gana mayor terreno debido a los receptores instalados en automóviles, transportes y locales públicos.

En 1996, el 91% de los automóviles que circulaban en la Ciudad de México, tenían aparatos de radio. 3 030,584 personas escuchaban todos los días radio en su automóvil. (5)

(2)Revista "La radio" Núm. 1. México D.F. 1996. pp 60-61

(3) Op.Cit. pp.60-61

(4)"Hábitos y consumos de los mexicanos" Periódico Reforma 5 febrero 1997

(5) "La radio, un negocio en movimiento", Estudio realizado por la ASOC. DE RADIODIFUSORES DEL DISTRITO FEDERAL. 1996

Por su parte el 90% de los taxis y el 88% de los colectivos que circulaban en el Distrito Federal contaban con aparatos de radio, además de las 3 200,000 personas que escuchaban diariamente radio, en alguno de estos medios de transporte público. Se calcula que los choferes y conductores de estos taxis y colectivos pasaban , aproximadamente, el 61% de su tiempo de trabajo acompañados por la radio.(6))

¿QUÉ ES LA RADIO?

La radio es un sistema inalámbrico que inició James C. Maxwell, al intuir en 1864 la presencia de ondas eléctricas en el aire. Posteriormente, H. Hertz comprobó esta existencia y pudo delimitar la longitud de onda y la velocidad. Finalmente en 1897 Guillermo Marconi llevó a la práctica los experimentos y estudios de estos dos físicos e hizo posible la comunicación a distancia, inalámbrica, pudo comunicar a dos personas desde distintos lugares, por medio de las ondas hertziana al obtener la primer patente para enviar señales a través del aire.

Cristina Romo define a la radiodifusión como “un medio de comunicación capaz de enviar un mensaje a las masas, un medio que necesita de una infraestructura tecnológica, un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional...” Romo concluye que es “un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o solamente de comunicación tecnificada” y advierte el papel fundamental que debe jugar el radioescucha para las radiodifusoras, “ si el destinatario del proceso, el auditorio, es considerado como elemento importante, tanto más, podrá considerarse a la radio como un *MEDIO DE COMUNICACIÓN EFECTIVO.*” ((7)

(6) Op Cit.

(7) .Romo Cristina, “introducción al conocimiento y práctica de la radio” pág. 13

Para la profesora Alma Rosa Alva de la Selva “ la radio es un medio que ayuda a conformar la vida social de las naciones y la conciencia de los ciudadanos” (8)

En esta misma línea se expresa el investigador peruano, Hugo Salazar , el cual define a la radio, “como un medio de integración, pero sobre todo la radio a diferencia de los otros medios , es lo que está más cerca de la gente” (9)

Debido a la información que nos ofrece la radio y a su diversidad de usos, también podemos anotar que la radio es un medio de comunicación que forma conciencia y unifica a la comunidad. Los mensajes que la radio emite llegan a comunidades indígenas y rurales hasta sociedades desarrolladas, estos mensajes no requieren de una decodificación necesaria y no exigen de los radioescuchas ninguna educación especial (por ejemplo la lectura, en el caso de los periódicos), sencillamente se comunica a través del lenguaje. En sus inicios la radio dio a conocer como hablaban los del norte, conocieron los tonos y modalidades de cada región y gracias a los locutores se fue uniformando esta forma de hablar y poco a poco se extendió no sólo la forma de hablar sino de pensar. En el caso por ejemplo del sismo de 1985, las estaciones que dieron información y orientación al público, llevaron sus mensajes a lugares apartados y en ocasiones hasta al extranjero; varias estaciones desmintieron las noticias amarillistas de que la Ciudad de México se había acabado...la radio se unió para dar servicio a la gente y está recurrió al aparato de radio en medio de la desinformación y la incertidumbre.

(8) Alva De la Selva, Alma Rosa “Perfiles del Cuadrante” Prólogo

(9)Salazar ,Hugo.Entrevista “1ar. Biental de Radio” México 1996

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Dennis Mc Quail,(10) asigna a los medios masivos de comunicación siete características comunes, en las cuales encaja la radio:

- 1) Necesidad de una organización formal y compleja.
- 2) Dirigidos sus contenidos a públicos amplios
- 3) Con contenidos públicos y abiertos
- 4) Se cuenta con públicos heterogéneos
- 5) Se tiene un alcance simultáneo, a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que a la vez se hallan lejos unas de otras.
- 6) La relación entre emisor y receptor es impersonal
- 7) El publico es un conglomerado de individuos a los que une un foco de interés común, pero no se conocen entre si.

Además de estas características comunes a los medios de comunicación social, la radio también tiene características muy particulares, que lo hacen ser entre otras cosas, el medio de comunicación de mayor penetración, el más accesible, y barato para el publico.

(10).Mc.Quail, Dennis. "características del la radio" En Romo Cristina (Introducción y práctica de la radio) pp. 14

Para que esto sea posible, la radio posee varias características particulares.

Cristina Romo (11) analiza a la radio y sus características, partiendo de la idea, de que éste sólo emite sonidos, por lo tanto:

* Su transmisión no tiene límites ni en cuanto a su origen ni en cuanto a su transmisión, por lo tanto se esparce naturalmente y puede ser percibido tanto voluntaria como involuntariamente (a diferencia de lo que ocurre con lo visual, que sí está sujeto a la voluntad del receptor).

Desde el punto de vista sensorial, la radio es capaz de hacernos evocar lo que nosotros queramos imaginar a partir de la audición.

Desde el punto de vista social, la radio es un medio que llega a un público extenso, inconmensurable, incontrolable y hasta cierto momento desconocido.

Por su forma de transmisión puede llegar a cualquier localidad salvando todo tipo de obstáculos geográficos.

Así mismo, por su ubicuidad, llega a cualquier tipo de personas, de cualquier condición y no exige demasiado nivel intelectual ni físico para el escucha.

El público de la radio no necesita de un entrenamiento especial para recibir el mensaje, no se necesita saber leer ni escribir. Esto le ha permitido ser un medio ideal para las mayorías iletradas.

La radio nos proporciona una información instantánea, en el momento mismo que los hechos ocurren.

El mensaje radiofónico puede ser recibido al mismo tiempo que se realiza otra actividad y esta es una peculiaridad prácticamente única, con respecto a otros medios.

(11)Romo.Cristina,Op.Cit .pp 18-22

Desde el punto de vista psicológico, la radio favorece a la introversión, se dirige al individuo, el radioescucha así lo siente. El sonido pasa por varios filtros anatómicos, a diferencia de la imagen visual que llega al cerebro directamente por el nervio óptico, el sonido adquiere significado sólo tras varias descodificaciones de volumen, tono y dirección..

La radio concientiza: la radio puede crear a su público una falsa conciencia o una conciencia que lo vincule con la realidad. Tenemos ejemplos claros de cómo la radio ha hecho conciente a sus radioescuchas de su entorno. Por ejemplo: en momentos de emergencia nacional como podrían ser los temblores, las inundaciones, o incendios, la radio da a conocer las necesidades de la población afectada, da a conocer las medidas de seguridad a tomar, no es necesario pertenecer a la comunidad afectada, por sus características de inmediatez y llegar a lugares recónditos, la radio informa a propios y extraños sobre los acontecimientos. La radio ha demostrado su eficacia para convocar a la población civil en casos de emergencia nacional.

Por otra parte también hemos sido testigos de cómo este medio ha servido para crear conciencias falsas, conciencias manipuladas para fines determinados, por ejemplo la utilización que le dió Adolfo Hitler .

Aunado a esto Alva de la Selva y Rebeil Corella, en su libro "*Perfiles del Cuadrante* " (12) añaden: "En todas las regiones del mundo, la radio es el medio de comunicación social más difundido. De acuerdo al informe de la *Comisión Internacional sobre los problemas de la Comunicación, UNESCO*. presentado en 1980, la capacidad mundial de emisión se ha triplicado durante los últimos 25 años. La comisión calculó en mil millones el número de aparatos receptores de radio en el mundo, cifra que en promedio equivale a un radio receptor por cada cuatro personas...Se ha señalado con insistencia que la radiodifusión es insustituible como medio de comunicación de masas: su alcance es prácticamente ilimitado y su proliferación a través de grandes y pequeñas emisoras es muy extensa...

(12)Alva De la Selva, Alma Rosa. Op Cit pág .17

“...la producción en serie de transmisión al cual tienen acceso amplios sectores de la población mundial, otorga a la radio otra innegable ventaja sobre los otros medios. Su capacidad de cobertura es precisamente la que mayor atención recibe en el ámbito de la comunicación social: la radio está al alcance de todos, los alfabetos y analfabetas, poblaciones urbanas o campesinas, países desarrollados y subdesarrollados. Por consiguiente, su influencia es considerable, y lo seguirá siendo en especial en aquellos conglomerados sociales que no tienen acceso a otros medios de comunicación... La radio, es la única técnica de comunicación avanzada que se ha incorporado realmente al Tercer Mundo, se ha expandido y culturizado ampliamente”.(13)

Por lo expuesto anteriormente podemos decir que, al ser más baratos los costos de producción, más accesible, inmediata, sincronizada con los acontecimientos y rápida, la radio es un medio de gran eficacia para mantener informadas a las personas.

Al respecto la profesora Josefina Villar comenta : “La radio en México es un medio de comunicación social indispensable para el logro de nuestra identidad e integración nacionales , pues presenta en su conjunto la máxima cobertura y penetración, comparativamente con cualquier otro de los medios de comunicación masiva(...)

(13) Op.Cit.pp.17

“...De hecho, cubre en su totalidad el territorio nacional , incluyendo áreas urbanas, semiurbanas, rurales y hasta zonas marginadas ...La radiodifusión une a los mexicanos . Su cobertura y su contenido son nacionales. Al propio tiempo, su arraigo local la constituye en un vehículo de expresión de la riqueza de nuestras regiones ...la sociedad mexicana tiene en la radiodifusión un instrumento eficaz de promoción y defensa en su integridad nacional y de su identidad cultural y de mejoramiento de las formas de convivencia humana...en México la presencia de la radiodifusión es considerable cuantitativa y cualitativamente hablando“ (14)

(14). Villar ,Josefina.”El sonido de la radio” UAM-X. pp 5

HACIA UNA INDUSTRIA RADIOFONICA

(Historia de la Radio)

La radio es un sistema de comunicación inalámbrico, a distancia, que inició el británico, James Clerk Maxwell .

En 1864 J.C. Maxwell intuyó la existencia de supuestas ondas radioeléctricas en el espacio y su modo de propagarse. Maxwell hizo este pronóstico a partir de consideraciones teóricas y matemáticas, basado principalmente en las Leyes de Faraday. Supuso la existencia de las ondas radioeléctricas, así como que éstas tenían diferentes tamaños o deberían de ser de diferentes longitudes de onda, también Maxwell pronosticó que las ondas se propagarían a una velocidad determinada a través del aire y a otra velocidad distinta a través del agua.

Esta velocidad pudo ser calculada por Maxwell a partir de sus ecuaciones, así observó que esta velocidad era muy similar a la velocidad de las ondas luminosas. Hay que tomar en cuenta que para esos años, Maxwell no contaba con medios para producir ondas eléctricas pero afirmó que ello se lograría y que algún día alguien encontraría la manera de hacerlo.

Tuvieron que pasar veintitrés años, para que Heinrich Hertz retomara en 1887 todos los experimentos y estudios de Maxwell y así demostrar, producir e identificar ondas eléctricas en su propio laboratorio.

“H. Hertz produjo las ondas eléctricas por medio de un conjunto de aparatos que él denominó “oscilador”, que componía de dos partes iguales: en cada una de las partes se hallaba una varilla de metal delgado, aproximadamente de 45 centímetros de longitud, con una gran esfera metálica de 30 centímetros de diámetro de un lado y en el otro extremo de la varilla una pequeña esfera de metal, Hertz, colocó las dos varillas horizontalmente, quedando en los extremos de afuera las esferas grandes, mientras que las dos pequeñas esferas fueron colocadas muy de cerca una de la otra(...)

...el oscilador se cargaba conectando los dos extremos a una bobina de inducción.

Maxwell en sus escritos había descrito que si un conductor cargado con electricidad se descargaba repentinamente, se desprenderían ondas eléctricas del tal conductor, en todas direcciones, Hertz así lo hizo, obtuvo la descarga instantánea de su conductor u oscilador, cuando una chispa saltó a través del pequeño espacio de aire que había entre las dos esferas pequeñas.

Posteriormente Hertz tomó un trozo de alambre grueso de 2.50 metros de longitud y soldó a sus extremos pequeñas esferas metálicas, luego dobló éste alambre en forma de un anillo, quedando las esferas muy cercanas, entre sí. Este simple experimento fue llamado “resonador”, el cual constituyó el primer receptor de ondas radioeléctricas del mundo y así los principios de las comunicaciones inalámbricas” .(15)

Hertz dedujo que la energía que pasaba de una esfera a otra, había sido transmitida a través del aire. Así quedó demostrada la existencia de las ondas electrónicas, que Maxwell había intuido.

En esos años sólo se contaba con el telégrafo y el teléfono -como sabemos, el telégrafo solo era capaz de enviar mensajes codificados a distancia, pero no podían transmitir la voz humana; por otra parte, el teléfono sí era capaz de emitir la voz humana a distancia pero el emisor y el receptor tenían que estar unidos por un cable para poder comunicarse. Sería la aplicación práctica de los experimentos de Maxwell y Hertz (las ondas radioeléctricas) lo que daría como resultado, un medio de comunicación a distancia, de la voz humana y que esta comunicación llegará a su emisor a través del aire.

(15). E.H. Chapman “La marcha del Progreso”. pp. 12 -13

Guillermo Marconi utilizó en forma práctica los experimentos de Maxwell y Hertz , así obtuvo en 1897 la primera patente para enviar señales a través del espacio. Marconi hizo una demostración con su telégrafo sin hilos, enviando señales desde la oficina general de Correos de Londres hasta la Queen Victoria Street.

La distancia entre estos dos lugares era aproximadamente de 400 metros. Tres años mas tarde Marconi telegrafió sin hilos sobre el canal de la Mancha, y en 1901, al otro lado del Atlántico.

Ese momento memorable en la historia de las comunicaciones lo relata el propio Guillermo Marconi:

“ Era poco antes del medio día, solo contaba con un audífono y un receptor, en la mesa que estaba frente a mí el equipo era totalmente elemental, unas cuantas bobinas y condensadores y un cable, no contaba ni con válvulas, sin amplificadores ni con un cristal...pero estaba por fin, en el momento justo para demostrar todas mis creencias y ponerlas a prueba... Por fin recibí una respuesta, llegó a las 12.30 hrs., escuche un sonido que se distinguía no muy claramente: “pip...pip...pip...” entonces le pase los audífonos a Kemp y le pregunté;

-¿escuchas algo?

El contestó- “Sí, escucho la letra “s”

“Supe entonces que todas mis previsiones estaban justificadas , las ondas eléctricas enviadas al espacio por Poldhu, habían atravesado el Atlántico, la distancia enorme de 1700 millas, sin importar la curvatura de la tierra.

“El resultado significó mucho más para mí , que la simple realización de un experimento. Como lo ha afirmado Sir Oliver Lodge, fue una etapa memorable en la historia...

“Ahora me siento por primera vez más seguro que nunca, que llegará el día , en que la Humanidad será capaz de enviar mensajes sin necesidad de cables, no solo a través del Atlántico, sino también a los lugares mas lejanos del mundo...”(16)

(16) Carey. John, “Eyewitness to history” pp.414

Así, Guillermo Marconi hizo posible la comunicación a distancia, de una forma instantánea y sin ningún medio material de por medio, es decir, hizo posible un sistema de comunicación inalámbrico. La radio dejó de ser un sueño buscado y fue una realidad.

“...La invención de la radio a diferencia de los otros medios, no fue un hecho fortuito, sino un hecho buscado” (17)

Gracias a la radio la gente actualmente puede informarse, desde casi cualquier lugar del mundo, debido a su fácil instalación y manejo, además de ser un medio de comprensión accesible para toda persona.

Cristina Romo señala que la radio nació “por la enorme necesidad que tiene el ser humano de comunicarse en todas las formas posibles; a diferencia de los otros medios de comunicación, la radio se origina por una imperiosa necesidad de comunicarse con los barcos en altamar... así la radio surgió como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias muy particulares, en los que la retroalimentación era indispensable” (18)

La historia se ha encargado de demostrar la importancia y utilidad de la comunicación inalámbrica.

Al respecto, el Ing. José de la Herrán, pionero de la radiodifusión en México, da su opinión: “ En 1908, un barco en necesidad de ayuda, se pudo comunicar con otros barcos gracias a que contaba con un equipo de telegrafía sin hilos, envió la señal y otros barcos acudieron a su rescate, así se pudieron salvar los tripulantes, de morir ahogados(...) Gracias a este hecho se comenzó a valorar la importancia de la Radiocomunicación, pero quizá el ejemplo más claro no los da el hundimiento del Titanic ocurrido en 1912(...) En el Titanic se llevaba un equipo de telegrafía, en los momentos previos al hundimiento, se mandaron señales de auxilio y gracias a estos mensajes se lograron salvar cerca de 1,500 pasajeros.” (19)

(17) Romo, Cristina. Op.Cit. Pág. 31

(18) Ibid. Pág. 32

(19) Herrán, José, -Entrevista realizada el 30 oct. 96-UNAM

En 1899, Los Estados Unidos, aplicaron por primera vez un radio a dos de sus navíos de guerra: los cruceros New York y Massachusetts.

Para esos años, la radio todavía no era una industria; los primeros equipos de radio eran grandes receptores con varias bocinas, muy rudimentarios comparados con los de la actualidad, estorbosos y muy poco transportables, estos primeros equipos de radio, contaban con un radio de acción no mayor a 1 o 2 kilómetros

En 1919, se veía a la radio con escepticismo, e incluso algunos factores de carácter político impidieron que se le aceptara oficialmente por los gobiernos. Era evidente que el nuevo medio tenía grandes posibilidades de recepción así como ilimitables alcances.

Al terminar la Primera Guerra Mundial surgieron gran número de entusiastas de la radio, muchos de ellos solo habían escuchado de ella. pero muchos otros, la habían manejado durante el conflicto y la siguieron utilizando .

Los aparatos de desecho y los equipos de radiocomunicación que utilizaran los combatientes, se pusieron a la venta a precios muy baratos, esto dio como resultado el interés civil y la afición por la radio.

En 1919, se estableció en Londres la Marconi House. Un año mas tarde , 1920 , abrió sus transmisiones la estación de Chelmsford.

La radio dejó de ser un invento que sólo ponía en contacto a dos personas y adquirió un nueva dimensión social, en la cual pudo emitir miles de mensajes y sonidos para ser captados, por miles y de personas. La radio que inició Marconi en su laboratorio se convirtió en un medio que le habló a las masas y así también en un negocio.

Las transmisiones despertaron gran interés, y en el otoño de 1922, cerca de 30 000 aficionados a la radiotelefonía habían obtenido licencias que les permitían recibir transmisiones radioeléctricas...

...La primera estación de radiotelefonía en los Estados Unidos fue la de la *Westinghouse Electric Company, KDKA*, en Pittsburg, transmitió los resultados de la elección del Presidente Harding, en noviembre de 1920.

A finales de 1924 había mas de mil estaciones de radiodifusión en los Estados Unidos, de propiedad particular y controladas por propietarios de diarios, industriales, comerciantes, universidades e iglesias...En 1930, un grupo de estos empresarios se organizaron para formar la *National Broadcasting Company* y por otro lado, también se formó la *Columbia Broadcasting System*. Estos dos grupos implantaron lo que se conoce en Norte América como cadena de radiodifusión, para finales de 1931, La *N.B.C.* tenía dos cadenas de radiodifusión que se extendían a través de los Estados Unidos e incluían mas de ochenta estaciones.” (20)

Ya en 1926, no había ciudad que no contara con un centro transmisor y hacia 1930, se construían las grandes redes nacionales que difundían programas en diversas longitudes de onda .

LA RADIO LLEGA A MÉXICO

(LAS PRIMERAS ESTACIONES DE RADIO EN MÉXICO)

En octubre de 1921, el ingeniero Constantino De Támara consiguió hacer de Monterrey al Distrito Federal, la primera transmisión de radio dentro del territorio nacional, esta transmisión sólo pudo ser captada por un fabricante de acumuladores y el gerente del *Banco Regional* de aquella ciudad.

El ing. José de la Herrán comenta sobre las primeras transmisiones de radio en nuestro país, “cuando llegó mi padre de los Estados Unidos , se puso en contacto con el coronel José Fernando Ramírez Entre los dos obtuvieron que la Secretaría de Comunicaciones autorizara los experimentos de comunicación, con aparatos de radiorreceptores, poco a poco se comenzaron a poner en contacto radioaficionados, maravillados por los nuevos aparatos de comunicación. Entre estos aficionados, se encontraba el Señor Raúl Azcárraga, dueño de una tienda llamada *El Garage Alameda* allá por la avenida Juárez. El aprovechó la fiebre de los radios, y trajo toda clase de receptores. y empezó a venderlos al público mexicano, fue tanto el éxito de la venta que la tienda cambió su nombre al de *La Casa del Radio* “. (21)

(20).E.H. Chapman .Op. Cit. Pág. 124-12

(21).Herrán, José. Op. Cit.

En 1921, el Ingeniero José de la Herrán (padre) y el general Fernando Ramírez montaron la primera estación cultural de nuestro país, la *J-H*; era una estación de tipo experimental, bajo los auspicios de la Secretaría de Guerra.

En 1923, ya existían en nuestro país aparatos de galena, los cuales funcionaban a base de azufre y plomo, y eran capaces de detectar las ondas sonoras.

“Estos aparatos de galena, costaban \$12.00 y se vendían principalmente en La casa del Radio, propiedad de Raúl Azcárraga. ... El 8 de mayo de 1923 se inauguró una estación de 50 watts de potencia, instalada por el periódico *El Universal* y *La Casa del Radio*, y el 14 de septiembre de ese mismo año, con motivo de la pelea Firpo-Dempsey, se anunció otra de la misma sociedad, la *CYL*, con 500 watts de potencia, inaugurada el 18 de septiembre con un concierto de música clásica. Esta estación comenzó también con una modalidad: transmisión de noticias.

...El 14 de agosto de 1923 entró en servicio la estación difusora del periódico *El mundo*, dirigida por Martín Luis Guzmán. A través de esta estación dictaron conferencias José Vasconcelos, Antonio Caso, Carlos Pellicer y el compositor Manuel M. Ponce...”(22)
En 1923, ya habían en México 5 mil casas con aparatos de radio.

El 15 de septiembre de 1923 inició actividades la *CYB*, de 500 watts, propiedad de la compañía de cigarros, *El Buen Tono*. En su acto inaugural se transmitió el Grito de Independencia dado por el Presidente Alvaro Obregón.

Esta empresa regaló en sus inicios radio-receptores, a cambio de una determinada cantidad de cajetillas de cigarros *El Buen Tono*.

