



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO.

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y
SOCIALES

MONITOR e *InfoRed*:

El primer noticiario radiofónico de larga duración
en México
(1974-2000).

TESIS

Que para obtener el título de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presenta:

FEDERICO GARDUÑO RAYA.

Director de Tesis:
DR. RAÚL TREJO DELARBRE.

Ciudad Universitaria 2001.





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.

a Dios...

Por bendecir mi camino.

a Mis Padres...

*Por darme la vida y
enseñarme a vivirla.*

*Por darlo todo en guiar mis
pasos y ayudarme en los
tropiezos.*

a Mis Hermanos...

Mary, Jorge y Gaby

*Por su aliento y comprensión
en este, mi caminar.*

a Mis seres queridos...

quienes ya se han adelantado.

*Por su ayuda y esfuerzo en el
apertura de mi vereda.*

a Mi Linda Monchouchou !...

Por ser luz en mi camino.

Por Ellos y Para Ellos...

*quienes han sido parte
fundamental en el desarrollo
de mi vida personal y
profesional...*

*Con cariño, respeto y
admiración... FEDE! .*

*a mi Universidad ...
a mis Profesores...*

*Por la valía de la educación y
el empeño en la transmisión
de conocimientos.*

Indice

Introducción.

Panorama de la Radio en México.

Capítulo I. Conformación de InfoRed.

1.1 Clemente Serna Martínez.

1.1.1 Clemente Serna Martínez / Emilio Azcárraga Vidaurreta.

1.2 Radio Programas de México (RPM). 1941-1994

1.2.1 RPM C.Serna Martínez/ E.Azcárraga Vidaurreta 1941-1961

1.2.2 RPM y Clemente Serna Martínez. 1961-1973

1.2.3 RPM y Clemente Serna Jr. 1973-1994

1.3 Grupo Red y Grupo Radio Centro. 1994-1995

1.3.1 Venta de estaciones.

1.4 Nacimiento de InfoRed.

1.4.1 Clemente Serna Alvear / José Gutiérrez Vivó.

Capítulo II. Monitor "Transforma la radio".

2.1 Qué Significa Monitor.

2.2 Un Monitor en la Radio.

2.2.1 Sismos de 1985.

2.2.2 Explosiones en Guadalajara, Jalisco.

2.2.3 "**Monitor** 31" año 2000.

2.2.4 Las Históricas Elecciones del 2 de julio 2000: "**Monitor** Electoral".

2.3 Monitor como Sistema Informativo.

2.3.1 Entrevista.

2.3.2 Colaboradores y sus participaciones.

2.3.3 Mesas Informativas.

2.3.4 Transmisiones a nivel Nacional e Internacional.

2.3.5 Información Vial.

2.3.5.1 Compromiso y riesgo.

2.3.6 Información cada hora.

2.3.7 Avances Informativos.

2.3.8 **Monitor** en los deportes.

2.4 Monitor como Sistema de Servicios.

2.4.1 **Monitor** Su Contacto.

2.4.2 **Monitor** Su Salud.

2.4.3 **Monitor** Su Solución.

2.4.4 **Monitor** en su celular.

2.4.5 *RED.

Capítulo III. Competidores Radiales.

3.1 Edición Matutina.

Monitor de la Mañana con José Gutiérrez Vivó.

Imagen Informativa con Pedro Ferriz de Con.

Detrás de la noticia con Ricardo Rocha.

Oscar Mario Beteta en Radio Fórmula.

Para empezar con Raúl Peimbert.

3.2 Edición Medio Día.

Monitor de Medio Día, con Martín Espinosa.

Imagen Informativa con Carmen Aristegui.

Panorama Informativo con Guillermo Ochoa.

Joaquín López Dóriga en Radio Fórmula.

Para Empezar con Jorge Fernández Menéndez.

3.3 Edición Tarde Noche.

Monitor de la Tarde-Noche, con Enrique Muñoz.

Imagen Informativa con Javier Solorzano.

José Cárdenas Informa en Organización Radio Fórmula.

Para Empezar con Guillermo Ortega.

3.4 Edición Media Noche.

Monitor de Media Noche.

3.5 Principales Grupos y Agencia Radiofónica en materia Informativa.

3.5.1 Grupo Radio Fórmula.

3.5.2 Panorama Detrás de la Noticia.

3.5.3 Imagen Informativa.

3.5.4 Grupo ACIR.

3.5.5 Grupo MVS Radio.

Capítulo IV. El modo de caminar informativamente.

4.1 Dirección de Información.

4.2 Coordinación de Información.

4.2.1 Editor de Información metropolitana.

4.3 Coordinación de Transmisión.

Productores.

Operadores.

4.4 Coordinación de Corresponsalías.

Corresponsales Nacionales.

Corresponsales Internacionales.

4.5 Coordinación de Red Vial.

Reporteros Viales.

Asesoras Viales.

Operadores Viales.

Capítulo V. El Bulbo de Monitor.

5.1 Estructura General de los Programas.

5.1.1 **Monitor** de la Mañana. 05:45 a 10:00 hrs.

5.1.2 **Monitor** de Medio Día. 13:00 a 15:00 hrs.

5.1.3 **Monitor** de Tarde-Noche. 17:00 a 21:00 hrs.

5.1.4 **Monitor** de Media Noche. 00:00 a 01:00 hrs.

5.2 Esquema Técnico-humano.

Capítulo VI. La tinta en el papel.

6.1 Cuál ha sido la función de Monitor.

Ciudadanía.

Aparato Gubernamental.

Medios de Comunicación.

Conclusiones.

Fuentes de Consulta.

Introducción.

Hablar de la Radio, tanto como aparato y medio de comunicación, es tan elemental como usar un reloj y estar acorde en un régimen de tiempo y espacio para vivir en sociedad, es decir, es imprescindible en la vida de los capitalinos.

Desde sus orígenes en nuestro país, este medio se perfiló como un importante elemento de comunicación, gracias a su "libre acceso", su recepción, cobertura y penetración de audiencias. Es posible manifestar que la radio es el medio con mayor comunicación generada entre sus receptores y emisores, a diferencia de la TV y medios impresos. Y es que la radio, gracias a los diversos instrumentos de comunicación actuales como lo es el teléfono, el fax, el correo tanto postal como electrónico, le han permitido generar formas sistemáticas de participación colectiva para el intercambio de ideas, comentarios y opiniones.

Salvador Novo, quien para muchos es considerado uno de los mejores periodistas mexicanos, filosofaba lo siguiente con respecto a la radio: "por su esencia misma, residente del aire, la palabra dicha en la radio debe cumplir su objeto, impresionar discretamente, por la amable puerta de los oídos del señor que le permite entrar hasta la intimidad de su alcoba, su espíritu, y retirarse para no volver más en la misma forma"¹

La mezcolanza de estilos y sabores que pueden ser consumidos a través del oído por parte de los radioescuchas es tan diversa como un buen buffet, y es que la oferta programática de dicho medio puesta al servicio de la sociedad es tan heterogénea que permite ser consumida por todo tipo de personas y sus gustos. Como es sabido, la radio a diferencia de los otros medios de comunicación es más íntimo, por su presencia alcanzada entre las personas.

¹ Asociación de Radiodifusores del Valle de México. Una Historia Que Sí Suena. "Radio y Cultura". ARVM. México 1998. Pág.188.

La programación hablada, expresada en sus múltiples géneros a diversos grupos de audiencia, ha adquirido gran relevancia con el transcurrir de los años, al reafirmar que la radio es un auténtico instrumento de interrelación humana, pues puede permitir una verdadera forma de comunicación directa, espontánea, oportuna y de fácil acceso.

La información noticiosa ha tenido cabida en el tiempo y espacio radiofónico desde muchas décadas atrás. Sin embargo, el fondo y la forma de obtención y difusión han sido transformados a lo largo de los años.

Noticiarios han surgido al por mayor, unos planeados y otros al vapor; pocos son los que se han podido mantener y es que los costos de producción de un programa como éstos, son altos. Es posible manifestar que este tipo de emisiones son las más caras por todo aquello que implican.

Algunos programas informativos y conductores han coadyuvado a lo largo de los años con otros medios, en mayor o menor medida, para la apertura de la información y su "libre" manejo en un país en donde, hasta antes del año 2000, había gobernado un partido político desde hace poco más de 70 años. Y es que en la radio, la ciudadanía ha encontrado un referente confiable para estar informado y bien acompañado.

Monitor de InfoRed fue el primer programa noticioso de larga duración que penetra el cuadrante radiofónico hace poco más de 26 años y que, desde entonces, ha buscado su consagración y permanencia como el mejor noticiario de la capital. Es uno de los informativos con mayor penetración, alcances y cobertura de la radio actual. Conocer su morada, su proceso de creación y parte de su caminar por los años, es factor de interés tanto mediático como social.