(22). Enciclopedia de México - Tomo 11- págs. 86-88

En los años siguientes se establecieron varias estaciones en México, por ejemplo, la *CYX*, propiedad del periódico *Excélsior* y la *Compañía Parker*, la *CYZ*, de la Secretaría de Educación Pública y dirigida por Joaquín Beristáin.

Para 1925, operaban 11 estaciones radiodifusoras: 7 en el Distrito Federal, y 4 en provincia (Mazatlan, Monterrey, Oaxaca y Mérida)

El ingeniero José de la Herrán continúa... "Para 1928, La famosa *Casa de la Radio*, vendía entre 7 u 8 mil receptores al mes... radio-receptores costaban entre 500 y 600 pesos, también uno podía adquirir las llamadas radioelectrolas, aparatos compuestos por fonógrafo y receptor de radio, éstos eran más grandes y más costosos." (23).

En 1929, existían en nuestro país 17 estaciones comerciales y 2 de tipo cultural.

En mayo de 1923 la liga central mexicana propuso al Presidente Obregón un reglamento sobre radio y el 23 de abril de 1926 se expidió la Ley de Comunicaciones Eléctricas. Hacia 1930, el gobierno consideró conveniente sustituir el régimen de permisos por el de concesiones, la primera de las cuales se le otorgó a la *XEW*." (24)

CONSOLIDACION DE LA RADIO:

Emilio Azcárraga fundó el 18 de septiembre de 1930, la *XEW, La Voz de la América Latina desde México*, con 5 mil watts de potencia, cuya instalación estuvo a cargo del ingeniero José de la Herrán... Su hijo el Ing. De la Herrán recuerda cómo fueron esos días de trabajo, para su padre, " Mi papá instaló un transmisor de fábrica, de marca *RCA*, lo que más le preocupaba a él como a sus compañeros, no era el contenido, sino cómo saliera la señal, ellos habían trabajado una semana entera en hacer pruebas previas... la transmisión comenzó con el Dr. Alfonso Ortiz Tirado, Josefina "Chacha" Aguilar, María Teresa Santillán y Consuelo Escobar." (25)

(23) Herrán. José Op.Cit

(24) Enciclopedia de México Op.Cit. pág. 88

(25).De la Herrán.José.Op Cit.

El 31 de octubre de 1938 Emilio Azcárraga fundó junto con Enrique Contel y Emilio Balli, la *XEQ*, y en septiembre de 1943, “como parte de la celebración del aniversario, la monumental radiodifusora *XEW*. Don Emilio Azcárraga, colocó la primera piedra del edificio que estaba destinado a ser la *Catedral de la Radio en México*, con el nombre de *Radiopolis*, situado entre la Avenida Chapultepec y la Calle del Doctor Río de la Loza. Debajo de esa primera piedra se enterró el primer bulbo que utilizó la *XEW*” (26)

Un factor determinante en el auge de la radiodifusión no sólo en México sino también en los Estados Unidos, fue la inclusión de comerciales, dentro de sus programaciones, los dueños de estaciones de radio, comenzaron a competir por conseguir los contratos más “jugosos” dentro del mercado radiofónico. José de la Herrán señala como fueron estos primeros años de la radiodifusión en México, aceptada, abiertamente como un negocio.

“La radiodifusión nació como un producto “YO TE ANUNCIO Y TU ME PAGAS”, así es como en los años 20, la radiocomunicación se empezó hacer con bulbos y se comenzaron a dar servicios como el de la hora. Ya para los años 30 se comenzó a tomar una gran conciencia de la gran influencia social de la radio, en nuestro país, principalmente con el nacimiento de la *XEW*, en 1930, justamente después de la gran depresión económica...

A medida que crecía la industria el impacto y la influencia de la radio también crecieron.”(27)

(26)Garrido.Juan “historia de la música popular mexicana” pág. 67

(27).De la Herrán .José. Op. Cit.

Este auge comercial de la industria radiofónica en México, también fue sustentado por firmas comerciales de los Estados Unidos. Víctor M Bernal Sahagun explica esta relación entre el auge comercial de la radio y las firmas extranjeras: “En 1923, se había invertido en la industria radiofónica un capital de \$ 160 867. 82 , llegando a 2 300 receptores en toda la República...desde entonces comenzó a haber un dominio extranjero en la publicidad de nuestro país, los artículos norteamericanos aparecen dos a uno en relación a los mexicanos y cinco a uno en relación a los europeos. Entre los artículos norteamericanos que se anuncian en México se encuentran: equipos para el hogar, principalmente radios y aparatos eléctricos, maquinaria, principalmente automóviles, cámaras, máquinas de escribir, armas de fuego, películas de Hollywood, cosméticos y jabones, medicinas de patente, ropa, textiles, medias de seda, y camisas...” (28).

Víctor Bernal hace especial mención al inicio de las transmisiones de la *XEW*, el 18 de septiembre de 1930 y señala como sus principales patrocinadores a *The Mexican Music, Co.*, *RCA Victor*, *High Life*; *Cigarros*, *El Águila*.

Este mismo año, durante la Conferencia Internacional de telecomunicaciones, celebrada en Washington, D.C. se asignaron a México las siglas “XE” y “XF” para su radiodifusión nacional.

Los anunciantes descubrieron en la radio las grandes posibilidades de darse a conocer y vender sus productos no sólo en la capital de México sino en el interior, de manera barata, instantánea y exitosa, es decir, los anunciantes son parte fundamental del contenido del programa, se pagan sumas considerables, de acuerdo a horarios y tarifas establecidas, por el “tiempo en el aire”.

(28).Bernal, Víctor. “Anatomía de la publicidad” págs. 99-100

En Estados Unidos como en nuestro país, al mismo tiempo que la industria pudo contar con más anunciantes, recursos económicos e ideas nuevas, pudo ir aumentando sus horas de transmisión.

Miguel Angel Granados Chapa señala que la radio comercial que se ha practicado desde sus inicios en México obedece a una “dependencia evidentemente foránea., “ los esquemas mismos , la esencia misma de la operación de la radio es una esencia dependiente. Aquí hacemos la radio que se nos enseñó a hacer en los Estados Unidos y no la radio que hubiéramos podido hacer de seguir modelos Europeos” (29)

Para conseguir patrocinadores, las estaciones de radio encomendaban a un empleado específico, la tarea de salir y conseguir la firma de los anunciantes. Estos primeros agentes de ventas recorrían, si era necesario, gran parte de la República, para conseguir al anhelado patrocinador, debían mostrar todas las posibilidades, facilidades y ganancias que representaría para los compradores anunciarse en la radio, había que convencerlos para que pagaran por adelantado. El trato no era nada fácil. Don Clemente Serna Martínez ,fundador y presidente de la cadena RPM, recuerda cuales eran las desconfianzas de los anunciantes, “Uno tenía que buscar a los anunciantes, teníamos que venir a México para tratar de vender anuncios, visitaba empresas como la *Picot* y la *Palmolive* pero no me daban publicidad porque no sabían si realmente estos comerciales salían al aire(...) no había manera de verificar si las emisoras efectivamente habían transmitido el anuncio que las empresas habían pagado, así es que surgió la idea que cada empresa comercial mandara sin avisar, a supervisores, que verificaran que la publicidad si estuviera saliendo al aire(...)las tarifas se fueron modificando de acuerdo al tiempo de preferencia, el de la noche y mediodía costaban mas o menos entre cuatro y cinco pesos , el cuarto de hora” (30)

(29).Chapa, Granados Miguel Angel.Op.Cit.

(30).Serna Martínez, Clemente. Entrevista realizada en sept. 1993

Luis Cáceres, publicista y decano de la locución en la *XEW*, explica, como la radio dio una nueva dimensión a la publicidad en México y como en un principio, la gente se desconcertaba al escuchar: “¿NO QUIERE COMPRAR TIEMPO?...”

“La *XEW* se fundó precisamente para incrementar y establecer la publicidad de la industria y el comercio, a través de la radio...recuerdo que al principio, salían el propio Emilio Azcárraga y Enrique Contel a vender publicidad, uno se iba por 16 de septiembre y el otro por 5 de mayo y cuando llegaban a una casa de comercio o una industria tenían que explicarle al gerente o encargado, qué era eso de anunciarse por radio....nadie sabía que era, por supuesto, nadie conocía el alcance de la publicidad...Ellos (Azcárraga y Contel) llegaban a venderles tiempo, pero la gente se quedaba sorprendida, ¿Se vendía el tiempo?, ¿tiempo de que?(...) entonces había que explicarles que era eso de venderles tiempo en la radio: por ejemplo, recuerdo que *Urania* , era una pequeña perfumería, allá en la calle de Corregidora, era de unos españoles, cuando Enrique Contel entro a la tienda y les quiso vender publicidad, los españoles dijeron, “No queremos saber nada de publicidad;”

-No les va a costar ni un centavo y van a ganar mucho dinero- respondió Contel, y les explico: “ vamos hacer una venta especial al dos por uno, primera vez que se vio eso en México, usted compra una crema y le regalamos otra...después de unos días recuerdo que se hacían unas colas de tres cuadras para comprar perfumes...el negocio prosperó y se hicieron 5 perfumerías mas (...) No existían las agencias de publicidad, éramos nosotros los que teníamos que escribir, a ver que se nos ocurría. A mi me pagaban 50 centavos por redactar comerciales, decirlos y sacar la música...no existía la carrera de locutor, éramos anunciantes, ese fue nuestro primer nombre”(31)

Una de las firmas comerciales mas importantes dentro de la publicidad radiofónica fue la *Colgate Palmolive*.

La *XEW* y La *Colgate Palmolive* constituyeron uno de los binomios mas fuertes de la radiodifusión mexicana.

(31).García. Elvira, “De lunas garapiñadas” (La industria radiofónica) pp.55 -56

José Luis Lemus, Gerente de publicidad de *Colgate Palmolive* por más de 25 años, comenta: “Empezamos por hacer investigación de casa en casa, nos dimos cuenta que las personas siempre estaban escuchando radio ...comprendimos que el radio era la forma ideal de promocionar nuestros productos, y así lo empezamos hacer. La gente era nuestro mejor indicador . Nos decían si les gustaban o no nuestros programas. Fue cuando empezamos a realizar la producción de grandes series musicales y cómicas, *Cómicos y Cantantes* , *Sonrisas Colgate*, además de las famosas radionovelas como *Anita de Montemar* o *Gutierritos*...Actuaron con nosotros todos los cómicos de aquella época : Palillo, Medel, Tin Tán, Roberto Soto, entre otros, con nosotros actuaron y fueron artistas exclusivos de Colgate, actrices como Emma Telmo y Rita Rey, la gente tomaba muy en serio todo lo que pasaba en las radionovelas. Las vivía. Odiaba a los malos y amaba a los buenos... También tuvimos locutores exclusivos (..) No podían anunciar nada que nos hiciera competencia, entre nuestros locutores exclusivos estaban, Manuel Bernal, Ignacio Santibañez y Alvaro Gálvez y Fuentes (...) Fueron tantos los programas que tuvimos que teníamos nuestro propio estudios dentro de la *XEW*.”(32).

Agencias de publicidad como *Colgate Palmolive*, *Sydney Ross Co.* y *la Cervecería Cuauhtémoc*, que contaban con su propio departamento de publicidad radiofónica, había personas encargadas exclusivamente a las frases y programas radiofónicos que estas patrocinaban.

Las radionovelas fueron quizá el tipo de programas más difundidos por la radio mexicana y uno de los favoritos del público. La radionovela dio un auge mayor al radio y consagró no sólo las fortunas de las agencias de publicidad sino la carrera de escritores, redactores, productores, técnicos, locutores y actores.

La producción de una radionovela o serie radiofónica implicaba el trabajo de mucha gente, escritores, directores, técnicos, efectistas, sonidista, actores, locutores y anunciantes, entre otros. El trabajo en aquellos años no permitía ningún error al aire, ya que al hacerse en vivo no había la posibilidad de corregir, un error acababa con el trabajo de todo el equipo.

(32).Zacatecas, Bertha “Vidas en el aire” pp.30

La actriz Rita Rey, “la villana de la radio”, como la llamaban en esa época, recuerda, cómo eran esos ensayos previos antes de salir al aire en aquellos días de radionovelas:

“Claro que ensayábamos...hacíamos una lectura del script, todos estábamos sentados, posteriormente hacíamos otra lectura ya de pie, frente a los micrófonos. El director hacía las correcciones que creía pertinentes y...al aire!. Me bastaban esas dos lecturas para memorizar mi papel. Siempre conservaba el libreto en la mano. Un blanco de memoria es fatal en la radio. ...participé en radionovelas como *Anita de Montemar*, *La Vida de Gloria*, *Flor en el Pantano*...Yo era casi siempre la mala y Emma Telmo la buena...recuerdo que las señoras no salían de su casa, no querían perderse el episodio. No movían el dial de su radio. Las radionovelas vinieron a ser la continuación de algo que me contaba mi abuelita: la novela por entregas. Unas hojitas que se vendían. Eran muy baratas. Contenían grandes dramas, como la famosa *El príncipe Bandido*, Al igual que en la radionovela, las dejaban siempre en el momento de mayor suspenso....en la *XEW* trabajé por 20 años, 10 de los cuales fui artista exclusiva de *Colgate Palmolive*. (33)

El 16 de junio de 1941, Clemente Serna Martínez fundó *Radio Programas de México*. En 1966, Serna Martínez estableció una estación de habla inglesa, la *XEVIP*.

Para los años cuarenta, la radio se había transformado, madurado y consagrado en el gusto de las personas, era evidente que las estaciones tenían que competir para atraer más público, con la llegada de la cinta magnética, el panorama de la radio dio un giro radical, el trabajo fue más relajado, muchas estaciones que habían iniciado sus transmisiones con programaciones en vivo, para competir con la *XEW*, al llegar la cinta magnética y por consiguiente las grabaciones, optaron por el tipo de radio musical. Un tipo de radio mucho más fácil y barato que el que se venía practicando, años atrás.

(33) Op.Cit. pp. 187

“En 1942, existían 125 estaciones en la República, 34 de ellas en el Distrito Federal. Algunas de estas estaciones capitalinas eran *XEDF, Radio Gobernación, de carácter cultural la XEUN, Radio Universidad, la XEQK, Radio Exacta, XEFO, XEOY, Radio Mil, y las dos estaciones que encabezaba, la Cadena Radio Continental, la XEQR y XERQ.* El 30 de octubre de 1947, la *XEX, la Voz de México*, con 730 kilociclos y 250 mil watts de potencia, puso en servicio el primer transmisor de frecuencia modulada” (34).

El 14 de marzo de 1952, surgió una estación muy particular, *Radio femenina*, manejada completamente por mujeres, Mimi Bechelani, locutora y actriz de doblaje, comenta sobre esta radiodifusora...”Fue la primera emisora en el mundo manejada totalmente por mujeres: locutoras, operadoras, productoras, vendedoras de tiempo, todas bajo la dirección técnica, artística y administrativa de la actriz Cuca Escobar de Perrin. Era una estación de mujeres como Magdalena Ruvalcaba, Rosario y Dolores Muñoz Ledo, Silvia Castellanos, esta última fue la operadora de *Radio Femenina*, y la primera operadora de la radio...tratábamos todo tipo de problemas, programas de denuncia, de la familia, problemas urbanos. Ahí se iniciaron los programas de este tipo.” (35)

Ya para 1975, “las principales cadenas radiofónicas en México eran *Radiodifusoras Unidas de Mexicanas, Red Radio Programas de México, Radio Ventas de Provincia, Radiodifusoras Asociadas, Grupo ACIR, Radio Visión activa, Radio Cadena Nacional, y Corporación Mexicana de Radiodifusión*” (36).

(34). Enciclopedia de México op. Cit. Pp. 86-88

(35) Zacatecas. Bertha. Op. Cit. pp. 53

(36) Enciclopedia de México Op. Cit. pp. 88

FUNCION SOCIAL DE LA RADIO

Naturalmente, la radio, al contratar mas anunciantes, al ampliar sus horarios y alcance así como la diversidad paulatina de sus programas, también modificó la conducta y los hábitos de su público que se reunía para escucharla.

El ingeniero José de la Herrán, comenta algunos de estos cambios dentro de una sociedad que comenzó a disfrutar y hasta a cambiar su forma de hablar, debido a la radio. "A medida que creció la industria, creció su influencia social, primero se tuvo una influencia mercantil, comercial y poco a poco se transforma a ser un promotor de la comunicación social y de las ideas de buena conducta, la radio se convirtió en promotor de los valores éticos aceptados, se dan noticias e información que unen cada vez más y más a las personas...La radio nos dio una identidad nacional, los que vivían en Veracruz sabían a través de la radio cómo eran, pensaban y hablaban los de Monterrey, aunque gracias a locutores de gran renombre también se unificaron los modos de hablar, las costumbres, y los valores... La radio hizo que casi a manera de ritual las familias se sentaran juntas a escucharla(..)las personas del norte hasta el sur del país ya estaban enlazadas y comunicadas gracias a la radio...la radio nos dio una imagen de país, sabíamos lo que pasaba en Veracruz, quizá estando en Durango; la radio hizo posible esto, aun sin contar todavía con los servicios carreteros, lo que todavía no estaba unido por tierra, la radio lo unió...la radio así desde sus inicios hasta la fecha informa, orienta, fomenta valores, enlaza a las personas y las mantiene informadas unas de si, las mantiene en contacto mutuo" (37).

Gabilondo Soler *Cri- Cri*, comentó cómo veía este impacto de la radio en nuestra sociedad: " la radio influyó tanto, que en los cafés, los restaurantes y las cantinas, se puso de moda tener un radio y por algunos centavos más, el cliente, podía elegir la estación de su agrado...También en los cuartos o quintos patios de vecindad, la radio congregó al vecindario, que lo escuchaba fervoroso y atentamente, cual voz celestial..."(38).

(37).De la Herrán ,José. Op. Cit.

(38).García,Elvira. Op. Cit. Pp.. 41-42

El 8 de enero de 1960, entró en vigor la *Ley Federal de Radio y Televisión*, la cual estableció las bases legales de la relación entre el estado y los particulares en esa materia. En nuestro país de acuerdo con *La Ley Federal de Radio y Televisión*, estos dos medios deben cumplir con varias normas, para poder transmitir sus mensajes y a la vez, poder desempeñar las funciones sociales que el propio Estado les asigna:

* En el Artículo Séptimo de *La Ley Federal de Radio y Televisión*, se establece, "El Estado otorgará facilidades para su operación a las estaciones, para divulgar las manifestaciones de la cultura Mexicana, para fomentar las relaciones comerciales del país y la propaganda turística, así como transmitir informaciones sobre los acontecimientos de la vida nacional.

La Ley establece que todas las estaciones de radio y televisión, están obligadas a enlazarse cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia nacional a juicio de la Secretaria de Gobernación. Se establece que las transmisiones de radio y televisión deben de ser un medio de orientación para la población del país, deberán incluir en su programación diaria, información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo u otros asuntos de interés general ya sean nacionales o internacionales. La radio y la televisión como actividad de interés publico tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al fortalecimiento de las normas de convivencia humana, por lo tanto deberán:

a) Afirmar los principios de respeto a la dignidad humana, de apego a las buenas costumbres, afirmar el robustecimiento de los vínculos familiares, de solidaridad social y de responsabilidad cívica.

b) Contribuirán a la defensa y mejor formación de la niñez y la juventud, evitándoles influencias nocivas o perturbadoras a su desarrollo armónico, estimulando sus sentimientos más nobles y orientados a una superación individual y colectiva.

c) Contribuirán a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, nuestras costumbres y tradiciones, la pureza del idioma y a exaltar los valores de nuestra nacionalidad.

d) Fortalecerán las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional.

A la radio como a los otros medios de comunicación en general se les asignan las siguientes funciones sociales: *INFORMAR, EDUCAR, ORIENTAR Y ENTRETENER* al auditorio.

Cristina Romo (39) señala las funciones sociales que la *UNESCO* estableció para los medios de comunicación social:

- 1.-*INFORMAR*: Entendiendo con ello, la libertad de emitir y recibir información.
- 2.-*EDUCACION Y CULTURA*: Considerando que toda información educa, está debe de orientarse hacia el esfuerzo concreto de la comunicación de conocimientos útiles.
- 3.-*DESARROLLO*: Es decir, la labor de los medios en las tareas de modernización
- 4.-*MOVILIZACIÓN POLÍTICA Y SOCIAL*: Se refiere a la función social de los medios por participar en la construcción nacional.
- 5.-*ENTRETENIMIENTO Y RECREACIÓN*
6. *PUBLICIDAD Y ANUNCIOS*.

Desde su inicio hasta su consolidación en nuestros días la radio ha dado mayor prioridad y espacios al aire, a algunas de estas funciones, como la de entretenimiento y recreación, pero en los últimos años ha estado mas consciente de su compromiso por informar.

La *Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal, A.C.*, ante el *Foro regional de Consulta Publica*, en materia de Comunicación Social de la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados, el 8 de junio de 1995, habló sobre este compromiso social .

(39).Romo.Cristina,Op. Cit. pp..26

“La Radio siempre ha estado consciente de su compromiso con la sociedad y de participar en ella activamente, por ello se han creado radiodifusoras especializadas, con formatos y programación destinados a diversos sectores de poblaciones, ofreciendo a sus radioescuchas programas de orientación social, médica. legal y laboral, entre otros temas.

“La radio ha sido un testigo activo de los acontecimientos encaminados a la consolidación de la paz, el desarrollo y el sistema democrático, de esta manera ha asumido cabalmente, su sentido y responsabilidad en nuestra sociedad...

“Por sus características y atributos son funciones de la radio: el divertir, informar, educar y orientar, así la industria asume la totalidad de estas funciones y cada estación determina su propio equilibrio...

“La actividad radiofónica se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación social, con que se cuenta, para, informar, formar, concientizar y orientar a la opinión pública, acerca de los asuntos que gravitan en el interés nacional...

“...La función informativa de la radio ha cobrado en los últimos 15 años (1985-2000) mayor importancia, a través de la creciente credibilidad de sus noticiarios sobre otros medios. De esta manera las emisoras distribuidas en el país se han convertido en importantes impulsoras del desarrollo a través de la propagación de campañas en favor de la colectividad y como instrumento de movilización social, independientemente de satisfacer las necesidades de diversión, difusión cultural y educación”.(40).

(40).Revista “La radio” Op. Cit.pp. 7-12

Francisco Prieto, comentarista radiofónico, escritor y miembro del *Sistema Nacional de Creadores*, comenta cómo a raíz del cumplimiento de sus funciones sociales, la radio interactúa con los radioescuchas: “La radio se ha vuelto interlocutor, se ha descubierto el poder de interlocución de la radio, hoy en día da lugar a conversaciones imaginarias, entre un emisor, a quien se siente como un amigo, pero también alguien de quien se discrepa, con un receptor que, de esa manera, se vuelve un ente activo (...) Así, la radio ayuda a que un número creciente de personas se sienta menos sola, disminuya los niveles del miedo, experimente una mayor comprensión de una realidad altamente compleja (...) La función de la radio, aquí y ahora, es contribuir a romper todo cuanto vuelve un extraño a quien no profesa nuestra tradición o nuestras ideas, poner, en fin, orden por encima de la opinión dogmática y no fundamentada, pero por sobre todas las cosas, hablarle en corto, al receptor anónimo, que en medio del caos, de esta sociedad, necesita tener a la vista señales de identidad, vivencias que compartir y la seguridad de no estar condenado al aislamiento y la incomunicación”(41).