Frente a la importancia que ha tenido el noticiario **Monitor** a lo largo de los años, el presente trabajo tiene el propósito de ofrecer un panorama histórico y crítico del desarrollo de la citada serie de radio, sustentado en fuentes de primera mano, así como en una revisión bibliográfica de los textos más relevantes en esta materia.

La investigación busca brindar elementos de utilidad para todo aquel que deseen llevar a cabo una evaluación de ese medio de comunicación y de los artifices; quienes han llevado al programa informativo a ser uno de los noticiarios con mayor trascendencia en la historia radiofónica en México.

Asimismo, se exponen las diferentes etapas de crecimiento de **Monitor**, y que de alguna manera son fases congruentes con el desarrollo de la sociedad mexicana.

La permanencia del noticiario y conformación de sus servicios son parámetros para realizar estudios sociales, ya que la creación de éstos, además de responder a intereses económicos, responden a necesidades sociales. Es decir, su sentido primordial es la asistencia social.

La presente averiguación tiene como finalidad dar a conocer el proceso de conformación de **Monitor** y su consolidación como uno de los informativos con mayor índice de audiencias en el país; cuyo concepto y modelo radiofónico ha sido copiado por diversos grupos radiofónicos. De igual manera se indagará en el papel del director general de Grupo InfoRed, y que es el principal conductor de dicho programa.

Panorama de la Radio en México.

El primer medio de comunicación electrónico y de masas que llega a México es la Radio, medio que no sólo fue objeto de intereses privados y comerciales, también existió gran preocupación por parte del Estado para utilizarla como estrategia de desarrollo e integración social, que permitiera -junto con la educación- apuntalar hacia los procesos de modernización.

La radio es un medio natural de expresión y difusión cultural, debido a la gran cobertura que puede tener en un país como el nuestro. La posibilidad que la radio ha ofrecido como espacio de discusión, de diálogo, de comunicación, de información e incluso a lo adverso, es evidente.

“Creo que como elemento de difusión cultural la radio es básico, porque algunas de las primeras artes son precisamente auditivas; la música por ejemplo, la literatura que es básicamente la palabra escrita pero es también palabra leída igual que la poesía. Considero que la radio ocupa un lugar fundamental en cualquier manifestación cultural”².

Los orígenes de la Radio en México se remontan a principios de los años veinte, bajo el impulso de los intereses económicos y privados de familias vinculadas a -propriadamente dicho- la burguesía Porfirista, como los Milmo y De Tárnava, y de algunas emergentes, pero no menos importantes, como los Azcárraga.

De acuerdo con los antecedentes históricos de la radio, emitidos por la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), el Ingeniero Constantino De Tárnava es reconocido como el iniciador de la radio en México,

² "La Radio es cultura". Rafael Tovar y de Teresa. Revista Medcom. Número 41, Junio 1995. Pág.46.

ya que en 1919 instala en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, "la primera estación de radio experimental". En octubre de 1921, su proyecto radiofónico se consolida al inaugurar la emisora CYO, posteriormente identificada como XEH, "con una potencia de 50 watts que, según reportes recibidos posteriormente, pudo ser escuchada en varios países sudamericanos, e incluso llegó hasta Nueva Zelanda"³. El primer programa "vivo de estudio" de este radiodifusor fue el acontecido el domingo 9 de octubre de 1921, como es manifestado por él, en la siguiente carta:

OBSERVATORIO METEOROLÓGICO
ING. C. DE TÁRNAVA JR.
(FUNDADO EN 1926)
AV. JOSÉ BENÍTEZ 2533-A COL. OBISPADO
APARTADO POSTAL 147
MONTERREY, N. L., MÉXICO.

El primer programa "vivo, de estudio" se transmitió el domingo 9 de octubre de 1921.