¿Cuáles son los usos sociales que se le han dado a la radio?

Por una parte, el Estado y los teóricos les asignan funciones sociales a los medios de comunicación, en este caso, específicamente a la radio, pero por otro lado, veremos cuáles son algunos de los usos reales que se le da a la radio, usos que influyen en la sociedad. La invención de la radio, a diferencia de los otros medios, fue un hecho buscado a propósito; es difícil pensar que sus inventores o precursores lo contemplara como “un invento sin porvenir”, como los Lumiere calificaron al Cinematógrafo. Por el contrario, tan se buscó la posibilidad de enlazar y mantener en contacto a las personas entre sí, que siempre se confió en la infinidad de usos posibles que se le podrían dar al nuevo invento.

(41).Prieto, Francisco. “revista mexicana de comunicación” Núm.42 Nov. 95-ene 96

David Sarnoff, trabajador de una estación de telefonía en Nueva York, en 1912 mantuvo contacto directo con el Titanic y estuvo informando sobre el desastre, pudo advertir los múltiples usos de la radio a futuro. En 1916, escribió textualmente a su superior en la empresa *GENERAL MARCONI* :

“He concebido un plan de desarrollo que podría convertir a la radio en un elemento de esparcimiento como el piano o el fonógrafo. La idea consiste en llevar la música a los hogares mediante la transmisión inalámbrica (...) Podría instalarse, un transmisor radiotelefónico con un alcance comprendido entre 40 y 80 kilómetros en un lugar determinado en que se produciría música instrumental o vocal o de ambas clases...Al receptor podría dársele la forma de una sencilla 'caja de música radiotelefónica', adaptándolo a varias longitudes de onda de modo que pudiera pasarse de una a otra con solo hacer girar una perilla o apretar un botón (...) La caja de música radiotelefónica' estaría provista de válvulas amplificadoras y un altoparlante (...) Esta caja, ubicada sobre una mesa en la sala, haciendo girar la perilla, se escucharía la música transmitida (...) El mismo principio podría hacerse extensivo a muchos campos, como escuchar en el hogar conferencias que resultarían perfectamente audibles, también propalarse y recibirse simultáneamente acontecimientos de importancia nacional. Podían transmitirse los resultados del béisbol ...este proyecto resultaría de especial interés para los granjeros y otras personas que viven en zonas alejadas de las ciudades...podrían disfrutar de conciertos, conferencias, música, recitales, etcétera.” Sarnoff, concluía su carta de la siguiente manera: “Aunque he señalado unos pocos de los probables campos de aplicación del aparato, hay muchos otros a los que el principio podría hacerse extensivo”.(42).

(42).Romo,Cristina. Op.Cit. pp.. 35-36

Alva de la Selva explica cómo se dieron distintos usos a la radio, no sólo en México sino en todo el mundo: “Se consideraba a este aparato como una de las vías de SOLUCIÓN - conjuntamente con la educación, otros medios de comunicación, las nuevas técnicas de producción- A MÚLTIPLES PROBLEMAS, en particular para los problemas existentes en países subdesarrollados :Se estimaba que los países no industrializados pronto tendrían en sus poblados o localidades más remotas, la posibilidad de comunicarse con el resto de la población, sabrían lo que ocurre en el mundo entero, se beneficiarían de ‘los frutos del mundo civilizado’ , ello conllevaría a la formación de ciudadanos económica y políticamente activos...En sus primeras operaciones, la radiofonía está relacionada con la comunicación militar, pero posteriormente sus usos se diversificaron en varios contextos sociales...se le concibe como un medio de transmisión ideológica, instrumento acelerador del proceso de recuperación del capital, transmisor de informaciones, vehículo de propaganda política , medio para la difusión de la cultura o entidad multiplicadora del aparato educativo formal (...) La versatilidad de este medio permite utilizarlo según las necesidades y demandas de la población que tiene acceso a una emisora: puede desempeñar funciones que incluyen desde operar como teléfono para la comunicación entre individuos hasta erigirse en calidad de institución cultural para la sociedad.”(43).

En la década de los 20`s , además de ayudar a las labores marítimas y militares, los políticos tomaron a la radio como una herramienta de su propio poder, sirvió para afianzar un discurso político y de alguna manera, también influyó en la manera como se percibían y reconocían los gobernados entre sí. La radio, conjuntamente con la prensa, ayudó a que la sociedad tuviera noticias de sí misma.

(43).Alva De la Selva, Alma Rosa. Op. Cit. pp. 18-24

“En Alemania, después de las primeras emisoras radiofónicas, los obreros se organizaban no sólo para hacer críticas de los programas, sino que pretendían influir en este nuevo medio que se encontraba en manos del Estado; este no solo era el único emisor sino que cobraba además un impuesto a los compradores de los radio-receptores y aun a aquellos que fabricaban el propio aparato. (44).

No se debe olvidar el uso que Adolfo Hitler hizo de la radio, él comprendió que la radio era un eficaz medio para influir en la opinión política del pueblo alemán.

Bertolt Brecht, en 1932, dijo: “La radio no tiene mas que un aspecto, aunque debiera tener dos, es un simple aparato de distribución. No hace más cosa que transmitir...hay que convertirla de aparato de distribución en aparato de comunicación. La radio podría ser el más extraordinario aparato de comunicación que pueda imaginarse para la vida pública, un enorme sistema de canalización o más bien, podría serlo si supiera no sólo transmitir, sino recibir, no solo hacer escuchar al oyente sino hacerlo hablar, no aislarlo sino ponerlo en relación con los otros...” (45)

Denis McQuail, ha llamado a esta teoría ‘*La teoría democrático-participativa*’, la que resalta los siguientes puntos:

1) Los ciudadanos individuales y los grupos minoritarios tienen derecho a acceder a los medios de comunicación (Derecho a la información) y derecho a que los medios de comunicación sirvan a sus necesidades tal y como ellos lo decidan.

(44) Artículo de Ignacio Rodríguez en “Perfiles del cuadrante” de De la Selva .Ibid. pp. 272-273

(45). Ibid. pp. 270-271

2) Los medios de comunicación existen ante todo para sus audiencias y no para las organizaciones, los profesionales ni los clientes de la comunicación, 'El punto central de la *Teoría Democrático- Participativa*, radica en las necesidades, los intereses y las aspiraciones del receptor, dentro de una sociedad política'. Se interesa por el derecho a una información relevante, el derecho de replica, el derecho a utilizar los medios de comunicación para mantener relaciones entre los asentamiento comunitarios a pequeña escala, los distintos grupos de interés y la subcultura"(46)

Lidia Camacho, productora de *Radio Educación*, comentó: "La función social de la radio es muy vasta, desde lo informativo hasta campañas de planificación familiar, pasando por el apoyo al medio ambiente, apoyo al ahorro etc., sin duda alguna se ha avanzado algo, pero definitivamente no se ha hecho lo que se debería hacer, para que la radio tenga una verdadera función social. La función social de la radio, por lo menos en México, no debe quedarse sólo en campañas como la planificación social. Lo que se debería hacer es que el Estado aprovechara adecuadamente sus tiempos oficiales, para hacer verdaderas campañas sociales, lo que se hace son pequeños esfuerzos comparados con la gran función social que puede tener la radio...(47)

Lidia Camacho advierte que por el simple hecho de que la radio sea el medio de mayor penetración en el público, no se deben de confiar su función sólo a los espacios informativos.

Camacho, sin embargo, no deja de lado la actitud positiva de los empresarios en los últimos años " Volvieron a confiar en el medio, así la radio dejó de ser una sinfonola y pasó a ser un medio en donde la gente se podía enterar qué era lo que pasaba en su entorno, la radio es un medio que propicia a la reflexión en cuanto a ciertos temas, pero desafortunadamente las estaciones de radio comenzaron a interesarse más por las personalidades de renombre que por los contenidos mismos(...)

(46).Ibid. pp. 270-271

(47).Camacho,Lidia. Entrevista realizada en la Universidad del Claustro de Sor Juana 3 dic. 1996

...Las barras informativas han permitido que el público se informe de una manera mas profunda sobre las noticias, esto permite tener más elementos de análisis que los “flashazos” informativos de antaño, esto ha hecho que la radio adquiriera una nueva dimensión, un giro muy importante, pero habría no sólo que dejarlo en la cuestión informativa, sino volver a los formatos que le dieron a la radio mucha popularidad y sobre todo que consolidaron la propia función de la radio, como son las radionovelas, las cuales a su vez tendrán que volver con temáticas distintas y que puedan venderse, y al mismo tiempo apoyen a la ciudadanía y lo hagan reflexionar en torno a varias temáticas, y no el clásico ejemplo de la Cenicienta”(48)

En otros países se le ha dado a la radio usos distintos de los que se practican en México, por mencionar algunos:

Uno de los objetivos, del *Radio Club Obrero* era el poner al servicio de los obreros, este medio de comunicación...Pero poco pudo hacerse, en 1933, el *Partido Nacional Socialista* tomo el poder y la radio se convirtió en el principal propagandista de Adolfo Hitler, en las eficientes manos de Goebels.”(49).

Otro ejemplo de uso social de la radio y la participación directa con los radio escuchas, esta registrado en las *Radios Mineras de Bolivia...*”En 1940 en la localidad de Cancañiri, Bolivia, nació la primera *Radio Minera. Radio Sucre*, en el corazón de los dominios del llamado rey del Estaño, Simón Patiño.

(48). Op. Cit.

(49) Alva de la Selva . Op.Cit. pp. 272-273

En 1956, 19 emisoras de este tipo, conformaron la *Red de Emisoras Mineras*, que transmitían desde los propios centros mineros la mayoría de ellas, se sostienen por los propios aportes económicos de los mineros, que, asociados a la *Afiliación Sindical de Trabajadores Mineros de Bolivia*, constituyen el pilar más fuerte de la Central Obrera Boliviana (...). De acuerdo al cineasta y escritor boliviano, Alfonso Gumucio Dagrón: ' las emisoras mineras tienen como primer rasgo de originalidad el control de los trabajadores mineros...un control que establece la relación cotidiana entre los trabajadores de la radio y la familia minera. Es fácil entender este mecanismo, de retroalimentación si se considera que las emisoras mineras viven en los propios centros mineros pocos metros de la mina y en la propia población de los trabajadores. De ninguna manera las radio mineras pueden estar aisladas de lo que allí pasa todos los días'(50).

Un ejemplo de la radio participativa en México es, sin lugar a dudas, la labor del periodista, Francisco Huerta en su programa *Opinión Pública*, que comenzó sus transmisiones en 1976, en la estación *ABC*, de acuerdo al propio Huerta el objetivo del programa era sacar el micrófono y llevarlo a la calle, a los hogares, a los centros de trabajo, a donde estuviera la gente, para que fuera esta la que hablara.. "que hable el ciudadano acerca de su gobierno, de sus políticos, de sus problemas económicos, de la injusticia, en fin, de lo que se necesita corregir en el país. Que se convierta la radio en un gran referéndum, que apoye el plebiscito, instrumentos democráticos desconocidos en nuestra nación(...)" "...La mecánica del programa se basaba en las llamadas telefónicas al aire, entrevistas en el estudio, tanto a funcionarios públicos, como a diputados, miembros de diferentes partidos así como a expertos en el tema, que se trataba en el programa, los cuales respondían a las preguntas de los radioescuchas". (51).

(50) Ibid. pp. 272-273

(51) Ibid. pp.. 275-276

Así comenzó el programa de Francisco Huerta, el 13 de septiembre de 1976, :“Buenos días, Opinión Pública, hoy comenzamos un programa en el cual usted será la figura principal , su voz, su pensamiento, su punto de vista sobre lo que sucede en México, constituirá la sustancia de la emisión(...) se bueca el dialogo con los funcionarios y con los políticos , tomando como lugar de reunión este programa que pretende hacer funcionar nuestros valores democráticos(...) así el público aprendió a defender sus derechos y a gruparse”(52)

Pero debido a una llamada telefónica, en la cual se dijo que el entonces gobernador de Queretaro, Rafael Camacho Guzman había obsequiado un rancho al candidato del *PRI*, el *Sindicato de Trabajadores de la Industria de Radio y Televisión*, decidió retirar la autorización concedida a Francisco Huerta y su opinión Publica...esto ocurrió el 16 de agosto de 1982...Irónicamente, la voz que había sido el objetivo del programa, fue la voz que finalizo la propia emisión. por convenir, según el Sindicato, a sus intereses.

Otro caso de participación activa del radio escucha en México, que comenta el Asesor de Comunicación Política, Ignacio Rodríguez Zárate , en su ensayo, “Participación Social en las emisoras radiofónicas”(53), es el de la *Asociación de Escuchas de Radio Educación*”

(52). *ibid*.pp. 275-276

(53)*Ibid* . pp. 274-275

El 15 de enero de 1984, nació la *Asociación de Escuchas de Radio educación, A.C.*, que se fundó con 600 miembros (por esto en esta fecha se celebra el día del radioescucha), esta

Asociación propone que se haga una ‘radiodifusión fiscalizada por la sociedad, a fin de convertirla en efectivo instrumento de desarrollo social, ante la manipulación y desinformación de que es objeto la sociedad por parte de los que detentan el poder económico y monopolizan los medios de comunicación...los 600 radioescuchas fundadores se redujeron a 30...problemas económicos, presiones externas y diferentes ideologías hacen que la *Asociación* se esfuerce más por sobrevivir, que por realizar los objetivos que los unieron”. (54)

En la ponencia presentada por la *ARDF*, en el *Foro Regional de Consulta Pública*, también se hace referencia a varios usos sociales de la radio en México, entre los que destacan: el apoyo que se le da al conductor de automóviles para una mejor fluidez del tránsito en la ciudad, otras que orientan, de las condiciones atmosféricas y calidad del aire y las que ofrecen noticieros con información veraz y oportuna, además de música...”La vocación social de la radio, frente a los problemas que aquejan a nuestra nación, se acrecienta aun mas en crisis políticas y económicas, con la mas amplia difusión de los acontecimientos que se generan, al igual que la opinión de los afectados y la discusión de la interpretación de los analistas en cada uno de los temas involucrados, lo cual incrementa significativamente el alcance y la penetración de las campañas en favor de los mas diversos aspectos de nuestra convivencia cotidiana.

“...En situaciones de emergencia, la ciudadanía sabe que las radiodifusoras son pieza clave y donde se han requerido han servido de enlace para la comunicación instantánea...

“Nunca como antes, fue mas evidente que durante los momentos y días de angustia que siguieron a los terremotos de 1985, cuando la radio a la par de la sociedad civil, dejo de lado su actividad cotidiana para dedicarse a apoyar a la población afectada...”(55).

(54) Ibid. pp. 274-275

(55).Revista “La radio” Op.Cit. pp. 7 -12

OTROS USOS SOCIALES DE LA RADIO.

(Las ondas de radio al servicio del hombre)

El Ing, José De la Herrán comentó lo trascendente que son las ondas de radio en nuestra vida cotidiana.

“Debemos de entender, que las ondas de radio son radiaciones electromagnéticas con longitudes de onda que oscilan entre varios centenares de metros y algunos milímetros. Las diferentes longitudes de onda resultan apropiadas para distintos fines. Los principales factores que se tienen en cuenta son: su alcance y su capacidad de penetración, aunque estos dos factores están determinados por el tamaño de la antena (..) Las ondas de radio nos permiten actualmente, por ejemplo, enviar navíos o vehículos (telemando), las ondas electromagnéticas pueden transformarse en movimiento mecánico, por ejemplo, para dirigir a distancia una nave espacial, se envían ondas de radio orientadas al sistema de antenas de la nave. Una vez amplificadas y codificadas, actúan sobre su sistema, que producen el movimiento mecánico (...)Por otra parte, las ondas de radio son utilizadas en la navegación y aviación ya que están equipados con radiofaros y estos cuentan con un sistema de señales intermitentes, mientras que otros emiten ondas de radio continuas. Las señales indican la dirección del faro y, a veces, la posición de la nave (...)Las ondas de radio también se utilizan en la medicina, en el llamado tratamiento de onda corta. La parte enferma del cuerpo se coloca entre dos electrodos que emiten ondas de radio de alta frecuencia, las ondas de radio producen así, un calor que penetra profundamente en la parte en la enferma.”(56)

(56).De la Herrán, José. Op.cit.

Capítulo 2

UNA ESTACION DE SERVICIO : RADIO RED

Los medios de comunicación masiva , incluida la radio, son parte de una comunidad, en donde se establecen, se desarrollan, se administran y actúan: entretienen, informan, e influyen. Por lo tanto son medios de comunicación social; independientemente del giro que maneje: comercial, musical o cultural.

Lo que los distingue, además de sus formatos, es el tipo de servicio social o comunitario que desarrollan a través de sus transmisiones. En el caso de la radio, este servicio abarca desde una información real y objetiva del entorno, con los elementos necesarios para guiar (formar) la opinión del radioescucha hasta la posibilidad real del auditorio de manifestar sus interrogantes, quejas y necesidades a través de los micrófonos , así como la orientación, la ayuda y entretenimiento que se le proporcionen.

RADIO RED:

Desde sus inicios, *Radio Red* ha tenido una filosofía de servicio al público. Bajo los lineamientos de su Presidente y fundador, Clemente Serna Martínez y su Director General, Clemente Serna Alvear, Se ha preocupado por atender y dar cause efectivo a las demandas y solicitudes de sus radio escuchas, así como a las necesidades prioritarias de la ciudadanía en general. Es una estación interesada en un público activo, participativo e informado.

Radio Red también ha procurado contar con la tecnología de punta. *Radio Red*, transmite sus noticiarios y programación general en la frecuencia 1110 de amplitud modulada con una potencia de 1500 watts y el servicio de *Monitor* en *Radio Red* en frecuencia modulada.

Las principales ciudades a donde llega su señal son : Monterrey y Guadalajara

Transmite las 24 horas, completamente en vivo y su característica principal es la programación hablada. Dentro de ésta programación se manejan temas como, orientación familiar, orientación sexual, médica, asesoría legal y hasta acciones ecológicas, entre otros.

Desde 1986 es la estación de noticias más importante en el Distrito Federal, con una audiencia de más del 70% en el horario de 6.00 a 10.00 a.m., en el noticiario *Monitor*, su principal programa y encabezado por el director de *Infored*, José Gutiérrez Vivó.

Las principales secciones de *Monitor*, son : mesas políticas, mesas económicas, debates de interés público, entrevistas con funcionarios, académicos, políticos, deportistas, además de la opinión de sus comentaristas de planta.

Monitor tiene 4 emisiones al día de lunes a sábado:

En la mañana (6.00 a 10.00 hrs.) al medio día (13.00 a 15.15 hrs) en la tarde-noche (17.00 a 21.00 hrs) y la edición nocturna (24.00 a 1.00 hrs)

Radio Red, a pesar de ser considerada como una estación familiar, es una estación que de acuerdo a las llamadas recibidas y las entrevistas realizadas por INRA (international research México) dedica sus programas al auditorio mayor de 25 años. El grupo de edades que escucha con mayor frecuencia a la estación, son hombres y mujeres de 30 a 45 años de edad, de clase media , media baja y baja.

A finales de 1994, *Radiodifusión Red* y *Grupo Radio Centro*, (GRC) se fusionaron, como un sólo grupo radiofónico. Clemente Serna Alvear, vendió a Adrián y Carlos Aguirre (GRC), el 67% de sus acciones, como dueño de *Radiodifusión Red* (*XERED*, *Radio Red AM*, *XHRCA FM-ALFA 91.3*, y *XHRED- Radio Red FM*, así como la *XEDKR-AM* en Guadalajara y la *XESTN-AM Radio Voz de Monterrey*) El 33% restante, colocó a Serna como un accionista más de *ORC*. El monto total de la venta de *Radiodifusión RED* fue de 135 millones de dólares.(57)

(57).Aguirre, Carlos. Entrevista realizada en el Grupo Radio Centro en octubre 1997

A raíz de esta unión, la programación general se trasladó a las oficinas centrales de *Radio Centro*, en avenida Constituyentes y Reforma, mientras que la parte noticiosa de la estación (*Infored*) continua transmitiendo desde sus oficinas generales en San Jerónimo, al sur de la ciudad y proveerá hasta el año 2010 de servicios informativos a las estaciones de *GRC* y sus más de 100 emisoras afiliadas. A raíz de este convenio *Grupo Radio Centro* cedió dos de sus estaciones (*radio Consentida* y *radio Variedades*) a José Gutiérrez Vivó.

A mediados de julio del año 2000 se dio a conocer en varias notas periodísticas, la intención del *Grupo Radio Centro* para vender sus acciones al grupo *Telesiva*, esta venta no se llevo a cabo, debido a que en el contrato hecho con *infored*, una de las clausulas era que no se podía vender ninguna estación del *Grupo Radio Centro* a ningún comprador sin antes consultar al director de *Infored*, José Gutiérrez Vivó

Gutiérrez Vivó asociado con Clemente Serna externó su deseo de comprar no sólo Radio Red AM y Radio Red FM, sino todas las estaciones del *Grupo Radio Centro*, por su parte la familia Aguirre como Emilio Azcarraga declararon que esta venta quedaba en receso, mientras el nuevo gobierno (panista) entraba en funciones.

En la encuesta realizada en 1997 por el periódico *Reforma*, para conocer los hábitos de consumo en medios de comunicación, *Radio Red* fue señalada como la estación más escuchada y de mayor preferencia entre el público capitalino, así mismo se identificó a José Gutiérrez Vivó como el personaje más reconocido del cuadrante.(58)

(58).Periódico Reforma 5 febrero 97 "Consumo cultural y medios en la ciudad de México"Sección Cultural pp.. 3C

DON CLEMENTE SERNA MARTÍNEZ FUNDA RADIO PROGRAMAS DE MÉXICO.

Clemente Serna Martínez se inició en la radiodifusión cuando apenas contaba con 20 años de edad y trabajaba como empleado de Ferrocarriles en su ciudad natal, Monterrey:

Su jefe, lo recomendó con los hermanos Luis y Constantino De Tarnava pioneros de la radiodifusión en Monterrey. El joven Clemente entró a trabajar como agente de ventas para su estación, la *XEH*, la cual ya tenía alrededor de 9 años al aire.

El primer cliente de Clemente fue el dueño de una cristalería, después de varias ocasiones de insistir, Serna consiguió que éste comprara diez medias horas, dentro de la programación de la *XEH*. En ese entonces los De Tarnava vendían las medias horas a cuatro pesos y Serna había conseguido venderlas a treinta pesos cada una.

Meses después, llegó a Monterrey un agente de Emilio Azcárraga Vidaurreta, con la intención de vender la estación *XEP*, propiedad de Azcárraga, pero antes de venderla la querían fortalecer; para este fin contactaron a Clemente Serna.

Serna aceptó el trabajo: conseguir a los mejores anunciantes y así poder fortalecer la *XEP*. Emilio Azcárraga quería conseguir diez accionistas para venderles la estación que valía 25 mil pesos, así es que les tocaba a dos mil quinientos pesos a cada accionista y así formar una asociación. Clemente Serna, adquirió 500 pesos en acciones de la estación.

A los pocos meses se vendió la emisora, los nuevos dueños, designaron a Clemente, gerente de la estación. Como Gerente, viajó a la Ciudad de México, para comercializar la emisora con agencias como la *Colgate Palmolive* y la *Picot*. El trabajo de comercializar una estación, en esos años no era fácil; las casas comerciales no querían anunciarse porque desconocían a las estaciones de provincia y no sabían si realmente pasaban sus anuncios, por los cuales ya habían pagado.

En Monterrey, Clemente Serna conoció al señor Wender Cox, quien le propuso ser el gerente de una de sus estaciones de Tampico; Serna no aceptó, lo que buscaba era comprar parte de una estación de radio y no seguir siendo sólo un vendedor o el gerente, así Serna le propuso a Cox que le vendiera el 50% de la estación en Tampico.

Poco a poco, Serna Martínez fue adquiriendo otras estaciones en Monterrey. Ya como dueño de radiodifusoras del norte, volvió a tener trato con Azcárraga Vidaurreta. Clemente deseaba formar una cadena de estaciones de radio, en donde la estación piloto surtiera de programas y anunciantes a las estaciones afiliadas; las ganancias estarían divididas entre la Cadena y sus afiliadas.

Serna y Azcárraga acordaron trabajar conjuntamente para formar esa organización nacional que surtiría a las principales radiodifusoras del país.

Clemente Serna recorrió el país en busca de estaciones de radio que quisieran formar esta primera cadena radiofónica nacional. Su primer negocio lo hizo en Torreón y después en Mérida, así, de plaza en plaza, se fue conformando la cadena. Así nació *Radio Programas de México*, el 1ro. de junio de 1941, encabezada por su presidente, Emilio Azcárraga Vidaurreta y su vicepresidente y Director General, Clemente Serna Martínez.

El equipo de trabajo estaba conformado por Francisco Naranjo (sub gerente), Juan Durán (gerente de ventas), Antonio Ontiveros (jefe del depto. De control) y Horacio Niño (jefe de contabilidad).

Los contratos no se hicieron esperar, a un año de su fundación, *Radio Programas de México* ya contaba con 62 estaciones afiliadas, entre las que destacaban: *XEAX*(Oaxaca, Oax.), *XEFB* (Monterrey, N.L.), *XEU* (Veracruz, Ver.), *XEBI* (Aguascalientes, Ags.), *XEHL* (Guadalajara, Jal.), *XEJX* (Queretaro, Qro.), *XES* (Tampico, Tam.), *XEBL* (Culiacán, Sin.), *XEUE* (Uruapán, Mich.).

Radio Programas de México estaba conformada por estaciones del interior de la República en Mérida, Guadalajara, Mazatlán, Culiacán, Hermosillo, Chihuahua y su emisora piloto llevaría las mismas siglas de la cadena, *XERPM*. y transmitiría en la frecuencia 660 de amplitud modulada.

El trabajo de Serna era mantener una programación novedosa, con radionovelas y programas deportivos, mientras que Azcárraga mantenía en primer lugar del cuadrante, a la *XEW* y sus artistas. La *XERPM* era el laboratorio de la *XEW* (otro de los motivos por los cuales eran socios Don Clemente y Azcárraga). Serna podía experimentar e innovar en la *XERPM*, y una vez probado el éxito del programa o el artista, pasaban a la *XEW*.

El trabajo de Azcárraga como Presidente de *RPM*, además de financiar la cadena, era repetir sus programas (de la *XEW* y/o *XEQ*) en las distintas plazas que Clemente abría en provincia. Azcárraga grababa sus radionovelas y programas y Serna se encargaba de venderlas y de que fueran transmitidas con la mejor calidad y los mejores anunciantes, en las diferentes estaciones asociadas.

Serna también se encargaba de mantener en óptimas condiciones técnicas los estudios, así como, dotarlos de la más alta tecnología. De acuerdo a la revista *Radiolandia*, el trabajo de Serna consistía en “controlar la República entera, por medio de potentes redes, elevando el standard cultural de los programas y logrando una mayor efectividad de los anunciantes” (59)

Como cadena radiofónica, *Radio Programas de México*, producía, vendía y distribuía radionovelas, musicales y espacios noticiosos. El proceso de trabajo era el siguiente:

Una vez, que el cliente decidía cuáles programas querían en sus estaciones, el programa, simultáneamente a su transmisión (por *XEW* o *XEQ*, principalmente) estaba siendo grabado, en discos de acetato o cristal.

Después de la primera grabación del mismo, se procedía a las copias, dependiendo de los pedidos que se tuvieran, (en discos idénticos a la calidad del original) para finalmente, ser enviados a las emisoras afiliadas.

(59) revista “Radiolandia” -24 nov. 1942 pág.2

La prosperidad de *RPM*, dio la oportunidad a Clemente Serna de iniciar nuevas compañías, relacionadas con la radiodifusión, como *Programex* la cual cambiaría su

nombre, años después, por *Arte Radiofónico de México*. Se hicieron radionovelas especiales para la cadena, como *Corazón Salvaje* (de Caridad Bravo A.), *Gerónimo Chagoya* (de Carlos E. Fink), *La Casa Roja y Corona de lágrimas* (de Manuel Canseco), *Casta Maldita* (de Francisco Márquez) y *Doctora Corazón* (idea original de Gloria Iturbe). Entre los actores que participaban en estas producciones, se encontraban : Prudencia Griffel, Roberto Cañedo, Silvia Derbéz, Enrique Del Castillo, Rosario Muñoz Ledo, Amparo Garrido, Guillermo Portillo Acosta, Luis Manuel Pelayo y Carmen Molina, entre otros. También se hicieron especiales musicales de zarzuela y opereta.

Con la llegada de la televisión a México, (1o. de septiembre, 1950), Emilio Azcárraga, decidió dejar definitivamente, la cadena, en manos de Clemente Serna. Aunque la relación de trabajo, continuó por varios años, ya que RPM siguió surtiéndose de programas de las dos radiodifusoras de Azcárraga, *XEW* y *XEQ*. Clemente Serna, quedó al frente de la Cadena, ocupando el cargo de Presidente y fundador.

CLEMENTE SERNA MARTÍNEZ Y CLEMENTE SERNA ALVEAR.

Clemente Serna Alvear, hijo de Serna Martínez, terminó sus estudios de secundaria y preparatoria en Estados Unidos; al concluirlos regresó a la Ciudad de México para integrarse a los negocios de su padre. La decisión que asombró al propio Don Clemente “yo pensaba, el que yo esté metido en la radio, no quiere decir que mi hijo tenga que seguir también en este negocio...” (60)

Serna hijo, se tituló de licenciado en Administración de empresas e hizo su maestría en Europa . Comenzó a laborar en la cadena, en 1956. Entre padre e hijo; vasta experiencia e ideas jóvenes, conforman la programación y las metas de *Radio Programas de México*.

En 1957, Clemente Serna Alvear, se integró a la dirección de *XERPM*, la emisora piloto de la Cadena.

(60) Serna Martínez Clemente-entrevista realizada en sept.199

En este mismo año, *Radio Programas de México* fue la primera cadena que transmitió internacionalmente. Esta primera transmisión fuera del territorio nacional fue la pelea de José Becerra contra Yonekura desde Japón.

A principios de los 60's *Radio Programas de México* fue la primer empresa radiofónica que logró enlaces permanentes con cadenas noticiosas de América Latina y del resto del mundo, siendo además la creadora de la *Cadena Latinoamericana de Noticias* y de la *Cadena Tricolor*.

En 1966, *RPM*, obtuvo la primera concesión para operar en México, una estación en idioma inglés, *VIP*, la cual comenzó sus transmisiones en el 1560 de amplitud modulada y después se pasó a FM, en la frecuencia 88.1 (frecuencia que mantiene actualmente). *VIP* fue la primera estación que realizó convenios de intercambio de información con la cadena CBS de los Estados Unidos y la BBC de Londres.

Mientras *Radio Programas de México* se consolidaba como cadena radiofónica, surgieron varias cadenas que serían tanto competencia como socias de los Serna. Entre las cadenas que más destacaron en México, fue la de Rafael Cutberto Navarro, el cual estableció la *Radio Cadena Nacional, RCN*, cuyas siglas también coincidían con las iniciales de su fundador. Se consolidaría con las aportaciones programativas de su vicepresidente, el cubano Modesto Vázquez.

RCN además de ser una fuerte competidora para *RPM*, también significó una socia en cuanto a programación. Clemente Serna compró varias series y telenovelas del catálogo de *RCN*, como, *Kaliman, Julian Gallardo, Arandú El príncipe de la Selva, Madres Ignoradas, Con las manos malditas* y *Rayo de Plata*, para transmitir las en *XERED* y demás estaciones afiliadas.

Además de la Cadena de Rafael Cutberto Navarro, surgieron cadenas como, *La cadena Azul, La cadena XEB, Cadena Radio Continental, Red México*, con 23 plazas afiliadas, (propiedad de Luis Martínez Vértiz,) y *Cadena independiente de Radio* con 25 radiodifusoras afiliadas (propiedad del general Ramón Rodríguez Aguilar)

DE LAS RADIONOVELAS A LA RADIO HABLADA: NACE RADIO RED:

En 1973, cuando *Radio Programas de México* era la cadena radiofónica de mayor importancia en América Latina; la de mayores ventas, la que más surtía de programas a todos los radiodifusores, el señor Clemente Serna Alvear, ya como director general de *Radio Programas de México*, decidió terminarla: cumplidos los contratos con cada una de sus estaciones afiliadas, no los renovó. (Aunque el grupo, conservo las siglas RPM). Serna Alvear, "visualizó" que ya no sería exitoso tener una gran cadena como "proveedor" de programas e información, a toda América Latina y el país, consideró que sería mejor concentrar todos esos recursos y esfuerzos en una sola emisora, de carácter informativo y a la vez influyente. Para esto, Serna Alvear compró a *RCN*, su estación piloto, la *XERCN*, la cual transmitía por la frecuencia 1110 AM y le cambió las siglas por *XERED* pero conservó la frecuencia.

Al desaparecer la cadena, la estación *XERPM*, dejó de ser estación piloto, aunque continuó como estación musical y deportiva, posteriormente fue vendida a *Organización Radio Fórmula (103.3 Fórmula romántica)*.

Serna Alvear fue criticado por los demás radiodifusores; todos creían que era un error vender lo que le estaba dando prestigio, poder, ganancias y presencia dentro de la industria radiofónica.

XERED, Radio Red: Una estación de servicio.

Serna quería una emisora que no sólo fuera musical, sino que ofreciera una programación de contenidos (diversos), con comentaristas en vivo que interactuaran con el público. La estación que se lanzó para tal propósito, fue *XERED, Radio Red*.

Serna Alvear aspiraba a tener la estación de radio número uno en rating, en programas, en servicio, en información, así como a las voces más especializadas de cada área, compartiendo sus conocimientos para el público. El objetivo era ocupar el primer lugar de audiencia que tenía la *XEW*. Serna estaba consciente que este cambio no se notaría a corto plazo.

La señora María Luisa Barrera de Serna, colaboradora y conductora de programas como “*Querida amiga*” y “*Escucha*” ambos de *Radio Red* por más de 20 años, recuerda como fue criticado Serna Alvear, en el momento que se anunció la venta de la cadena.

“Clemente comprendió que la radio que se hacía en México no podía continuar por el mismo gusto musical y radionovelerero de tantos años atrás, un terreno que era totalmente impuesto por los dueños de las estaciones ...Creía que la radio realmente debería de contar con un emisor y un receptor y entre éstos debía de existir retroalimentación. No se escuchaba ni se tomaba en cuenta lo que el público quería o necesitaba y mucho menos se sabía cómo se estaban recibiendo los mensajes radiofónicos. No fue nada fácil para Clemente llegar con los fundadores de la industria y exponerles sus ideas de emisor-receptor...

“...Para toda la industria, Clemente era simplemente el ‘Junior de Don Clemente’, por lo tanto no creían en su juventud, en sus ideas y mucho menos en sus ideales de estación”.(61)

Entrada la década de los 70’s, cuando se adquirió la emisora *XERCN*, la industria del disco ya había invadido a las estaciones de radio. La fórmula disco-comercial-disco, era el patrón establecido en la mayoría de las estaciones, un método mucho más fácil y barato que llevar en vivo a los cantantes o manejar programación hablada.

Las propias disqueras fomentaban e impulsaban este tipo de promoción radiofónica. Por su parte los dueños de las estaciones de radio preferían disponer de una gran discoteca, pagar mucho menos personal y ofrecer las 24 horas del día música grabada, intercalada con comerciales.

El ingeniero Luis Porras, operador e ingeniero de audio de *Radio Programas de México* por más de 25 años, comenta: “El señor Serna al adquirir *RCN*, quiere recobrar el servicio de la radio, quiere romper con los esquemas “facilonos” de disco-comercial.”(62)

(61)Barrera. María Luisa, Entrevista realizada el 7 nov. 96

(62)Porras. Luis, Entrevista realizada el 31 octubre 96

Se creó *XERED*, *Radio Red* con la idea de convertirla en una verdadera red de servicios, de orientación y de información para el público, así como colocarla en los más altos ratings de

audiencia.. El objetivo fue crear una estación hablada, informativa y de servicio, una estación con la que el público se identificara y la "hiciera suya".

Cuando *XERED, Radio Red*, inició sus transmisiones, sus oficinas administrativas se encontraban en la calle de Vallarta 3, en el noveno piso, pero los estudios se encontraban en el Paseo de la Reforma número 322, el enlace entre las oficinas y el estudio se hacía por vía microondas.

Un año antes de la compra, 1972, llegó a México, tras concluir sus estudios de periodismo en Inglaterra, el joven José Gutiérrez Vivó. Había estado en contacto con radiodifusoras de servicio europeos y su principal ideal, era hacer en México noticiarios de larga duración.

Clemente Serna Martínez, continuó como presidente del grupo, aunque quién ejercía verdaderamente la dirección general y tomaba las decisiones era su hijo.

Serna Alvear se hizo cargo completamente, del manejo de *Radio Red*, así como de *VIP*. Serna Alvear se rodeó de gente como José Gutiérrez Vivó, Roberto Ordorica, quien dos décadas después pasara a la Dirección General del *Núcleo Radio Mil*, Mario Molina, quién manejó por 20 años las estaciones de Serna en provincia y Carlos Aparicio.(Ex -director de Noticias de *Organización Radio Centro*)

José Gutiérrez Vivó llegó como encargado de relaciones públicas y posteriormente pasó al área comercial, como vendedor, de 1972 a 1973. Serna Alvear compartía con él las mismas ideas de servicio radiofónico. Después de un año en el área de ventas se le invitó a dirigir el área de noticias. Así empezaron los cambios, se hicieron los primeros noticiarios de cada hora, aunque continuaban radionovelas, como: *Kalimán, La Casa Roja, El ojo de vidrio, Rayo de Plata* además de algunas viejas series cubanas, como: *La Tremenda Corte, y Raffles*. También entraron al aire, programas como: *Radio bazar, Por su salud y Radiomovil*

En *Radio Bazar*, la gente podía vender sus productos a través de la radio, dejaba sus datos más generales y las características de los productos a vender y el público se comunicaba,

vía telefónica, para “cerrar” la venta. Con este programa *Radio Red* inauguró los espacios de compra y venta en la radio. Este programa duró más de 20 años al aire.

En Por su Salud, se orienta, se informa y se canalizan las interrogantes del público respecto a sus padecimientos físicos. Fue pensado para la gente de bajos recursos económicos, pero su auditorio es de todas las clases sociales. Entre los temas que se manejan en *Por su salud*, están : pediatría, *psiquiatría*, gastroenterología, sexualidad, medicina interna; además de orientación, también es un programa de denuncia, en contra de algunas instituciones médicas que no prestan adecuadamente sus servicios. El programa *Por su Salud*, lleva al aire más de 20 años, en la actualidad se transmite todos los domingos de 6.00 a 7.30 de la mañana.

Radiomovil fue un programa de orientación al automovilista, se manejaban temas como: las herramientas que un conductor debe de traer en su automóvil, que hacer en caso de avería mecánica, cómo y con quién asegurar el coche, así como la interpretación de los diferentes artículos del reglamento de tránsito.

Casualmente estos tres programas fueron ideados y conducidos en su momento, por uno de los pilares de la locución radiofónica. Don Rafael Alfonso Sinta Caballero, locutor y conductor de *Radio Programas de México* por más de 40 años.

Rafael Alfonso Sinta recuerda cómo surgieron estos programas: “En esos años casi todos los locutores vendíamos anuncios para la radio, presentábamos a cantantes y/o éramos el narrador de las radionovelas ...todo nuestro trabajo estaba cargado a estas tres actividades, pero en 1973, cuando los señores Serna adquirieron *RCN* surgió la idea de crear programas donde no sólo presentáramos y habláramos los locutores, sino que también el público estuviera en contacto con nosotros. Muy pocas veces, le puedo decir, que se ocupaba el teléfono en el estudio, era algo que no se usaba...Yo había trabajado por muchos años en las oficinas de Tránsito y sabía que mucha gente tenía licencia para manejar sin ni siquiera saber manejar y sin conocer el reglamento, pensaba que sería muy bueno hacer un programa en donde se orientara a los automovilistas sobre qué hacer en situaciones difíciles y también sobre sus derechos y obligaciones como conductores de autos...Así surgió *Radiomovil*.”(63)

También Alfonso Sinta creyó conveniente abrir un espacio en la radio para orientar al público sobre la salud, se lo comentó al señor Gutiérrez Vivó y se contrataron a médicos prestigiados que se dedicaron a orientar e informar al público, “fue un programa de gran ayuda y que marcó un estilo en todo el cuadrante, después surgieron muchos programas similares.”(64)

Este tipo de programas eran mucho más caros y requerían mayor producción que manejar la simple fórmula “disco -comercial”, pero los Serna estaban interesados en sacar adelante su nueva estación, con sus objetivos y metas a mediano y largo plazo.

Mientras tanto, en el ambiente radiofónico nacional, se comentaba: si haber terminado con *RPM*, era un error, poner programación hablada y comentada por expertos era una locura: los radiodifusores se reunían con Don Clemente Serna Martínez y le aconsejaban que no dejara hacer a su hijo lo que él quería, lo llevaría a la ruina. El joven Serna Alvear, para los radiodifusores, compañeros de su papá, era un simple “hijo de papi,” tirando a la basura el trabajo y la labor de su padre.

(63) Sinta, Rafael: entrevista realizada el 10 dic. 94

(64) Op.Cit

Los radiodifusores pensaban y comentaban entre ellos que era una tontería quitar programas musicales por programas hablados, con telefonista atendiendo al público y hasta pagando sueldos a los nuevos colaboradores y expertos.

A pesar de los augurios y los pronósticos, poco a poco se consolidan los programas y noticiarios de *Radio Red* en el gusto del público, aunque permanecieron las radionovelas y los programas musicales .

El 10. de abril de 1974, el secretario de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, el licenciado Eugenio Méndez Docurro inauguró la *Primera red Nacional de Noticias* con la que *Radio Red* empezó a cubrir hora tras hora las noticias más importantes que ocurrían en México, llegando a las 44 ciudades más importantes del país.

Esta innovación se llamó *Radio Reporte de cada hora*, y actualmente es *Metropolitanos de la hora*, el objetivo de estos *Radio Reportes de cada hora* era transmitirlos en diferentes estaciones de radio, tanto de provincia como en el Distrito Federal, llevando la información momentos después de generarse

Clemente Serna Alvear propuso a los radiodifusores venderles estos cortes noticiarios, producidos y conducidos por el personal de *XERED* ; algunas estaciones aceptaron, pero otras no. Algunos radiodifusores argumentaban que no podían comprarle sus noticieros de las 8.00 de la mañana, por ejemplo, por que precisamente en ese horario, ellos tenían programada la hora o estelar de Pedro Infante o de Javier Solís, programas "intocables" que no se cambiarían por pasar un noticiario, por muy corta que fuera su duración.

Por su parte, José Gutiérrez Vivó continuaba con su idea de hacer noticiarios de larga duración y no sólo producir y vender cortes informativos de cada hora. Tenía la idea de que la noticia no sólo se debía de leer, sino que también se le deberían de dar elementos de análisis al auditorio, además de contar con noticiarios cada hora y programas hablados.

La estación *Radio Vip*, integrante también de *RPM*, transmitía noticiarios a cargo de locutores bilingües, como Mario Iván Martínez, John Smith y Ernesto Araiza. En esta estación se hacían programas hablados con comentaristas en vivo, lo que se conocía como programación "coffe break". Poco a poco la palabra y la noticia fueron ganando terreno.

Fue precisamente en *Radio Vip* , donde se echó a andar la idea de Gutiérrez Vivó, hacer noticiarios largos de 30 minutos. El locutor y comentarista fue Mario Iván Martínez, quién un año después será el locutor oficial del primer noticiario de larga duración en la radiodifusión mexicana, *Monitor*.

El licenciado Roberto Ordorica, director de Radio Red por 20 años (1973-1993) recuerda cómo surgió *Monitor*. “En 1973 tanto Clemente Serna, Gutiérrez Vivó y yo íbamos con frecuencia a la *CBS* de Nueva York, a tomar seminarios de noticias , veíamos lo que se hacía allá y lo comparábamos con lo nacional. Por esa necesidad de crear un buen noticiario fue que nació *Monitor*. ” (65).

MONITOR, EL PRIMER NOTICIARIO DE LARGA DURACIÓN EN EL CUADRANTE.

En septiembre de 1974, salió al aire el noticiario *Monitor*, con tres horarios: de 7 a 8 de la mañana, de 2 a 3 de la tarde y de 6 a 7 de la noche , de lunes a viernes.

Mario Iván Martínez era el locutor titular de *Monitor*, ya que era el que más experiencia tenía, debido a su labor en *Radio Vip*. El gerente de operaciones era Manuel Nájera, pero meses después, abandonó la organización para dedicarse a otros negocios y José Gutiérrez Vivó tomó su lugar. En ese puesto estuvo un par de años, pero Serna-hijo y Ordorica lo impulsaron para que se probara un día en los micrófonos, ya que conocían sus ganas de hacer radio hablada. Cuando se presentó la oportunidad, entró como sustituto de Mario Iván Martínez.

(65).Revista “Origina” –Entrevista a Roberto Ordorica. nov. 93

Gutiérrez Vivó empezó a editorializar y a comentar las notas. *Monitor* fue el primer noticiario que dejó los cables informativos y salió a buscar la noticia... "Al señor Serna le gustó esta manera de conducir el noticiario, ya que él siempre ha creído en el público activo, nunca pensó como los otros radiodifusores, 'yo creo que el público quiere esto, o a mí me gusta tal cosa y eso es lo que programo'. El señor Serna siempre quiso quitarle esa parálisis a la radio, además de darle música y entretenimiento al público también hay que informarlo y orientarlo. Había que cambiar lo que se había dado hasta entonces" (66).