La sala de la residencia particular del Ing. de Tárnava; se acondicionó con alfombras y cortinas, y se utilizó su piano Steinway, de 8:30 a 10:00 p.m., habiendo tomado parte en el programa:

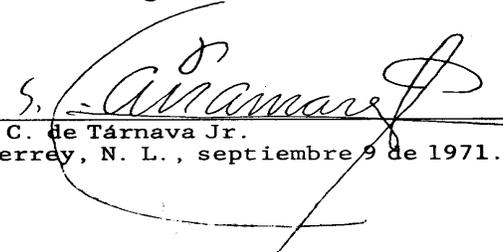
Srita. Ana María Yturria - Soprano.
Sra. Sierra de Barragán - Pianista.
Sra. de Saint John Clerke - Pianista.
Sr. Aubrey St John Clerke - Tenor.
Sr. Carlos Pérez Maldonado - Pianista.
Sr. Eudoxio Villarreal - Declamador.
Sr. Dr. José F. Barragán Sierra - Solista.

Locutor: Español-Inglés - Ing. C. de Tárnava Jr.

En esa época había sólo dos radioescuchas:

Ing. Rodolfo M. Garza, Gerente del Banco de Nuevo León.
Sr. R. Bermúdez - Fabricante de acumuladores.

Si omití mencionar alguna persona que colaboró para el desarrollo del programa, le ruego me perdone, pues, después de 50 años, es muy fácil olvidar algo.


Ing. C. de Tárnava Jr.
Monterrey, N. L., septiembre 9 de 1971.

*fuente: Francisco de Anda y Ramos. La radio. El despertar de un Gigante. Pág. 61.

³ Francisco de Anda y Ramos. La radio. El despertar de un gigante. Pág.64.

Sin embargo, la Cámara de la Industria de la Radio y la Televisión, destaca que “El primer programa radiofónico realizado en el país, se origina la noche del 27 de septiembre de 1921, poco antes de la radio experimental de Constantino De Tárnava, en una cabina de radio construida en la planta baja del desaparecido ‘Teatro Ideal’ de la Ciudad de México. La estación era propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como Francisco Barra Villela”⁴.

El Ingeniero De Tárnava, a fin de conseguir el financiamiento necesario para sus transmisiones, buscó la manera de vender radios para que un mayor número de personas sintonizaran a la estación y así poder vender en mejor precio la publicidad, y es que a mayor captación de radioescuchas mejores costos en cobranza publicitaria. Hay que señalar que en México, en los años 20, la radio era un aparato de vanguardia, de alta tecnología, y por consiguiente no existía un posicionamiento del aparato receptor entre la sociedad del momento; por ello, se tuvo que generar una estrategia de venta, primero de aparatos y después de programación.

En sus comienzos, “la XEH difundía música grabada, pero en 1923, año en que adopta el nombre de *24^a experimental* (correspondiente al número de autorización que se le asignó por parte del gobierno), da un paso más elegante y comienza a transmitir ‘en vivo’. Mientras tanto, en 1922 surge la *7^a experimental* (XEI) en Morelia, otra pequeña transmisora, a cargo del Señor Tiburcio Ponce, que operaba inicialmente con 25 watts de potencia”⁵.

Francisco de Anda, en su libro La radio. El despertar de un gigante, manifiesta que la XEH y la HEI se consideran las estaciones pioneras de la radio comercial en México, y que entre 1923 a 1936, nacen 46 nuevas radiodifusoras de amplitud modulada.

⁴ Historia de la Radio CIRT. <http://www.cirt.com.mx/2.html>

⁵ De Anda y Ramos. Op.cit. Pág.64.

Muy importante para el desarrollo de la radio en México fue 1923, año en el que se inauguraron, entre otras, las emisoras CYL denominada "El Universal Ilustrado, La Casa de la Radio", propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Felix F. Palavicini y la CYB- hoy conocida por las siglas XEB- de la compañía cigarrera "El Buen Tono".

"En 1923 los mexicanos iniciamos una convivencia cotidiana y familiar con un medio que parece siempre haber estado con nosotros, compañero imprescindible de todas las actividades en las que el hombre requiere de informarse rápida y eficazmente, o simplemente siente la necesidad de no estar solo y fácilmente acepta la compañía de voces que conversen con él"⁶. Lo anterior, refiriéndose a la radio como medio a través del cual se transmiten además de voces, música y datos, fundamentalmente ideas y sentimientos.

A los años treinta, se les puede manifestar que es la década, cuando la radio se consolida como medio de comunicación privilegiado en el contexto de la urbanización creciente de la vida. "Aunque los orígenes de la radio en México datan de la época de Obregón y Calles, puede decirse que el año de despegue fue 1930, cuando se funda la estación XEW en el Distrito Federal; la XEJ en Ciudad Juárez; la XEU en Veracruz; XEFC en Mérida; la XES en Tampico, entre otras"⁷.