El primer equipo de reporteros de *Radio Red*, estaba integrado por: Rafael Jerezano, Jorge A. Olea, Martha Elva González y María del Carmen Namó.

Echar a andar una estación como la que proponía Serna Alvear, no fue tarea fácil: *Radio Red* contrató a más personal técnico, creativo e informativo, que cualquier otra nómina dentro de la industria. Además, Serna hacía viajes constantes a los Estados Unidos para equipar su estación con tecnología de punta. *Radio Red* también procuró rodearse de los mejores comentaristas y expertos en derecho, economía, política, finanzas, espectáculos y deportes, además de tomar conciencia de la ecología y la salud.

El cambio de una programación musical por una programación hablada, no convencía a muchos, (tanto radiodifusores como radioescuchas) pero la participación de los anunciantes fue determinante, ya que no sólo les importaba anunciar jabones o cremas, en las estaciones de radio, "les urgía" un nuevo público, distinto al femenino doméstico, cautivo de las radionovelas.

(66)Gutiérrez Vivo.José, Entrevista realizada en diciembre 96

Martha García, colaboradora de *Radio Programas de México*, desde 1961 tanto en el área administrativa, de producción, atención al público y noticiarios, explica como los anunciantes apoyaron la radio hablada y los noticiarios:

“Las radionovelas se fueron quitando poco a poco de la programación: además de ser un deseo del señor Serna y el señor Gutiérrez, también fue un deseo de los anunciantes, ya que estos no querían anunciarse sólo en horarios dirigidos a las amas de casa, para esos horarios estaban bien los detergentes, las tiendas de ropa, los cosméticos y las cremas, pero al igual que la radio creció, también crecieron sus anunciantes. Para 1973, los anunciantes querían horarios “masculinos” en donde se pudieran anunciar los bancos, los automóviles, los seguros de vida, etc. Los anunciantes vieron con muy buenos ojos, anunciarse en noticiarios, donde el público era más diverso a diferencia que en las radionovelas.” (67)

En febrero 1976, *Radio Red* creó el proyecto *SERCANO (Servicio Centroamericano de Noticias)*, mediante el cual se estableció una red de comunicación e intercambio informativo con países de Centroamérica, lo que permitió a *Monitor* llegar diariamente a más de veinte millones de personas. Estas, a su vez, pudieron recibir información en vivo y en directo, desde Guatemala, El Salvador, Honduras Nicaragua, Costa Rica, Panamá, España, Chile, Argentina, Perú, Uruguay, Colombia, Venezuela y Ecuador.

Mientras tanto, dentro de la programación, ya colaboraban en *Radio Red* comentaristas como Jorge Saldaña, quién conducía el programa “*Una voz en la noche*”, Enrique Del Castillo y Carlota Solares, tenían a su cargo el programa de variedades, “*De revista...*” Roberto Ayala, el programa “*Al pan pan...*”, de tipo gastronómico, “*Algo hay de eso...*” donde Carlos Aparicio comentaba algunos sucesos de la vida citadina, Alfredo Ruiz del Río tenía a su cargo un programa de espectáculos y María Luisa Barrera con sus cápsulas noticiosas sobre nutrición, dirigidas a las amas de casa.

(67).García.Martha, entrevista realizada el 11 nov. 96

María Luisa Barrera recuerda cómo el público fue aceptando este tipo de radio: “En esas primeras cápsulas, señalábamos la importancia de la nutrición, nos pudimos enterar, que en la carrera de medicina los doctores no llevan materias relacionadas con la nutrición, así es que si un médico no conoce de nutrición pues mucho menos las amas de casa, que nos escuchaban. Nosotros consideramos que era necesario informar y orientar a las amas de casa, ya que ellas son las que manejan el gasto familiar, son las que forman buenos o malos hábitos alimenticios en los niños y son las que preparan los alimentos..... La respuesta fue tan grande, que de hablar sólo de nutrición en general, nos pedían que habláramos de la nutrición de la futura mamá, del recién nacido, de los adolescentes y hasta de los ancianos. Nosotros fuimos aprendiendo a programar de acuerdo a las solicitudes y demandas del público, el tiempo de las cápsulas se les hizo insuficientes y hubo que alargar el tiempo de las mismas.” (68)

José Gutiérrez Vivó, director de noticias y eventos especiales de *Radio Red*, define a la estación: “es netamente una organización de servicio, nosotros no vendemos productos. Lo que vendemos es un servicio informativo, un producto que sea atractivo, útil que tenga valor para el público” (69)

Después de los sismos del 85, no sólo *Monitor* encabezaba a los noticiarios más escuchados por los capitalinos, también su programación hablada ocupaba el primer lugar de audiencia.

(68)Barrera. María Luisa, Op. Cit

(69)Gutiérrez Vivo.José, Op.Cit.

La propia estación alentaba al público a llamar a los programas y noticiarios para que expresaran su opinión, y sus quejas. En la actualidad esto es muy común, pero para esos años, la comunicación telefónica entre la radio y el público sólo se usaba para "votar" por alguna canción, que el público llamara para comentar y opinar era una innovación

En 1978, ya con José Gutiérrez Vivo como director de noticias, se inauguró uno de los servicios sociales que han distinguido a *Radio Red*, la información de la vialidad. En el año de 1967, un grupo de radiodifusores, (Francisco Ibarra, Hedilberto Huesca y Rogelio Azcárraga) contrataron al joven ingeniero civil, Jorge Olea, apasionado de los helicópteros, para que les enviara la información del tránsito a sus estaciones, él contaba con una experiencia radiofónica de varios años, precisamente, dando el servicio de la vialidad. Así se alquiló una pequeña avioneta, después se hizo este servicio con un helicóptero, también rentado. Así transcurrieron 2 años, pero los radiodifusores no vieron mucho futuro ni dinero en este servicio. Cuando el señor Serna adquirió *XERCN*, José Gutiérrez Vivó mandó llamar a Olea para contratar sus servicios.

Así se instaló permanentemente el servicio de *red vial*. "*Radio Red* fue la estación que hizo permanente este servicio para su auditorio, las otras estaciones lo tenían, pero un día pasaba, dos no, era un servicio muy irregular...*Radio Red* ha llegado a hacer de este servicio una característica de su forma de servir al auditorio. Aunque ahora muchas estaciones cuentan con sus propios helicópteros y hasta la televisión da el servicio de vialidad, nadie tiene la infraestructura de *Radio Red*."(70)

El servicio vial se comenzó a dar con el apoyo de la *AMA (Asociación Mexicana de Automóviles)* y cuarenta y cuatro de sus unidades móviles. Para finales de 1979, el servicio que daba el ingeniero Olea, se hacía a través de un radioteléfono, que estaba controlado por *S.O.S. (Servicio Organizado Secretarial)*: éste recibía la señal del helicóptero a tierra y daba la información, telefónicamente, a algún encargado de la cabina central de *Radio Red*. Este enlace de aire a cabina tardaba aproximadamente 3 minutos.

Para 1979, la *Red Vial* trabajó ya con un helicóptero, gracias al patrocinio de *Pemex* y en 1982, con una avioneta.

(70).Olea.Jorge, entrevista realizada el 17 nov. 96

En 1978, en los micrófonos de *Monitor* se podía escuchar la opinión y el análisis de periodistas como Manuel Buendía y Margarita Michelena, Julio A. Millán y Ernesto Julio Teissier. En este mismo año, *Radio Red* fue la primera estación de radio que logró, entrevistar a un funcionario público de alto nivel, el licenciado Santiago Roel, secretario de Relaciones Exteriores.

Así mismo, y debido a las constantes llamadas de queja, de los radioescuchas de *Monitor* por el pésimo servicio prestado por las compañías gaseras del Distrito Federal, la estación puso al servicio de su auditorio camiones distribuidores de gas doméstico.

En 1979, un día después del informe de gobierno del presidente José López Portillo, *Monitor*, sin ningún precedente, se lanzó a analizar punto por punto el informe presidencial como lo sigue haciendo, hasta la fecha.

Además del servicio al público, la directriz que marcó Serna Alvear, tanto a sus comentaristas como colaboradores, fue que *Radio Red* fuera una estación crítica, donde no se elogia a nadie, ni gobernantes ni partidos. La noticia hay que darla tal y como es; antes que nada, su papel es informar lo que está sucediendo, después ya vendrán los expertos y los analistas.

Para Serna Alvear quien debe de tener la última palabra y formarse una opinión es el público. No es válido manipular ni condicionar a nadie. El radioescucha tiene el derecho de exigirle a la radio y a los otros medios de comunicación objetividad y veracidad.

En 1981, *Radio Red* y su equipo de comentaristas deportivos, impulsaron por primera vez el deporte de los atletas minusválidos y la cobertura de los Juegos Paralímpicos. En 1983, *Radio Red* se cambió a las oficinas que ocupa actualmente el área de noticias, en la calle de la Presa número 212 en San Jerónimo. El 30 de noviembre de 1988, el presidente Miguel de la Madrid inauguró las instalaciones.

A mediados de la década de los 80, la programación de *Radio Red*, era muy diversa, aunque las radionovelas seguían dominando sobre los programas hablados. Radionovelas y series como *Tres patines*, *Kaliman*, *La Casa Roja*, *De frente a la adversidad* y *el Ojo de vidrio*. En los espacios matutinos y nocturnos se transmitían programas de interés general; *Querida Amiga* (María Luisa Barrera) *Por su salud*, (Barra médica), *La cocina de Chepina* (Chepina Peralta) *Pregúntele a la dirección* (Con Roberto Ordorica) y en los fines de semana, aprovechando el descanso de las familias se tenían programas deportivos como, *Por el mundo de los toros y el deporte* con Ángel Díaz de León, y *Estrella Deportiva* (con Miguel Aguirre Castellanos)

Para el cierre de la estación se contaba con musicales como, *Una red de recuerdos*. (Música de boleros y tríos). Además de sus tres ediciones de *Monitor*. (En la mañana, 6.00 a 9.30 a.m., en la tarde de 13.30 a 15.00 hrs y en la noche de 18.00 a 19.30 pm)

A las 12.00 de la noche finalizaban las transmisiones de *Radio Red*, para comenzar nuevamente a las 6.00 de la mañana.

El 19 de noviembre de 1984 con las explosiones de San Juan Ixhuatepec, *Monitor* demostró su experiencia como informador, al ser el primer medio electrónico que informó a la población sobre lo que estaba pasando. Luis Porras añade : “Eran las 5. 50 a.m. cuando sonó el teléfono de la cabina de transmisiones, era una llamada del público, que nos dijo que había ocurrido una explosión muy fuerte en San Juanico, en una de las plantas de Pemex. Colgando con esta persona, llegaron más llamadas del público. Nos comunicamos con el Ingeniero Olea y en diez minutos a través de breves entrevistas, recabó toda la información de lo que había ocurrido. Abrimos el noticiario con él, desde el helicóptero, la información y la crónica en vivo desde San Juanico” (71).

(71)Porras .Luis, Op. Cit.

Para los trabajadores de *Radio Red*, las explosiones de San Juan Ixhuatepec fueron una experiencia que anticipó, en cierta forma, el trabajo que desempeñarían en los terremotos de 1985. Desde 19 de septiembre de 1985, *Radio Red* dedicó tres días consecutivos a orientar e informar al público sobre lo que había sucedido, sobre las medidas de seguridad y los lugares de apoyo y rescate a los damnificados, así como un amplio servicio de localización y enlace de personas. La programación y la comercialización de esos días fueron suspendidos. La prioridad era servir y orientar al auditorio.

No sólo se estaba innovando en la forma de dar noticias y en los contenidos de sus programas, sino en la tecnología utilizada. En 1989, *Monitor*, fue el primer programa radiofónico en México que dotó a sus reporteros con telefonía celular y radiotelefonía para agilizar sus reportes. En años anteriores, fueron los únicos reporteros radiofónicos que contaron con unidades móviles y con equipos de *Motorola*. (Radio emisor-receptor, similar a un CBs) Esto repercutió en una mejor señal de recepción entre reporteros y cabina.

En 1990, se pudo contar con un estudio móvil para realizar programas a control remoto en el área metropolitana y en varias ciudades del país.

A raíz del interés político que despertaron las elecciones de 1986 y para fomentar e impulsar al mismo, en 1991, *Monitor* presentó el primer debate político de la radio en México, con la participación de Ramón Aguirre, Vicente Fox y Porfirio Muñoz Ledo a propósito de las elecciones para gobernador de Guanajuato.

A partir de 1992, *Monitor*, es el único programa de los medios electrónicos en México que participa como miembro permanente del *Foro Económico Mundial* que se celebra anualmente en Davós, Suiza, además de realizar diversos viajes por América, Asia, Europa Occidental y Oriental, para presentar las formas de gobierno, la economía, formas de vivir y la cultura de los países que visita.

En ese mismo año, 1992, *Radio Red* consideró necesario ampliar su servicio de vialidad, "ir creciendo de acuerdo a las necesidades del público" (72), contrató a diez motociclistas, para conformar el primer equipo de reporteros viales de la radiodifusión, comandados por el Ingeniero Olea, desde su helicóptero. El servicio de *Red Vial* actualmente se da desde el aire y desde las calles de la Ciudad de México.

Para esos años, algunas de las metas iniciales, se habían cumplido: la programación era prácticamente hablada y sólo se conservaban tres clásicos de antaño, (*Tres patines, Kaliman y El Ojo de vidrio*).

Se contaba con programas dedicados a las mujeres, (*Escucha; La Hora de Chepina, Imagen y estilo*), de salud (*Pediatría, Psiquiatría, Gastroenterología Odontología y ginecología*), de espectáculos, (*Dimes y Diretes, Entre cuadros y bambalinas*) deportivos, (*Estrella deportiva, El mundo de los toros, Análisis deportivo*) de comunicación (*Feria de libros, Cine para oír.*) ecológicos (*Ecocidio*) turísticos (*Viajando con la red, Descubriendo la metrópoli*) y hasta esotéricos. (Antonni Romero)

En 1994, *Radio Red* puso en servicio *Servi Red* (actualmente se conoce con el nombre de *Monitor, su Contacto*) una instancia dedicada exclusivamente a la atención personalizada al público. *Servi Red* tiene como tarea atender y canalizar las dudas o problemas personales del auditorio, a las instituciones adecuadas.

(72), Olea. Jorge, Op. Cit.

Cecilia Vargas, secretaria del señor José Gutiérrez Vivó por 20 años y actual jefa del servicio *Monitor su Contacto*, explica como surgió este servicio: "Cuando el señor Gutiérrez comenzó a recibir llamadas del auditorio en *Monitor*, la telefonista Elisa Morales las tomaba a mano y se las pasaba, aunque las personas que querían que el señor Gutiérrez Vivó les contestara personalmente o los ayudara en algún problema, esas llamadas me las pasaban a mí. Entre mis funciones como secretaria estaba leerle estas cartas al señor Gutiérrez y contestarlas de acuerdo a sus instrucciones. Entre las cartas que llegaban eran, por ejemplo, solicitud de una silla de ruedas, extravío de documentos, reportar fugas de gas y de agua. No podíamos nada más leer las llamadas y tirarlas, creíamos que era necesario darles un seguimiento y así informar y orientar al público sobre sus problemas. Poco a poco el servicio social se hizo una característica de nuestra programación y para dar salida a tanta demanda, es como surgió *Servi-Red*, un departamento, dentro de la estación, donde se contestan y canalizan todas las dudas y problemas del auditorio." (73)

Servi-Red o *Monitor su contacto*, tiene una relación estrecha con cada una de las dependencias, con las secretarías de gobierno y con instituciones privadas, para poder dar este servicio al público. En el propio gobierno del Distrito Federal, existe un grupo de personas contratadas exclusivamente, para dar solución y seguimiento a los casos que les envía *Monitor su contacto*.

Monitor su contacto, tiene dos canales de atención: Durante el *Monitor* de la mañana (6.00 a 10.00 de la mañana) asisten a las oficinas de *Monitor su contacto* los funcionarios de una dependencia en especial, para atender directamente al público, por espacio de una semana, aunque han existido casos como *Telmex* donde la demanda del público ha hecho que estos funcionarios los atiendan por varias semanas consecutivas.

(73). Vargas. Cecilia, Entrevista realizada el 11 nov. 96

El segundo canal de atención es después de las 10.00 de la mañana hasta las 12.00 de la noche, donde el público se puede comunicar por teléfono y/o por vía fax y dejar su queja, su problema o simple comentario. Estos casos son turnados a las instancias correspondientes.

¿Cómo es el trato de las instituciones hacia *Monitor su contacto*? : “Tenemos una buena respuesta de las instituciones a las que acudimos, no sólo se hace contacto con ellas por teléfono, también se hacen peticiones por escrito y formularios que archivamos. Cada institución nos escribe o nos envía por fax, el seguimiento y el tipo de servicio que se le dio a cada caso turnado . (74).

La respuesta del público a este servicio prestado por *Radio Red*, ha sido muy buena, de acuerdo al equipo de trabajo de *Monitor su contacto*, la gente les tiene una gran confianza, prefiere que *Radio Red* sea el intermediario con las instituciones porque así, si hay una respuesta por parte de los funcionarios.

Radio Red tiene actualmente, además los servicios de: *Buzón telefónico*, un espacio telefónico donde el público deja grabados sus mensajes, explicando sus problemas, *El Buzón móvil*, una camioneta de *Radio Red*, donde la gente puede depositar sus cartas o telegramas dirigidas a funcionarios e instituciones o bien recibir atención y orientación directa y personalmente. Este *Buzón Móvil*, recorre semana tras semana el Distrito Federal o municipios del área conurbada

En 1995, a consecuencia del “error de diciembre” y la crisis económica, *Radio Red* modificó gran parte de su programación hablada para orientar e informar a sus radio escuchas en general, sobre las consecuencias y efectos de la crisis económica. Los espacios dedicados a la orientación, se denominaron, “*Una red de opciones para...*” Esta red iba desde dar consejos y alternativas de ahorro para la familia, dar asesoría legal a los trabajadores que habían perdido sus trabajos hasta cómo abrir un espacio de bolsa de trabajo.

(74) Op. Cit

También las radioescuchas contaron con asesoría financiera directamente de representantes bancarios, para poder exponer personalmente sus casos de créditos hipotecarios, saturación de tarjetas de crédito, embargos, cancelación de cuentas, entre otros tópicos. Así mismo se abrió un espacio para vender de particular a particular y un espacio nocturno, para ayudar psicológicamente a las personas que se encontraban desesperadas por la crisis en general.

Radio Red ha cumplido, en 25 años de transmisiones, con sus objetivos; de acuerdo al investigador y representante de la Asociación mundial de radios comunitarias (AMARC) Ignacio López Vigil, "*Radio Red* y su propia programación, son dinámicas, participativas, con información caliente y con una información que realmente interactúa con la audiencia... contribuye a la democracia del país, hace una función social muy grande, comunica entre sí a los distintos sectores de la población." (75).

Radio Red impulsó una radio de opinión en México. Misión que antes parecía exclusivo de la radio cultural. La opinión de los expertos y los analistas ha sido fundamental para el desarrollo de este tipo de radio, pero sobre todo la participación activa del público.

Martha García argumenta sobre esta relación entre *Radio Red* y el público que los ha escuchado a lo largo de estos años, así como de la radio que esta estación ha desarrollado en México: "Definitivamente *Radio Red* trajo el servicio radiofónico a México, esto ya se hacía en otros países, pero aquí fue *Radio Red* quien lo implementó, lo impulsó y lo desarrolló. La función de la radio hablada es despertar en el auditorio el interés hacia temas actuales y novedosos, además de informar y entretener. En *Radio Red* siempre se ha buscado darle al público lo que quiere y que se haga conciencia de nuestro entorno... Nuestro público es un público participativo, con deseos de estar informado, es un público crítico y dinámico, pero fue hasta los terremotos de 85, donde vimos todos los esfuerzos de 12 años de trabajo, reflejados en una sociedad y radio unidos. En 1985, la gente se identificó e hizo de *Radio Red* su estación".(76)

(75).López Vigil. Ignacio, Entrevista realizada durante la 1ra. Bienal de Radio-México-1996

(76) García.Martha, Op. Cit.

Capítulo 3

LA FUNCION SOCIAL DE RADIO RED, DURANTE LOS SISMOS DE 1985

LOS SISMOS:

Era la mañana del 19 de septiembre de 1985. En la ciudad de México, las actividades apenas comenzaban: Las familias se preparaban para salir a sus labores, a la oficina o a la escuela, algunos se dieron tiempo para desayunar, otros ya se dirigían a sus centros de trabajo, muchos otros “de milagro” llegarían tarde a su trabajo, algunos volvían a su casa después de laborar toda la noche, pero muchos otros, se encontraban todavía durmiendo.

A las 7:19 se registró un sismo de 8.1 grados de intensidad en la escala Richter.. Su epicentro, fue en las costas de Guerrero, sobre el Océano Pacífico, en la intersección de la Placa de Cocos y la Plataforma continental, cerca de la desembocadura del Río Balsas, a una distancia de 400 kilómetros de la capital.

A pesar de que el mareo duró varios días, la duración real del sismo del 19 de septiembre, fue de 2.30 a 3.00 minutos y causó graves daños en la Ciudad de México, así como, en el Estado de México, Jalisco, Guerrero y Michoacán.

Bastaron 3 minutos para que la ciudad más grande del mundo, se transformara: muchas zonas, principalmente del centro, quedaron completamente destruidas, irreconocibles, con miles de muertos, desaparecidos y heridos. En medio, la incertidumbre, el miedo y la inseguridad.

Al día siguiente, 20 de septiembre, a las 7.38 de la noche, se registró un segundo movimiento, algunos lo consideran una réplica del primero, este sismo fue de 7.5 grados en la escala de Richter y concluyó los efectos devastadores del primero.

A 15 años de lo ocurrido, se sabe que la intensidad destructiva de los sismos fue potenciada por dos factores, principalmente:

1. La frecuencia de las ondas sísmicas coincidió con la resonancia natural de los suelos del Valle de México, produciendo un efecto devastador sobre las edificaciones capitalinas.

2. Una parte considerable del Distrito Federal está asentado sobre la llamada "zona del lago", de baja resistencia y alta deformidad, donde la propagación de las ondas sísmicas provocaron una amplificación del movimiento al estilo de las ondas acuáticas, dando lugar a mayores efectos destructivos. (77).

Un cálculo de la *Comisión Económica para América Latina*, realizado un mes después de los sismos, indicó que el costo de estos sismos, para el país, fue de 4 103 millones de dólares. (78)

Por su parte la *Secretaría de Hacienda y Crédito Público*, dio como costo de la reconstrucción 3 millones de dólares. (79)

Las cifras que manejó el gobierno dio como muertas a 4 mil personas, 100 rescatados con vida entre 35 mil heridos, 150 mil damnificados, 30 mil familias que perdieron su casa y 60 mil familias que sufrieron daños en su vivienda. Además de los cerca de 200 mil empleos perdidos.

(77).Informe del Servicio Sismológico Nacional (México-1995)

(78).Periódico "La Jornada"-19 sept. 95

(79).Periódico "Uno más uno" artículo "3 minutos" 19 sept. 95

Los edificios que se vinieron abajo, fueron 5,728.

Casa-habitación (65%)

De tipo comercial (15%),
Centros educativos y escuelas (12%),
Oficinas (6%),
Clínicas y hospitales (1%)
Centros recreativos (1%)

El 80% de los daños se registraron en la delegación Cuauhtémoc, además de la Benito Juárez, Iztacálco, Venustiano Carranza y Gustavo A. Madero. Las colonias de estas delegaciones permanecieron por horas sin servicio de luz, agua y teléfono.

Las colonias capitalinas más devastadas por el sismo fueron, la Guerrero, Roma, Condesa, Morelos, Anahuac, San Rafael, Sta. María y Doctores.

A raíz de estos acontecimientos, surgieron distintas agrupaciones civiles en pro de los damnificados, las cuales no coinciden con los datos y las cifras que el gobierno dio y sobre todo muestran su descontento por las acciones inconclusas de las autoridades. La *Comisión Cultural de la Unión de Vecinos y Damnificados 19 de septiembre*, da la cifra total de 45 mil muertos y desaparecidos.

10 años después de los sismos, no se tenía un censo de las personas que aun no tienen casa, por mencionar un caso, en la colonia Roma, hasta el 30 de agosto de 1995, existían tres campamentos de damnificados, tanto en las calles de Monterrey, San Luis Potosí y en Yucatán. Este tipo de campamentos también se encuentran en colonias como Doctores y Morelos. (80)

(80) Betancour.Fernando, Informe de la Comisión cultural de vecinos y damnificados -19 sept.95

Los daños y los gastos que los sismos trajeron consigo, frenaron el desarrollo de la Ciudad de México y sus pobladores. Los planes del propio gobierno, de las instituciones y la iniciativa privada, se vinieron abajo y hubo que dar marcha atrás en muchos proyectos. Los sismos sorprendieron a todos, desprevenidos y sin los elementos para afrontarlos. A pesar de vivir en una zona reconocida como sísmica, nunca se previó ni se planeó qué hacer en caso de situaciones de emergencia.. Las autoridades y los ciudadanos estaban desorganizados, desorientados y sin saber que hacer.

La agenda presidencial, como la de todos los capitalinos, cambió repentinamente: El Presidente de la República, lic. Miguel De la Madrid, después de haber recorrido junto con el regente de la ciudad, Ramón Aguirre, las zonas más destruidas de la ciudad, se reunió en carácter de urgencia con varios de sus colaboradores, anunció públicamente la formación de una comisión especial para enfrentar la catástrofe, encabezada por el regente de la Ciudad.

Miguel De la Madrid, ordenó al Secretario de Salubridad, Jesús Kumate, que todos los hospitales, sanatorios y clínicas del Distrito Federal y zonas conurbadas, dieran de alta a un gran número de pacientes, con el fin de desalojar las salas de emergencia y de atención general. Las camas de todos los centros de salud, deberían de estar al servicio de las personas heridas y los damnificadas. Así mismo se hizo un llamado de colaboración a todos los médicos, pasantes, enfermeras, camilleros y para-médicos, para que asistieran a cualquier centro hospitalario a ofrecer sus servicios gratuitamente.

La seguridad y rescate de víctimas corrió a cargo de los cuerpos de salvamento de la *Cruz Roja*, pero por mandato oficial, el General Juan Arevalo Gardoquí, Secretario de la Defensa General, junto con el jefe de la policía, Ramón Mota Sánchez, acordaron implementar el *Plan DN III, de auxilio a la población*: Todos los soldados de la primera zona militar deberían dejar sus cuarteles y salir a las calles para controlar la emergencia, colaborar estrechamente con la *Cruz Roja* y apoyar tanto en los trabajos de rescate como en la seguridad de los pobladores del Distrito Federal.

Las clases tanto en escuelas públicas como privadas , así como en la *UNAM*, fueron suspendidas por varios días. Universidades como la Anáhuac, suspendieron clases por una semana, para organizar entre sus alumnos grupos de ayuda civil así se crearon grupos de alumnos-radioaficionados.

A consecuencia de los serios daños sufridos en las centrales telefónicas de Victoria y San Juan (principales centros del Sistema de *TELMEX* de la ciudad) el 90% del servicio telefónico se vio afectado. El licenciado Emilio Carrillo Gamboa, Director General de *TELMEX*, pidió a toda la ciudadanía que se abstuviera de utilizar este servicio, excepto para emergencias, al mismo tiempo que la empresa telefónica ofreció el servicio de caseta pública, gratuitamente.

Así mismo se pidió la colaboración para que no se gastara la luz y el agua indiscriminadamente.

Por su parte, los integrantes de las fracciones que conforman la Cámara de Diputados, expresaron su voluntad de hacer a un lado diferencias políticas e ideológicas para enfrentar, juntos, las consecuencias del sismo. Además acordaron donar 200 millones de pesos al rescate y reconstrucción del Distrito Federal.

En el extranjero las noticias declaraban al Distrito Federal completamente destruido.

La ayuda no se hizo esperar; a las pocas horas del primer sismo, los aviones extranjeros comenzaron a llegar: Estados Unidos envió cerca de 200 técnicos especialistas en salvamento y reconstrucción , además de 24 miembros de la Fuerza Aérea y 17 entrenadores con doce perros de rastreo.

Francia mandó a un grupo selecto de expertos en rescate, comandado por Au Joulet y 380 ingenieros civiles, junto con 36 perros. Así fueron llegando poco a poco aviones, procedentes de Canadá (con paramédicos y técnicos de rescate, además de seis hospitales móviles, comida y medicamentos), Gran Bretaña (con 22 ingenieros, especialistas en telecomunicaciones, víveres enlatados y medicinas), Brasil (con 86 expertos en demolición) Italia y Venezuela.

Miguel De la Madrid declaró tres días de duelo nacional. Tiempo en que miles de personas durmieron en la calle, muchos por falta de vivienda y otros por el temor de que volviera a temblar.

LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y EL SISMO.

Los periódicos capitalinos del 19 de septiembre publicaban en sus encabezados: "Construcción de viviendas sin precedentes" (En los últimos 3 años superamos lo edificado durante todo el sexenio anterior. *El Nacional*). Mientras tanto el *Uno más Uno* resaltaba la protesta del Premio Nobel de la Paz, por el desarme mundial "No más pruebas atómicas, insta García Robles". *El Universal* destacaba, "En 21% se excedió el pago de intereses del gobierno". Por su parte, *La Jornada* publicó un suplemento especial, con motivo de su primer aniversario...

Después de las 7.20 de la mañana, todos los periódicos de ese día eran obsoletos.

Las primeras imágenes del temblor se pudieron reproducir hasta las ediciones vespertinas o especiales.

En los días y semanas que siguieron a los temblores, se publicaron en los periódicos infinidad de anuncios, en donde escuelas, agencias automotrices, compañías de seguros, bancos o instituciones como *Bellas Artes*, la *UNAM*, el *IPN*, *Cotsa*, la *Bolsa Mexicana de Valores*, entre otros, daban a conocer a sus empleados y a sus clientes, el cierre parcial de sus oficinas o bien los nuevos domicilios temporales, donde se podía prestar servicio.

La televisión privada y estatal, también fueron rebasadas por los sismos:

El único canal de *Televisa* que iniciaba a las 7.00 de la mañana sus transmisiones era el canal 2 mientras que los canales 4 y 9 las comenzaban a partir de las 8.00 de la mañana, con los programas: *Telesecundaria* y *Divulgación Universitaria*, respectivamente. El canal 5 comenzaría sus actividades con la transmisión de *Telebazar* a partir de las 9.30 a.m.

Durante el temblor de las 7.19 hrs. *Televisa*, dejó de transmitir su señal. El noticiario *Hoy Mismo*, a pesar de la calma que pedían sus conductores, salió del aire a las 7.20 a.m. Esta salida del aire, se debió a que *Televisa*, perdió una de sus antenas, que cayó sobre dos estudios de grabación de teleseries y gran parte de las oficinas administrativas de la vicepresidencia de noticiarios, principalmente las oficinas del noticiario *24 horas*, en sus instalaciones de la avenida Chapultepec.

El canal 7, había comenzado sus transmisiones del día desde las 6.00 de la mañana con la serie, *El hombre y el campo*. A la hora del sismo transmitía el programa, *Telesecundaria-intensiva*

A las 7.20 de la mañana, el canal 13, mantenía en pantalla su logotipo de identificación, a las 7.22 a.m., apareció en pantalla Pedro Ferríz de Con, quien comenzó a informar sobre los primeros datos técnicos que se tenían del temblor, pero que “aparentemente” no se registraban desgracias personales. Después de unos minutos salió del aire.

A las 8.00 de la mañana apareció nuevamente Ferríz de Con acompañado de Adriana Pérez Cañedo, entre los dos informaron los daños ocurridos en las oficinas de Televisa, al igual que el derrumbe de los Teleteatros de la calle de Puebla y Avenida Cuahutémoc.

El canal 11, del Instituto Politécnico Nacional, el cual comenzaría sus transmisiones hasta las 10.00 hrs, con un curso de corte y confección, apareció de manera inusual, con la transmisión de su noticiario *Enlace* y se concretó a la lectura de información general sobre lo ocurrido. Dio a conocer las primeras llamadas del público que solicitaba mayor información sobre el sismo y sus consecuencias. La transmisión del Canal 11 se hizo desde sus estudios, debido a que carecían de imagen para ilustrar las notas.

A las 10.04 am. el canal 13, mostró las primeras imágenes de la ciudad. A cuadro apareció Joaquín López Dóriga, no hubo reportajes, ni información. El conductor se concretó a decir: “*Para qué le explico, mejor véalo usted*”

El canal 22, comenzaría sus transmisiones hasta las 17.00 hrs, con “*La guía de cada día*”.

Por su parte, Televisa restableció su transmisión, cerca de las 14.00 hrs. con Jacobo Zabłudovsky, después de que éste hizo un recorrido por las calles del Centro, por la Avenida Cuahutémoc, la Avenida Chapultepec y Reforma, en donde informó vía telefónica, desde su coche y a través de los micrófonos de la XEW, sobre lo que iba observando a su paso...

El licenciado Ignacio Medina, encargado de prensa de *Televisa*, informó que la programación habitual no se modificaría, pero se harían ajustes para seguir realizando la cobertura informativa y para funcionar como canal de intercambio de mensajes, como un servicio a la población. Por su parte el lic. Ricardo Iglesias, gerente de análisis de información, dio a conocer que lo primordial para la televisora, era el rescate de víctimas y la remoción de escombros, así como la continuidad de los servicios noticiosos y de mensajes al público.(81)

Se vivían momentos de incertidumbre, miedo y descontrol. La falta de energía eléctrica, la destrucción de las centrales telefónicas y la desaparición parcial o total de varias oficinas públicas, hicieron que el Distrito Federal, quedara aislado e incomunicado, tanto internamente como con el resto del país.

El comunicólogo Ignacio Rodríguez, miembro activo de la *AMIC (de investigadores de la comunicación)*, comenta: “El sismo reveló y abrió la brecha entre la estructura social de los habitantes de la Ciudad de México y su estructura de gobierno. Los sistemas establecidos de comunicación fueron rebasados por la magnitud, además de que las autoridades no sabían qué hacer, la ineficacia de la estructura de comunicación social del gobierno, al servicio de intereses muy concretos, fue rebasada por el testimonio de quienes eran testigos directos de los hechos” (82)

Así la radio fue el único medio de comunicación activo en las primeras horas del desastre.

“Las radiodifusoras fueron los primeros medios en dar la noticia. Durante las horas inmediatas al sismo, la radio fue la mejor fuente de información” (83)

(81) Periódico UNO más UNO, 21 sept 85

(82).Alva De la Selva. Op.Cit pág 227.

(83) (Florence Toussaint, Proceso 30 sept 85, pag 57)

La radio se coló por las calles, en los coches, en los hospitales, en los centros de emergencia, en las salas de las familias, en los restaurantes y hasta los parques. La gente recordó que, a pesar de carecer de energía eléctrica, la radio podía informarlos, con baterías. Ante la falta de información y orientación, la sociedad sintió que la radio era el mejor medio para reportar los daños, solicitar y ofrecer ayuda.

En 1985, funcionaban en el país 856 estaciones de radio, de las cuales 660 estaban en AM y 196 en FM.

Había en todo el país 11 059 378 radio-hogares, por 4 913 286 hogares. Sólo en el Distrito Federal el 85% de los hogares, contaban con un promedio de tres aparatos de radio, además de los radios instalados en automóviles, que se calcula en, 2 millones 700 mil. *Monitor*, era el noticiario más escuchado del Distrito Federal.(84)

Los radiodifusores respondieron a lo que la sociedad exigía : información y orientación. Muchas estaciones de radio pudieron aumentar sus potencias y pidieron a las estaciones de provincia que se enlazaran a las distintas emisiones para evitar alguna interferencia. La mayoría de las estaciones, por orden de sus propios dueños, dejaron a un lado sus programaciones habituales. En estas emisoras se trabajó , sin descanso durante varios días ,al servicio de la comunidad. Así mismo, las agencias de publicidad, en convenio con los radiodifusores, acordaron suspender toda campaña publicitaria, para ofrecer estos tiempos comerciales a la información. Los gastos económicos que esta acción significó, corrieron por cuenta de las propias agencias de publicidad, quienes pidieron a los radiodifusores se les facturara, como habitualmente se hacía.

No sólo los empresarios de la radiodifusión estuvieron al servicio de la gente, los radio aficionados, a través de sus aparatos de banda civil, enlazaron y comunicaron a cientos de familias, también dieron información de primera mano a las estaciones de radio, para que está fuera difundida a través de sus frecuencias comerciales . Por medio de la *Liga Mexicana de Radio-aficionados*, comandada por Víctor Moreno Orea y la *Liga Internacional de Radio-aficionados*, varias localidades de Europa, los Estados Unidos y Centro América se mantuvieron informados de los que ocurría en México.

(84)Informe de la Asociación de radiodifusores del Distrito Federal y la Cámara nacional de la Industria de radio t televisión-1985

Para transmitir los verdaderos acontecimientos ocurridos en el Distrito Federal y solicitar ayuda extranjera, en la Universidad *Anáhuac* se instaló un grupo de radioaficionados, estudiantes del mismo plantel, cuya labor llegó a 39 países, básicamente europeos, y de América

El ingeniero José De la Herrán, recuerda, sobre la función social de los radioaficionados en momentos de emergencia así como la ayuda que proporcionaron durante los temblores: "En condiciones de desastre natural, en guerras civiles y mundiales, en crisis económicas, los radioaficionados cumplen con una labor social y humana, importantísima, ya que ellos no tiene ningún compromiso social ni mercantil, con nadie. Ellos son independientes y lo único que hacen es mantener a la población de su localidad o extranjera informados de lo que acontece...En el caso específico de los sismos de septiembre, a través del trabajo invaluable de la *Liga Mexicana de Radio-aficionados*, se salvaron miles de vidas; ellos se comunicaron a otras zonas del país y del extranjero y además de mantenerlos informados, solicitaron la ayuda que aquí requeríamos". (85)

El papel de la radio nacional, durante ese y los días siguientes a los temblores, no tuvo precedentes, sin embargo, podemos citar algunos casos extranjeros, donde la radio ya había mostrado su potencial social, en situaciones de emergencia, similares a la ocurrida en la Ciudad de México, en 1985.

El 24 de enero de 1939, en Chile, se registró un temblor de alta magnitud, que destruyó la ciudad de Chillán. "Un técnico de la *Radio Cooperativa Vitalicia de Santiago de Chile*, captó una llamada de auxilio de un radioaficionado. El locutor volvió a la cabina e hizo un llamado a las autoridades del Ministerio del Interior, estas permanecieron varios días en la estación de radio, así la radiodifusora por espacio de una semana, fue centro de múltiples operaciones que iban desde los recados familiares hasta los comunicados oficiales entre el gobierno y las autoridades locales"(86).

(85).De la Herrán, José. Op. Cit.

(86).Rodríguez.Ignacio, en *Alba de la Selva "perfiles del cuadrante"*.págs 277-278

Otro momento, fue el desastre de Huaras, al norte de Perú, ocasionado por un fuerte terremoto, el 31 de mayo de 1970. Por más de quince días la radio transmitió ininterrumpidamente, para auxiliar a la población que se encontraba desprotegida.

“Si acontece algo extraordinario, el público recurre al aparato de radio...”

Es importante destacar cómo el periodismo radiofónico, tiene la gran cualidad de comunicar a su auditorio, en el mismo momento en que ocurren los hechos. La radio informa clara e inmediatamente. La radio puede transmitir bajo condiciones técnicas muy precarias, además, sus horarios son más amplios y accesibles. “Si acontece algo extraordinario, el público recurre al aparato de radio, que puede encontrarse en cualquier parte y a cualquier hora del día”(87). Para informarse en otro medio, la gente tendría que esperar a la publicación en los medios impresos y aunque la televisión, puede informar desde el mismo lugar donde acontecen los hechos y, a diferencia del radio, excepcionalmente incluso en canales como *CNN* especializados en noticias, hasta llevar las imágenes en vivo hasta el hogar, esto sólo es posible, si el acontecimiento es previsible y se ha hecho el complicado despliegue técnico y humano, que requiere la transmisión televisiva.

La profesora Cristina Romo (88) describe la noticia radiofónica con las siguientes características:

- a) Es inmediata .
- b) Da información suficiente para conocer un hecho. Adelanta lo que otros medios ampliarán posteriormente.
- c) Hace participar de los acontecimientos a quien la escucha y no solamente en las transmisiones directas.

Por consiguiente, la calidad de la información que recibimos a través de la radio, dependerá de su autenticidad, de su veracidad, temporalidad, concreción y en el momento en el que ocurre, pero no hay que olvidar que la noticia en radio no es permanente, se esfuma con la rapidez con que fue dicha.

(87).Romo.Cristina, Op. Cit. Pág. 70

(88)Ibid

**ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA**

La radio, por sus características técnicas y físicas (varias estaciones dispersas por toda la ciudad) permaneció transmitiendo en los sismos del 85, a diferencia de la TV, más centralizada, escasa y compleja en su sistema de transmisión. Fue el primer medio que surgió de información oportuna y veraz a la comunidad.

Llega el desastre: 19 de septiembre de 1985

En una jornada habitual, las actividades en el departamento de noticias de *Radio Red* comienzan desde un día antes, en la redacción, con la junta de producción, a las 10.00 de la mañana, después del *Monitor* matutino. A esa reunión asisten, redactores, reporteros, jefes de información y el director de noticias, José Gutiérrez Vivó.

El director de noticias, establece los órdenes del día: aprueba, sugiere y analiza los órdenes de trabajo de cada uno de sus reporteros, así mismo designa las notas de los colaboradores y los corresponsales. Una vez que los reporteros están en su fuente, con su nota, se reportan a las cabinas de grabación o pasan al aire, para informar sobre la noticia. Las noticias que pasan al aire, siempre son supervisadas por el productor en turno. Este equipo de noticias a lo largo de un día se encarga de obtener, procesar, producir y transmitir información noticiosa a través de sus distintos espacios: los noticiarios de larga duración, *Monitor*, o bien a través de los cortes informativos de cada hora, llamados *Metropolitanos*.

Así, a las 4.30 a.m. del día siguiente, cuando comienzan a llegar los productores y redactores del *Monitor* matutino, ya se cuenta con la bitácora de *Monitor* (entrevistas, en vivo o grabadas, reportajes, invitados, comentaristas, notas más sobresalientes del día, así como las secciones fijas (finanzas, deportes, economía, política y mesas de discusión con temas específicos). Toda esta planeación es el resultado del trabajo del día anterior, donde se habló, se acordó y se coordinaron redactores, reporteros, jefe de información y el director de noticias. También ya se cuenta con la bitácora comercial, entregada desde un día antes.

En 1985, *Radio Red*, transmitía 3 ediciones de *Monitor*, lo cual equivalía a 10 horas de programación total.

El 19 de septiembre, el director general de noticias de la estación, José Gutiérrez Vivó salió de viaje a Japón, a las 7.00 de la mañana, por lo tanto quien se quedó a cargo de las noticias fue el licenciado Carlos Aparicio.

Ese 19 de septiembre, los planes hechos un día antes, sólo se llevarían a cabo hasta las 7.19 a.m. Un día descrito por algunos colaboradores de *Radio Red*, como inolvidable, agitado, excitante, agotador, cargado de información, interminable pero sobre todo, un día que les hizo entender el verdadero alcance de la estación así como la utilización del medio para informar, orientar, denunciar, enlazar, y comunicar a la sociedad.

En la cabina de *Radio Red* se encontraban, el ingeniero Luis Porras, en los controles técnicos; como productor general, Alfredo Vega, el productor Raúl Frías; en los teléfonos, Blanca Melgarejo y en la conducción Mario Iván Martínez.

Se contaban con dos líneas privadas para los reporteros, además de tres líneas abiertas al público.

El ingeniero Jorge Olea (reportero de la vialidad y noticias policíacas) transmitía información vial desde su coche. El 20 de septiembre era el día previsto, para reanudar el servicio de información vial desde el helicóptero, ya que éste se había suspendido por problemas económicos y el fallecimiento del piloto Felipe Caram. Por eso, el ingeniero Olea se encontraba reportando como el resto de sus compañeros, desde su unidad móvil.

Mario Iván Martínez presentaba una entrevista con el secretario general de la Federación de Sindicatos, cuando comenzó el temblor. Sin cortar la señal, preguntó a cabina si estaba temblando o si se estaba mareando por no haber desayunado; por unos segundos hubo un corte de señal, al regresar al aire, el conductor explicó al público que efectivamente se trataba de un sismo y esperaban en breves momentos informar al auditorio sobre los datos técnicos del mismo, mandó a un corte comercial. Antes de que concluyera el bloque comercial, se escuchó la voz del ingeniero Jorge Olea, que entraba al aire, en vivo, desde avenida Universidad con la siguiente información:

“El edificio de avenida Universidad número 13, está derrumbado. Me tocó ver precisamente el desplome, se habla de una persona atrapada y una fuerte fuga de gas, el pavimento del eje central, Lázaro Cárdenas, a la altura de Morena está levantado, se onduló... Un techo de la gasolinera *Palmira*, ubicado precisamente en Eje Central y Morena, también sufrió el derrumbe de un techo, parece que no hay víctimas...nosotros estamos abocados, en este momento, al problema, Mario, de avenida Universidad número 13, el cual parece como si le hubiera caído una bomba. Al parecer el temblor fue oscilatorio y trepidatorio... Nosotros seguimos pendientes por esta frecuencia para dar más información a nuestro auditorio...”(89)

Esta fue la primera información acerca del sismo, que se transmitió en los medios de comunicación.

En 1985, *Monitor* contaba con 10 reporteros, algunos de ellos se encontraban todavía en sus casas a la hora del temblor; en las oficinas centrales de *Radio Red*, en San Jerónimo Lídice, no se había sentido tan fuerte el temblor. Nadie imaginaba la magnitud de lo que realmente ocurría.

Alfredo Vega, productor de *Monitor* recuerda: “Todos pensábamos que se trataba de un temblor más, pero cuando se reportó el ingeniero Olea y nos dijo que él había visto el desplome de un edificio y las banquetas destruidas, comenzamos a sospechar que no se trataba de un temblor común y corriente, aunque nuestra imaginación se quedó corta”(90)

Después de la llamada del ingeniero Olea, el productor comenzó a contactar a sus demás reporteros. A la par, por las distintas líneas telefónicas de cabina, comenzaron los reportes desde los lugares donde cada reportero se encontraba a la hora del sismo. Los reporteros de *Radio Red*, eran el único equipo informativo de la radio que contaba en sus automóviles con equipo *Motorola*, para transmitir sus notas. El equipo *motorola*, es un radio el cual envía y recibe información, similar a los *CBs*; por lo tanto el que no hubiera líneas telefónicas, no impidió que realizaran su trabajo.

(89).Olea.Jorge.Op.Cit

(90).Vega.Alfredo, -Entrevista realizada el 18 noviembre 96

El segundo reporte, fue el del reportero Rafael Jerezano, se encontraba ya en la colonia Condesa: entrevistó a unas personas que en bata de dormir, salieron a la calle, asustadas por el movimiento telúrico pero sobre todo porque el edificio que habitaban olía fuertemente a gas. Jerezano reportó las condiciones físicas de los inmuebles de la Condesa, haciendo un recorrido en coche. Al llegar a la colonia Roma, describió al aire, el derrumbamiento de una vecindad; una señora, grita pidiendo ayuda, ya que sus hijos se encontraban en el interior de casa, cuando empezó a temblar. Por el micrófono se oían los gritos y el llanto de la señora pidiendo que alguien le ayudara a sacar a sus hijos...en ese momento se cortó la transmisión. Jerezano salió del aire, no por una falla técnica, sino porque en cabina consideraron que esta clase de notas eran amarillistas y no informaban realmente de lo que estaba sucediendo. Pasaron sólo segundos y comenzaron a reportarse más testimonios similares al de Rafael Jerezano.

“Los compañeros reporteros que ya circulábamos en las calles, ya nos estábamos dando cuenta del problema, de los desastres que el sismo había dejado, pero en las redacciones tardaron en entender...” (91)

Las llamadas del auditorio, comenzaron a llegar una tras otra, las tres líneas telefónicas disponibles de *Monitor* estaban saturadas, poco a poco la necesidad del público por querer información sobre los daños provocados por el sismo y las solicitudes de ayuda, hicieron que todos los teléfonos de la estación se pusieran al servicio del público. El personal de la estación se abocó a orientar e informar.

En las instalaciones de *Radio Red*, se producía y se transmitía el primer programa de ventas por televisión, *Telebazar*, todo el personal secretarial, agentes de ventas, modelos y locutores, que ya se encontraban en San Jerónimo, dejaron su trabajo y también colaboraron en la atención telefónica al público.

(91).Jerezano.Rafael,-entrevista realizada el 17 noviembre 96

Mientras, en la cabina central, donde se transmitían los mensajes familiares y las notas; el manejo de la información era cuidado por el productor Alfredo Vega y por el jefe "suplente" de noticias, Carlos Aparicio. Cualquier dato falso o exagerado, podría aumentar el nerviosismo y el miedo en el público o bien dar esperanzas falsas. En medio de la confusión y el descontrol, se podía dar por muertos a personas vivas, dar esperanzas de vida a personas que ya habían fallecido, solicitar un servicio en un área distinta a donde realmente se requería, decir que había edificios destruidos en zonas donde no se registraban daños mayores...el manejo de la información fue minucioso. Ese día, cada dato debía de estar verificado como nunca, no podía haber margen de error en esos momentos.

Entre las edificaciones derrumbadas, había muchas de tipo gubernamental, por lo tanto no había datos ni cifras oficiales, mucho menos personal que atendiera las dudas de la comunidad; las mismas autoridades estaban desorientadas ante la magnitud de la destrucción.

La gente comenzó a llamar a *Radio Red* para solicitar la ayuda y orientación que las autoridades no podían proporcionarles. Pero también las autoridades lo hicieron; no contaban con la televisión cuya señal se había perdido, ni con los periódicos, lo más oportuno era la radio para enviar sus mensajes de aliento y calma a la población, mientras se iba conociendo poco a poco los daños reales.

A través de estaciones como *Radio Red*, funcionarios e instituciones como la *Cruz Roja*, los bomberos, los cuerpos de rescate y salvamento, los cuerpos policíacos y los voluntarios, por mencionar algunos, informaron y orientaron al público sobre las medidas de seguridad que se debían tomar en esos momentos, sobre la solicitud de alimentos y medicinas, sobre las zonas que a partir de esos momentos quedaban inhabilitadas o consideradas de alto riesgo, sobre el agua que se podía tomar, a donde acudir en caso de ser damnificados.

También se informó al público sobre el equipo médico, de linternas, agua purificada e identificaciones que debería de contar en casa, así como la conducta a seguir en caso de otro sismo.

En las primeras horas después del sismo, el personal de *Radio Red*, tanto en sus oficinas como sus reporteros en las calles, no se dieron abasto para la demanda de llamadas del público que solicitaban datos minuciosos de diversos lugares de la capital, llamadas que pedían donadores de sangre, medicinas, comida, ropa, cobijas y agua, para los hospitales y las zonas destruidas.

Llamadas nacionales y extranjeras de familias enteras, preguntando por amigos y familiares o bien, informando a través de los micrófonos de *Radio Red*, la situación en la que se encontraban para tranquilizar a sus familiares: “La familia Aguirre que vive en la colonia Alamos, le informa a sus familiares en Guadalajara que nos encontramos bien”, “Las personas que vivan en Querétaro, favor de avisarle a la familia Portillo, que viven en el rumbo del centro, que sus familiares del Distrito Federal, estamos bien, sólo nos asustamos y se nos cayeron algunas copas de vidrio, estamos todos bien”, “Estamos hablando de Sinaloa, la familia Calderón Yañez, les pide a sus familiares Ponce Calderón, que viven en la colonia Nápoles, que se reporten para saber cómo se encuentran” .

Este tipo de llamados, no sólo sirvió para que las escucharan los familiares requeridos, sino amistades o vecinos que los conocieran y les avisaran de los mensajes que se estaban transmitiendo por la radio, “Soy la señora Nora Gutiérrez del estado de Guerrero y quiero decirle a los familiares de la familia Córdoba Hernández, que ellos, están bien, son mis vecinos y su casa esta en perfectas condiciones”.

También se recibieron llamadas de funcionarios que solicitaban ayuda y cooperación tanto a los ciudadanos como a los medios de comunicación, o bien, personas que querían ayudar, pero que no sabían a dónde dirigirse. Estas llamadas eran organizadas y canalizadas, atendidas directamente por el personal de la estación, sin embargo la demanda comenzó a rebasar las expectativas.

Pero "algo insólito y nunca visto" según el personal de *Monitor* comenzó a suceder: Si llegaba una llamada preguntando por un edificio o colonia en especial, a los pocos segundos de emitida ya se estaban comunicando a los teléfonos de la estación varios vecinos de la zona, para informar sobre la situación de esa colonia; o bien, si habitaban dicho edificio, daban minuciosamente las condiciones en las que se encontraba. "Vivimos en la colonia Viaducto Piedad, en la calle de José María Correa, y conocemos muy bien a la familia García, de la cual estaban pidiendo informes sus familiares en Guadalajara, todos en esta calle estamos bien, no hay ningún derrumbamiento en esta zona".

El público se convirtió en el mejor reportero de la estación. El auditorio informó, durante tres días, al mismo auditorio, de las zonas donde se requería un tipo de ayuda en especial y de las condiciones en las que se encontraban las colonias. El público como reportero, dio datos, información y llamadas de auxilio a la par de la información que daban cada uno de los reporteros y colaboradores de *Radio Red*.

Todos los comentaristas y colaboradores en general de la estación, acudieron a prestar sus servicios y conocimientos a la estación, sin importar que ese día no pasara su programa, o no fuera su horario. Por citar un ejemplo, el grupo de médicos del programa *Por su Salud*, atendieron y orientaron al público sobre las medidas de salubridad que debían tomar: en caso de fuga de gas, cómo consumir agua y desinfectarla, el equipo médico mínimo con el cual debían de contar en casa, etc. El equipo de *Por su Salud*, estaba encabezado por el doctor Ruben Mangas, quien al finalizar las labores del sábado 21, expresó su satisfacción de haber podido ayudar a tanta gente, porque eso le había servido como distracción, ya que su esposa, trabajaba en el *Centro Médico* a la hora del sismo, no pudo escapar y el doctor ahora estaba esperando le entregaran sus restos.

Las horas pasaron, el trabajo fue creciendo y haciéndose interminable; a pesar de que no se hacía otra cosa más que informar al público con la mayor objetividad posible, las llamadas y solicitud de ayuda no cesaron.

La orden del director Clemente Serna Alvear, fue hacer de la estación un canal de ayuda social. Serna había llegado a partir de las 10.00 de la mañana a *Radio Red*, permaneció gran parte del día en su oficina, en contacto directo con los otros radiodifusores, tanto con los directivos de la *Cámara Nacional de Radio y Televisión* como con la gente de la *Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal*, para implementar en conjunto, acciones en favor del auditorio. Muchas de las estaciones afiliadas a estos dos organismos, eran musicales, por lo tanto después de conocer y medir la magnitud del temblor, no podían hacer nada, ya que su técnica y equipos de trabajo era sólo para transmitir música, no contaban con la infraestructura para salir a la calle y reportar. Algunas de estas radiodifusoras, decidieron enlazarse con las estaciones informativas o bien permanecieron con su programación habitual, sólo intercalando información o mensajes a la población, cada determinado tiempo.

Como ya se mencionó, los radiodifusores acordaron con las agencias de publicidad que no se pasarían comerciales en las estaciones que estuvieran dando información al público. La prioridad, en este caso, no fueron los anunciantes, sino la comunidad.

Ya en la tarde, Serna Alvear fue a la cabina central de transmisión y dio ánimos a sus colaboradores. Era importante que sus locutores estuvieran calmados, para a su vez transmitir calma al público. “quería el señor Serna que al público lo tranquilizáramos, pero sobre todo que le hiciéramos entender que aquí estábamos para servirles” (92).

Debido a la situación de emergencia que se vivían, desapareció la competencia; cada medio vio la manera de informar al público: en *Radio Red*, pasaron al aire muchos periodistas y reporteros de otros medios, al igual que los reporteros de *Radio Red*, transmitieron sus informes por los micrófonos de estaciones como la *XEW*.

Los colaboradores de la estación llegaron a servir y a atender las cientos de llamadas del público. Algunos de ellos habían dejado sus casas en plena madrugada para cubrir el *Monitor* de las 6.00 a.m. y muchos otros habían salido en la mañana pero el temblor los había “sorprendido” de camino a la estación. Mientras ellos informaban y orientaban al público desconocían la situación de sus familias.

(92).Molina.Mario-Entrevista realizada el 1ro. Nov. 96

Alfredo Vega, habla sobre este doble sentimiento de servicio al público y preocupación personal: “Nosotros estábamos ayudando e informando a mucha gente, ese era nuestro trabajo, pero muchos desconocíamos si nuestra familia estaba bien, eran momentos de mucha tensión y preocupación, aunque los sentimientos familiares sólo te asaltaban por instantes, el trabajo que tuvimos ese 19 de septiembre, no nos permitió hacer otra cosa más que informar, informar e informar” (93)

En la estación se designó a una persona en especial, para que se reportara a la casa de cada uno de los trabajadores o, si era necesario, fuera directamente a la casa para comprobar la situación de los familiares de sus compañeros, así no se descuidó el servicio al público. Además, se organizaron turnos de más de doce horas de trabajo y algunos equipos para traer comida y cobijas para las personas que durante las noches tuvieron que hacer guardias.

El viernes 20, en la tarde, Mario Iván Martínez, pidió que alguien lo sustituyera; él había llegado a la estación el jueves 19 a las 6.00 de la mañana, para conducir *Monitor*, y eran cerca de las 3.00 de la tarde del día siguiente y no había descansado. Para sustituirlo, se ofreció Rodrigo Cabello, un creativo del área de publicidad, al cual se le conocía por su amplio criterio, por su facilidad de palabra y su vasta cultura. Rodrigo Cabello entró al aire; su primera nota fue que se había caído el edificio de *Sears*, en la colonia Roma; entre señas de los productores envió a un corte de estación. Después de dar la noticia del derrumbamiento de *Sears*, comenzaron a llegar varias llamadas de familiares de los trabajadores de este centro comercial, alarmados, algunos llorando, pidiendo más información sobre el derrumbamiento de la tienda.

Los productores tuvieron que explicar (vía telefónica) a cada una de estas familias que se trataba de un error del locutor, lo que realmente había sucedido era que se había caído una de las paredes del estacionamiento de *Sears*, pero que no había nada de que preocuparse, no se reportaban víctimas ni heridos.

(93)Vega, Alfredo. Op.Cit

Al regresar del corte comercial, se informó al público de la equivocación y se pidieron disculpas a los amigos y familiares de los trabajadores de *Sears*. La carrera de Rodrigo Cabello, como locutor, no pasó de esta nota y fue despedido incluso del área de publicidad.

La información se había cuidado minuciosamente, pero a partir de la intervención de Cabello, los productores confirmaban y comentaban cada nota con los locutores. No volvió a suceder ningún error.

Además de ese trabajo había que atender llamadas en las cuales se les comunicaba a los radio-escuchas noticias que no querían recibir. “Lo importante era comunicar al público, enlazarlos con sus familiares, pero en ocasiones también les teníamos que decir ‘lo sentimos mucho’ de acuerdo a los datos que usted me da, ese edificio lo reportan como destruido y hay víctimas, la gente se echaba a llorar inconsolablemente y en medio del ambiente informativo, tenías que encontrar las palabras para consolar a la gente y seguir con tu trabajo”.(94)

“ CALMA...YA ESTA PASANDO, NO SE PREOCUPEN, YA ESTA PASANDO”:

En el segundo temblor, el viernes 20, a las 7.38 de la noche, se encontraban al aire, el jefe de producción Mario Molina, el reportero Rafael A. Sinta y el conductor Manuel Ñique; sostenían una entrevista con Rafael Jerezano, que reportaba la situación de los vecinos de la calle de Orizaba, donde se habían derrumbado varias casas, se reportaban fugas de gas y muchos vecinos se disponían a dormir por segunda noche consecutiva en la calle. Rafael Jerezano, con su coche, había podido meterse hasta uno de los callejones de la calle de Orizaba. Muchas personas se enojaban porque pensaban que se trataba de un ‘mirón’ o morboso más, él les explicaba que se trataba de su trabajo como reportero y que era necesario antes de pasar al aire, recabar el mayor número de datos.

(94) Ibid

En cada nota se tenía que describir los inmuebles destruidos, así como los posibles muertos. En cabina central, el locutor Mario Molina, presentó la nota de Jerezano y al momento de describir al aire, las condiciones físicas de la calle, se oyó, atrás del reportero, una voz: “¡Está temblando!”, en ese momento se cayó un poste delante de Jerezano, otros postes se balanceaban de un lado a otro y lo único que pudo decir el reportero, fue que le permitieran cortar su transmisión, porque tenía que mover el coche, pero que el auditorio mantuviera la calma...

Rafael Jerezano, recuerda que el trabajo de reportero exige en ocasiones, que se hagan de piedra; nunca en su labor profesional vio tantos edificios destruidos y a pesar de haber reportado para *Monitor* varias guerras civiles desde América Latina, nunca había visto tantos muertos y desgracia como en los sismos del 85 “En ocasiones, cuando veía a tanta gente muerta, a niños, a mamás, a muchos jóvenes, ...la garganta se me cerraba, al aire cabía el riesgo de las lágrimas, pero en este trabajo te acostumbras a todo y te vuelves medio insensible, o al menos estás más apto para ver y vivir esas cosas...” (95)

Mario Molina, explica la responsabilidad informativa que tiene el locutor que está al aire a la hora de un temblor: “En el momento en que comenzó a temblar, yo recomendaba calma para los radio escuchas; le dije a Jerezano que se cuidara mucho. Cuando uno está en cabina, sirviendo al auditorio al aire, cuando comienza a temblar, la responsabilidad no te deja salir, hace que te quedes en el micrófono y sigas la transmisión. Rafael Jerezano tuvo que mover su unidad móvil y nos dejó en los micrófonos para tranquilizar a la gente. Un día después del 19, sabíamos perfectamente lo que podía ocasionar otro sismo, ya sabíamos que muchos locutores habían muerto precisamente en cabina. Ahora pienso con toda conciencia, por que no me salí, me pude haber muerto. Pude haber dejado sin padre a mis hijas. Mis hijas eran parte del público que me estaba escuchando, así es que lo que hice, fue recomendar calma al auditorio, tratar de tranquilizarlos y decirles: ‘Calma, ya está pasando, no se preocupen, ya está pasado’, yo estaba ahí para ayudar, pero es un momento muy difícil” (96)

(95).Jerezano. Rafael, Op.Cit.

(96)Molina.Mario,Op.Cit

Además de los locutores ya mencionados, también se encontraban, Carlos Aparicio, Ramón García, Olga Romero, Miguel Aguirre (cuya fuente principal eran los deportes, pero esos tres días se desempeñó como locutor de información general.

El encargado de dar las órdenes del día, era el licenciado Carlos Aparicio, en sustitución de Gutiérrez Vivó. Durante todo el jueves, viernes y sábado, mandó a los reporteros a cubrir zonas muy específicas de la ciudad. Hizo uso de la disponibilidad de los colaboradores y comentaristas de la programación hablada para que, de acuerdo a sus especialidades, se hicieran informes sobre lo que la gente estaba preguntando. Algunos reporteros como Rafael Jerezano, además de cubrir las zonas que le fueron asignadas, tuvo que cubrir las reuniones de emergencia en Los Pinos (su fuente original) y reportar los acuerdos a los que se llegara.

El ingeniero Olea recibió la orden de cubrir toda la ciudad. Cada reportero tuvo asignada una tarea específica, los reporteros escuchaban a sus compañeros y trataban de informar algo distinto, sobre lo que ya se estaba comunicando al aire, sin ponerse de acuerdo y por iniciativa propia y comenzaron a informar desde distintos puntos de la ciudad, además de cubrir su zona. En ocasiones fue necesario enviar a dos reporteros a cubrir una misma zona, en el caso de los *Multifamiliares Juárez*, donde los daños y las víctimas eran demasiados, además de las dimensiones propias de estos edificios.

Todo el personal de la estación, tenía como tarea atender al público. En redacción, además de contestar y canalizar las llamadas, se estableció contacto con otras emisoras de radio de provincia y con algunas zonas de los Estados Unidos, a través del *telex*.

El *telex*, fue el único medio, además de los teléfonos disponibles, para enviar y recibir información. Esta labor la desempeñó, la secretaria del señor Clemente Serna, Magdalena Ordoñez. Su función consistió en enviar información verídica a Guadalajara y Monterrey. Los productores de *Monitor* le encargaron enviar notas donde se explicara los datos técnicos del sismo, pero sobre todo, que hiciera énfasis en que la ciudad de México no estaba destruida, como se estaba informando en los medios de provincia y el extranjero. Magdalena Ordoñez envió la información de las colonias o zonas de la ciudad que efectivamente habían sufrido daños. Con el *telex*, *Radio Red* estuvo en comunicación con Los Angeles, Nueva York y Centroamérica.

Las llamadas del público no cesaron, aunque el tipo de comentarios y ayuda fue modificándose: en los primeros dos días, la mayoría de las llamadas eran para localización y/o mensajes familiares, así como solicitud de víveres, comida y cobijas. Posteriormente el público llamó a la estación para denunciar arbitrariedades.

La ayuda que había llegado del extranjero se estaba vendiendo en centros comerciales, a pesar de la etiqueta, 'donado por el gobierno...para el pueblo mexicano'. o por ejemplo, el abuso de los propios mexicanos: En el parque del *Seguro Social*, en la colonia Narvate, la *CANACINTRA* organizó con varios fabricantes, especializados en madera, construir en cuestión de horas, cientos de ataúdes. Estos ataúdes, estaban siendo vendidos a los familiares de las víctimas. Los radio escuchas se comunicaron a la estación para denunciar este tipo de injusticias. A raíz de esta situación, cada determinado tiempo, *Radio Red*, enviaba un mensaje a la población, alertándolos de no caer en abusos: "*Toda la ayuda que usted reciba, en las calles e instituciones, por los acontecimientos que nos aquejan, recuerde, es gratuita*".

LA SEÑAL DE RADIO RED:

La señal de *Radio Red* se transmitía al Distrito Federal por su frecuencia 1110 de AM, y llegaba a Guadalajara, Monterrey, Querétaro, Puebla, Morelos, Guanajuato, Tlaxcala, Hidalgo y algunas zonas de Guerrero. Al llegar la señal a estas zonas, los radioaficionados locales se encargaron de enviarla a otras zonas donde la señal por sí misma no hubiera llegado.

La frecuencia de *Radio Red* se recibió en el extranjero, ya que se transmitía vía satélite; la señal fue captada en Guatemala y en varias estaciones de Los Angeles, las cuales a su vez la enviaron la señal a otros puntos vecinos. La estación concluía su programación hasta las 12.00 de la noche; durante esos tres días, se dio información ininterrumpidamente.

Hasta los más experimentados y connotados periodistas, se vieron rebasados por el sismo. Como se dijo, anteriormente, José Gutiérrez Vivó se encontraba de viaje y llegó al Distrito Federal el sábado 21 de septiembre, por la noche; al bajar del avión y reunirse con sus compañeros de trabajo, su primer comentario fue: 'Qué mal servicio el del Aeropuerto, me retrasaron mi equipaje...' ,mientras que en la ciudad había más de 20 mil personas muertas y cientos de damnificados.

La satisfacción de haber servido al público y el darse cuenta del alcance real que puede tener la radio, es para quienes sí lo vivieron, lo mejor que les ha pasado en su vida profesional, "el poder ayudar a gente que en tu vida verás, ni habías visto, gente que no te conocía, ni te conoce, pero que había puesto su vida y confianza en nosotros, no lo puedes olvidar. Días después, varias personas llamaron a la estación para darnos las gracias, por la ayuda y el consuelo que *Radio Red* les dio durante los sismos...esto no lo pagas ni con veinte quincenas, ni con premios, ni con cien spots...con nada"(97)

Pasado el susto y la incertidumbre de los sismos, el público que se comunicaba a *Radio Red*, llamaba a todo el personal de ésta estación: *Sus ángeles*. Las miles de llamadas que se recibieron al día, después del desastre evidenciaron cómo la gente se sintió agradecida por toda la ayuda que la estación proporcionó en los momentos más críticos. Después del mes de septiembre, el rating de la estación aumentó al igual que sus anunciantes; antes de los sismos, *Monitor*, ya era el noticiario más escuchado en el Distrito Federal, a partir de septiembre de 1985, toda la estación ocupó el primer lugar de audiencia, como demuestra lo reportado por *INRA* (International reserch México) en los siguientes meses.

(97)Vega.Alfredo, Op Cit

Los sismos de septiembre, marcaron el destino de muchas personas; al personal de *Radio Red*, todas las experiencias vividas en esos días de trabajo, cambiaron su actitud hacia el público. El sismo fue la prueba donde demostrarían el trabajo de 12 años de oficio: “entendimos realmente que nuestra función es estar cerca de la gente, nuestra labor es para con la gente, para nadie más...gracias a la experiencia del sismo, entendimos que gracias a nuestra función, como radiodifusora, ayudamos a las autoridades, a los secretarios de Estado, a las instituciones, pero sobretodo a la gente que sin conocernos depositó toda su confianza en nuestras manos. Desde los inicios de *Radio Red*, esa ha sido la filosofía, pero con la sacudida del sismo entendimos claramente que debemos de estar con la gente, estar muy cerca de sus preocupaciones “ (98).

También a partir de los sismos, muchas estaciones que eran completamente musicales o intercalaban música con información, cambiaron sus formatos y adoptaron la programación hablada. “Estos cambios son la herencia de *Radio Red*, muchas estaciones entendieron que la radio debía de ser de servicio, como nosotros lo veníamos haciendo desde hacía más de 12 años. El sismo fue la consolidación definitiva de *Radio Red*, el público hizo de ella, su estación...cuando todo mundo pensó que la radio desaparecería con la televisión y la olvidó, con el sismo volvió a resurgir y demostró toda su potencial social” (99)

A partir de los sismos, el rating de la estación se elevó, las ganancias económicas también aumentaron, se pudo reanudar el servicio de la vialidad desde el helicóptero, así como la adquisición de nuevos equipos de transmisión y el público reconoció a *Radio Red*, como “una estación confiable, en donde se le informaba con la verdad, tomó a la estación como su vocera” (100.)

(98). Ibid

(99).Molina.Mario, Op.Cit

(100). Barrera. María Luisa, Op.Cit

“El temblor sí es un momento aparte en la radiodifusión , marca una pauta, el temblor fue definitivo...hechos como San Juanico en 1984 y los sismos del 85 son determinantes en la historia no solo de *Radio Red*, sino en los medios en general...La labor social de *Radio Red*, fue una labor que mereció el reconocimiento del público y dio a demostrar la valía de la radio y de un equipo de trabajo, sirvió para la consolidación y la credibilidad absoluta de la estación” (101) “El sismo fue una experiencia que nos cambió, yo creo que si *Radio Red* no hubiera actuado como lo hizo, la sociedad hubiera tardado por lo menos 10 años en salir adelante...el temblor nos vino a demostrar la importancia de la radio, a pesar de que *Radio Red* ya tenía un camino de 12 años, donde se venía orientando, informando y haciendo más consciente al público de su entorno” (102)

Radio Red no recibió directamente un reconocimiento oficial o gubernamental.

LA LABOR DE OTRAS RADIODIFUSORAS

La industria radiofónica, se impuso a los sismos. Algunas estaciones como el *Grupo Radio Fórmula*, *La Cadena ARTSA*, así como *Stereo Rey* y *FM Globo* resintieron daños en sus instalaciones, que les obligó a interrumpir sus transmisiones momentáneamente.

Las estaciones de radio, tomaron medidas de prevención, alertando al público sobre cómo debían de actuar. Muchas de estas medidas, tomadas minutos después del sismo, fueron acordadas, sin ningún consentimiento oficial, pero los radiodifusores confiaron en el respaldo que las autoridades darían a sus propuestas.

(101) Olea.jorge Op. Cit

(102) García.Martha, Op. Cit

El licenciado Carlos Flores, Director general del *Núcleo Radio Mil* en 1985, recuerda, las primeras acciones que el *Núcleo*, llevó a cabo: “lo primero que hicimos fue invitar a las gentes que no tenían nada que hacer en las calles, a que no salieran, que no se preocuparan por llevar a los niños a la escuela, llevarlos en esos momentos era algo totalmente absurdo...le recomendamos a la gente que no se comportara con la curiosidad o el morbo tradicional en estos casos y que conservara la calma, ya que toda la gente se encontraba sumamente nerviosa y agitada...”(103) El *Núcleo Radio Mil* decidió enlazar a sus siete estaciones para cubrir con quince reporteros los daños que había sufrido la ciudad.. El viernes 20 de septiembre por la mañana, se organizaron varias acciones para ayudar a los damnificados. El licenciado Flores continúa: “Tuvimos una junta con todo el personal de noticias y con un panorama más amplio de lo ocurrido...comenzamos a buscar ayuda (para los damnificados) pidiendo al público tres cosas fundamentales: ropa, comida y medicamentos...Para el domingo, salía cada 5 minutos una camioneta con alimentos, medicamentos y ropa a sitios de desastre.(104)

Durante el viernes 20, sábado 21 y domingo 22 de septiembre, se prepararon, por parte de los voluntarios del *Núcleo Radio Mil* cerca de 70 000 tortas para los damnificados.

(103) Revista “Antena” de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión. Marz-Abril 86 págs. 21-22

(104) Revista “Antena” Op. Cit.

Por su parte, las estaciones de la *Organización Radio Centro*, se encadenaron cada 15 minutos para reportar los daños que el sismo había dejado. Unas horas después la familia Aguirre decidió enlazar todas sus estaciones sin ningún tipo de cortes, para prestar un servicio social común, donde se escuchara y enlazara a las familias. EL grupo *Radio Centro* prestó este servicio a la comunidad durante 88 horas ininterrumpidamente desafortunadamente, cuando buscaron la opinión de médicos calificados, para hablar de las medidas de salud que los ciudadanos debían de tomar, ningún funcionario de la Secretaría de Salud ni ningún médico especialista se prestó para dar esta información, hasta el domingo 22, por la tarde, cuando transmitieron el mensaje del Secretario de la *Organización Mundial de la Salud* y del Representante del *Sector Salud* de la *ONU* y también de algunas personas representativas de la *Cruz Roja*.

A pesar de haber perdido sus instalaciones y la vida de siete colaboradores, *Radio Fórmula*, sirvió también, como estación de enlace entre familias. Gracias a la colaboración de los propios radiodifusores del Distrito Federal, que prestaron equipo técnico y humano a *Radio Fórmula*, ésta pudo transmitir nuevamente, a 36 horas del primer temblor.

Para Julio Velarde, Director General de *Radio Fórmula*, no hay mal que por bien no venga: “dentro del terrible mal de los sismos, vinieron cosas muy buenas, sobre todo para nuestra industria porque la gente se dio cuenta de la importancia que tiene la radio, mucha gente no le prestaba la atención debida y no la valorizaba en su exacta dimensión, y en esos momentos, se demostró la buena comunicación que tiene la radio así como la labor de todas las estaciones, la cual, yo creo, fue extraordinaria” (105)

En los estudios de *Radio Educación*, se intercaló información relativa al temblor con su programación habitual. En la mañana del viernes, y por iniciativa de sus propios trabajadores y colaboradores, la estación, ofreció su tiempo completo al servicio de la población. Puso ocho teléfonos con línea abierto para que el público dijera de voz propia, sus necesidades y mensajes. “*Radio Educación*” órgano de enlace, de información para familiares o damnificados” (106)

(105) Op. Cit pág. 25

(106) periódico “Voz e imagen de Oaxaca” 1ra. Edición 23 sept. 85 pág. 6

Por su parte, *Radio UNAM*, en las primeras horas del sismo, se enlazó a la transmisión de la XEW, para conocer en la voz y la visión particular de Jacobo Zabludovsky, lo que estaba ocurriendo. Se transmitieron las opiniones de expertos en ingeniería, medicina, geología, geofísica, así como comunicados al extranjero en seis idiomas y por onda corta de lo que verdaderamente estaba ocurriendo. Sus instalaciones sirvieron de centro de acopio y distribución. De acuerdo a la propia estación se recibieron cerca de 200 kilos de medicinas y una tonelada de víveres.

RECONOCIMIENTOS A LA RADIODIFUSION MEXICANA

A finales de noviembre de 1985, se celebró la *Semana Nacional de Radio y Televisión*, organizada por la *Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión*. En la ceremonia de inauguración, el Presidente Miguel De la Madrid, agradeció la labor social de la radiodifusión durante los sismos:

“La ocasión es propicia para acreditar que los industriales mexicanos de la radiodifusión han dado, permanentemente, muestras de solidaridad y de patriotismo, que se han mantenido y acentuado en la emergencia y en la desgracia. A la industria toda, a sus trabajadores y empresarios, a quienes perdieron la vida en el servicio de su función, el reconocimiento del Gobierno de la República, por su deber cumplido, con devoción y entrega al pueblo de México... Hemos contado ante la coyuntura de dificultades que enfrentamos, con el apoyo más eficaz de los radiodifusores. Han orientado, alentado e informado con amplitud, con veracidad, con sensibilidad, con oportunidad. Han apoyado permanentemente, el esfuerzo que emprende el pueblo de México para superar una situación de dificultad”.(107). Finalmente De la Madrid, expresó que 1985, sería recordado por mucho tiempo, como el inicio, de una nueva etapa en la industria de radio y televisión mexicana.

(107) De la Madrid Hurtado. Miguel-Discurso de la inauguración de la XXVII Semana Nacional de Radio y Televisión – 27 nov. 85

Manuel Bartlett Díaz, Secretario de Gobernación, al tomar la palabra, igualmente agradeció a los radiodifusores reunidos, la labor entusiasta y de confianza que transmitieron a los mexicanos, durante y los días después del sismo. "Sirvieron de vínculo insustituible, no sólo de información general, sino de movilización para las tareas de rescate y de comunicación entre personas, familias y grupos. Gracias a ustedes, millones de mexicanos desde los primeros minutos y durante las primeras largas horas de incomunicación telefónica, pudieron ubicar problemas, situaciones y acciones...El Gobierno de la República les brinda su cabal reconocimiento" (108)

La industria de radio y televisión en México, en días posteriores al temblor, a través de su *Comité de Damas*, organizó acciones de ayuda a los damnificados, además de integrar brigadas de rescate. Así mismo la industria realizó maratones radiofónicos en todo el país y un radiotón nacional, para recabar fondos para la reconstrucción de los edificios caídos.

José Larís Rodríguez, Presidente de la *Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión*, en 1985, habló en nombre de los radiodifusores: "Nunca como ahora, se había manifestado en forma tan clara la efectividad de los medios de comunicación masiva y, en especial, los electrónicos, pues una vez más, hemos servido de enlace entre Gobierno y Ciudadanía, para coordinar todas las acciones tendientes a aliviar o resolver los problemas e inquietudes que han surgido como motivo de los acontecimientos trágicos del pasado mes de septiembre. . Fuimos en esos momentos , el único vínculo de comunicación, entre autoridades y pueblo. .Cumplimos con nuestro deber, realizando una gran tarea informativa, de prevención y orientación " (109)

Por su labor desempeñada, la industria de la radio y la televisión nacional, fue invitada, por el presidente de la República, a participar dentro del *Comité de Prevención, de Seguridad Civil*

(108) Bartlett Díaz, Manuel. Op. Cit .

(109) Larís Rodríguez José . Ibid

PREMIO ONDAS

Los *Premios Ondas*, son un reconocimiento que otorga la *Sociedad Española de Radiodifusión* a los profesionales de radio y televisión . Anualmente se entregan 14

Premios Ondas:

- 5 para programas profesionales de la televisión española
- 5 para programas profesionales de la radio española,
- 4 para programas o profesionales de radio y televisión de lengua castellana o portuguesa de cualquier país del mundo.

El 10 de noviembre de 1986, le fue otorgado el *Premio Ondas* a la *Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión*, de la República Mexicana. Este premio fue entregado “a todos y cada uno de los trabajadores de la radiodifusión Mexicana, quienes con su esfuerzo, deseos de servir y entrega al trabajo, aun en momentos difíciles, han hecho y hacen posible la transmisión de una gama muy variada de programas de radio y televisión, que interesan, informan, instruyen y entretienen a una audiencia cada día, más grande, compleja y heterogénea.” (110)

Esta fue la primera vez desde 1954, que se ha entregado el *Premio Ondas*, que se le otorgó, no a un programa, a un dirigente o a un locutor, sino a toda una industria.

(110) Revista “Antena” Op. Cit Pág. 25

CONCLUSION

“Puede argumentarse con amplitud que la primera edad de oro de la radio en México ocurrió entre 1928 y 1955... pero también puede distinguirse a partir de los ochentas, la existencia de una nueva edad de oro, donde la radio le infunde a sus escuchas la sensación de la voz recuperada.”

(Carlos Monsiváis)

A lo largo de estos tres capítulos se ha descrito cómo los sismos ocurridos en el Distrito Federal el 19 y 20 de septiembre de 1985, rebasaron los modelos practicados por los medios de comunicación hasta ese momento. Recordemos que a pesar de que la radio desde sus inicios ha sido un medio dispuesto a vincularse con su público de una manera retroactiva y no sólo a entretener a sus radioescuchas, había caído en los años 80's en un bache, la radio como “sinfonola” que acompañaba y complacía los gustos musicales de sus oyentes...esta fórmula “fácil” de distraer a los radioescuchas era fomentada y patrocinada por las distintas compañías disqueras.

La mayor parte de la industria radiofónica estaba dedicada a la programación y difusión de música popular, aunque ya a mediados de los ochenta se podían encontrar algunas excepciones en el cuadrante, como la programación y los noticiarios Monitor de Radio Red y la Voz Pública del periodista Francisco Huerta. La radio era en su gran mayoría un negocio de sinfonola.

Pero tras los sismos ocurridos en 1985, quedó de manifiesto la labor de apoyo y enlace que la radio desempeñó en esos momentos, en especial la labor de Radio Red.

Se mostró cómo en un momento de emergencia social, los medios de comunicación quedaron rebasados (algunos por horas y otros hasta días) excepto la radio. Los periódicos matutinos resultaron obsoletos para informar sobre la tragedia, se informó a la población hasta las ediciones vespertinas, por su parte las televisoras que no sufrieron daños en sus instalaciones comenzaron sus transmisiones a su hora habitual (después de las 8.00 de la mañana), por su parte la televisión privada no pudo transmitir debido a que perdió una de sus antenas y quedó fuera del aire, el sistema telefónico se vio dañado en su gran mayoría y pudo restablecerse poco a poco, hasta lograr un servicio óptimo después de varios días. En medio de la incertidumbre, los radiodifusores se dieron a la tarea de informar, orientar y servir de enlace entre las miles de familias. La radio sirvió de vínculo entre familiares y amigos...orientó de manera oportuna cómo y qué hacer en caso de nuevos temblores. La radio puso al servicio de los radioescuchas y de las propias autoridades todos sus recursos tanto técnicos como humanos .

Algunos dueños de estaciones radiofónicas cambiaron sus programaciones habituales y decidieron no pasar sus cortes comerciales, a pesar de las pérdidas económicas que esto representó, para dar servicio e información a los oyentes. A partir de estos acontecimientos varias estaciones decidieron de manera definitiva cambiar sus formatos musicales por los hablados, incluyeron nuevos noticiarios de larga duración y nueva programación hablada, donde se tratara a lo largo del día varios tópicos de interés general...así se dio una nueva era de la radio hablada en México...la fórmula de la "sinfonola", "invierto poco y gana mucho" perdió terreno. Surgieron nuevos grupos radiofónico y otros se renovaron y dejaron la música para poner en sus micrófonos a expertos comentaristas para abrir un diálogo informado con el público sobre temas que antes parecían restringidos a la prensa escrita. Se puede afirmar que ese cambio en el medio anticipó los de la propia sociedad hacia una mayor pluralidad y rebasó de nuevo, a medios como la televisión.

Personajes como José Gutiérrez Vivo con su Monitor y Francisco Huerta con su "opinión pública" se consolidaron en el gusto de los radioescuchas, pero también surgieron nuevos

líderes de opinión como Nino Canún en Radio Fórmula, José Cárdenas en Stereo Cien, José Bravo Monroy en Radio Mil y el joven Pedro Ferriz DeCon en Stereo Rey.

Se dio un nuevo tipo de competencia entre los distintos grupos radiofónicos, ahora para contar entre sus filas con los especialistas en economía, en política, expertos en la bolsa, expertos en pareja y familia, en salud, en el deporte, en el entretenimiento, en contaminación y hasta en psicología...Desafortunadamente esta lucha por conseguir a expertos que a su vez atraigan con su impacto masivo el mejor rating, ha llevado a la radio a una lucha que deja de lado a la ética, a las ideas y el debate inteligente, al igual que, en consecuencia, al servicio que los caracterizo a mediados de los ochentas.

Actualmente existen programas amarillistas, morbosos y de chismes que desinforman y desorientan al público, en vez de mantener el vínculo con las inquietudes de la sociedad, que los distinguió desde mediados de los 80.

TESTIMONIO DE GRATITUD

A LOS ANGELES DEL MICROFONO DE RADIO RED



7:19 A.M.
JUEVES 19 SEPT
MONITOR
DE LA RADIO
AL AIRE.
EL BUEN AMIGO
MARTIN DIAZ
AL MICROFONO...

¿QUÉ PASO EN LA RADIO RED?
¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

RADIO RED
¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

POR LO VISTO CUENTOS DE MILES DE CAPITALINOS INVENTAMOS MISA AL MISMO TIEMPO.
¿CUERPOS?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

SABEMOS PORQUE ESTAMOS AQUÍ...
¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

¿CÓMO SE SIENTE LA FAMILIA?
¿CÓMO SE SIENTE LA RADIO RED?

ESTAMOS FELICES DE SEGUIR EN LA RED

Familia BOMBILLA Saldada (6 miembros y 1 invitado)
SARATOGA 1021 Col. Portales, Del. Biliacay, D.F.
Agnita y Maya y H. Col. Alameda, Celaya Guanajuato.

PROMOTO: ESCUENARIOS MEXICO 345 DIAL CALAM...
MEXICO, D.F. 27 DE SEPTIEMBRE DE 1985.

BIBLIOGRAFIA

Alva de la Selva. Alma Rosa. Rebeil C. María Antonieta, Rodríguez Zarate. Ignacio, "*Perfiles del cuadrante*" (*Experiencias de la radio*) Ed. Trillas, 1989 .314 pp.

Anderson. Johathan ,Durston. Berry," *Redacción de tesis y trabajos escolares.*" Ed. Diana 16 va. impresión, 1995

Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal
Estudio Exposición a la Radio en Medios de Transporte
(*La radio un medio en movimiento*), México 1996

Baena, Guillermina, "*Instrumentos de investigación*" (*Tesis profesionales y trabajos Académicos*) Editores mexicanos unidos México , 1996

Bernal Sahagún Victor "*Anatomía de la publicidad en México*"
Editorial Nuestro tiempo 9na. Edición-Méx. 1993. pp. 198

Camarillo. Ma. Teresa "*Memoria Periodística del terremoto.- 19 septiembre al 10 octubre 1985.- UNAM 1987.- Colección Hemeroteca Nacional*

Carey. John "*Eyewitness to history*" Avon History . New York 1987- pp. 706

Chapman E. H. . "*La mancha del progreso*".- Editorial Nuestro Tiempo México 1990

"*Enciclopedia de México S.A.*"
Tomo 11
México 1977

García Roldan. Jose Luis, "*Cómo elaborar un proyecto de Investigación*"
Edi. Universidad de Alicante . México, 1995

Garrido S. Juan, "*Historia de la música popular mexicana*"
Editorial Extemporáneo. México 1974

INTERNET

<http://acnielsen.com.mx>
<http://Radiocentro.com.mx>

La Jornada Semanal . La cobertura Periodística del terremoto.-29 septiembre 85.
Periódico *Reforma.*- "*Consumo cultural y medios en la Ciudad de México*"
Secc. Cultural .-5 febrero 1997.-pag 3C

Periódico Uno más Uno. Suplemento Especial.- "Tres Minutos..." Segunda Edición .sept. 1985

Ponti, Valery." *Historia de las comunicaciones*"-Salvat. México 1965
-pp. 148

Revista *Antena*. Noviembre-Diciembre 1985, Núm 140- pags 13-19

Revista *Proceso Artículo "el Desastre"*.-23 sept. 1985. N.464
.- 30 sept 1985 N.468

Revista "Radio" (*La función social de la radio*).-Núm. 1 Marz-abril 96
Una publicación de la ARDF.- 86 pp.

Revista *Radiolandia* .-México 1942 y 1943.-Colección Hemeroteca Nacional

Romo. Cristina, "*Introducción al conocimiento y Práctica de la radio*"
Ed. Diana. 1987 -120 pp.

Vilar. Josefina, Villegas. Teodoro, "*El sonidos de la radio*"
(*Ensayo teórico práctico sobre la producción radiofónica*) Ed. Plaza y Valdes IMER.
Universidad Autónoma de México- X México, 1988

Zacatecas. Bertha "*Vidas en el aire*" (*Pioneros de la radio en México*)ed. Diana.-México
1996.-222 pp.

ENTREVISTAS:

AGUIRRE. CARLOS.- Director general del Grupo Radio Centro.-OCTUBRE 1997

BARRERA MARIA LUISA.-Conductora de radio Red por más de 20 años de los programas "Querida amiga" y "Escucha"- 7 NOV. 96

CAMACHO LIDIA.-Profesora y directora del Claustro de Sor Juana., Organizadora de la Bienal de Radio Latinoamericana- 3 DIC. 96

ING DE LA HERRAN JOSE, Pionero de la XEW y director de proyectos del Museo de las ciencias "Universum" UNAM -30 OCT. 96

GARCIA MARTHA .-Gerente de operaciones de Radio Programas de México por más de 40 años.-11 NOV. 96

GUTIERREZ VIVO, JOSE.-Director de Infored y Conductor del noticiario "Monitor".- DIC. 1996

JEREZANO. RAFAEL,Reportero de "Monitor" por más de 20 años.-17 NOV. 96

MOLINA. MARIO, Gerente de producción de Radio Programas de México por más de 30 años.- 1RO. NOV. 96

LOPEZ VIGIL,IGNACIO_Representante de AMARC en la primera Bienal de Radio Latinoamericana.- MEXICO 1996

OLEA. JORGE,-Reportero Vial y policiaco de "Monitor".-17 NOV. 96

PORRAS. LUIS, Ingeniero de grabaciones de Radio Programas de México- 31 OCT. 96

SALAZAR. HUGO, Representante de Perú en la 1ra. Bienal de Radio Latinoamericana-MEXICO 1996

SERNA MARTINEZ. CLEMENTE,Presidente y fundador de Radio Programas de México- SEPT- 1993

SINTA. RAFAEL,Conductor de Radio programas de México por más de 40 años. 10 DIC. 96

VEGA. ALFREDO,Productor del Noticiario "Monitor" por más de 10 años.- 18 NOVIEMBRE 96

VARGAS .CELILIA, jefa del servicio "Monitor su contacto"11 NOV. 96