Desde el inicio de sus transmisiones, 18 de septiembre de 1930, la XEW "La Voz de América Latina desde México" marca una nueva etapa en la Industria, por su programación alcance y potencia. Esta última, fue fundada por Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, convirtiéndose en toda una tradición dentro de

⁶ ARVM. Op.cit. "Un futuro fundamentado en el pasado". Pág.25.

⁷ Fátima Fernández. La radio mexicana. Centros y Regiones. México, Juan Pablos Editor. Pág.30.

la radio del país al impulsar a la radiodifusión comercial a su consolidación durante las décadas venideras.

“Durante los años 30 la industria radiofónica mexicana superó la etapa de experimentación para dar paso a la de profesionalización del medio. Dominado el aspecto técnico, o al menos suficientemente amansado, el énfasis pasó a la programación y a la comercialización. Como salpullido brotaron por el país docenas de radiodifusoras, si bien, la mayoría de ellas simples fonógrafos sofisticados.”⁸

No sólo música y programas divertidos se transmitían a través de la radio; un género muy importante se explotaba desde principios de la década de los 30, como lo fueron los radioteatros y radionovelas.

Hacia los años cuarenta y cincuenta, la radio gozaba de gran popularidad, en gran medida, por su amplia cobertura y por su capacidad de transmitir programas de contenido informativo, deportivo y de entretenimiento para los mexicanos, que bien o mal, en esos momentos iban acorde con la saturación de las urbes, es decir, tiempo y espacio adecuados.

Sin embargo, la radio no se concebía como vehículo publicitario. Por lo anterior, Radio Programas de México (RPM) surge en 1941 como una nueva estructura radiofónica al unirse el primer grupo de estaciones de radio con fines comerciales. En ese mismo año se constituye la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión.

Durante la Segunda Guerra Mundial los norteamericanos, en busca de canales de distribución para emitir sus mensajes en México, Centro y Sudamérica,

⁸ José Luis Ortíz Garza. La guerra de las ondas. Pág.21

utilizaron a la organización radiofónica de RPM para el envío y transmisión de programas denominados "Voz de América", con objetivos meramente propagandísticos. Esta situación generó una filiación entre la XEW y XEQ con la BBC y CBS, formando así la "Cadena de las Américas".

"La radionovela, los programas musicales y los comerciales fueron imbricando valores tradicionales y modernos en la creación de mitos, símbolos y personajes de gran popularidad que estimularon identificaciones colectivas y sentido de pertenencia urbana"⁹.

Entre los años 1945 y 1946 surge Radio Mil como cadena radiofónica. Se funda XENK "Radio 620" emisora que hoy en día encabeza a Radiodifusoras Asociadas (RASA).

"La XEOY, Radio Mil, intentó en 1949 convertirse en una estación sólo de noticias, que transmitía durante 18 horas continuas. Pero esta idea no progresó, tal vez por la falta de planeación y porque el servicio público no fue motivo principal de la estación"¹⁰.

De acuerdo con lo manifestado por María Cristina Romo Gil en su libro Introducción al conocimiento y práctica de la radio, los programas dramáticos tuvieron su apogeo entre 1940 y 1955, quince años ininterrumpidos. Las novelas matutinas y vespertinas, y los radioteatros, hacían vivir nuevas experiencias a todo el auditorio.

Se habla de ese periodo, ya que a fines de los cuarenta, gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión, se comenzó a experimentar con la

⁹ Rosalía, Winocur. Radio y Ciudadanos. Usos de una voz pública. Pág. 127

¹⁰ Jorge Mejía Prieto. Historia de la radio y la televisión en México. Pág. 74

Frecuencia Modulada (FM), "banda" ideal para la transmisión de música debido a que permite la reproducción estereofónica.

"En 1952 Don Federico Obregón Cruces instala la primera estación de este tipo, la XHFM-FM, misma que permanece hasta el año 1957. Dos años antes, en 1955, el señor Guillermo Salas Peyró logra darle un impulso a la FM al instalar, en la capital del país, la XEOY-FM, primera emisora en América Latina que transmite en sistema estereo"¹¹. "Desde el inicio de su operación fue programada con el ánimo de impulsar la cultura y en particular las expresiones de la música culta, convirtiéndose en Estereomil FM 89.7, (El sonido de los clásicos)"¹².

El Estado, comprendido éste como entidad política que preside los destinos colectivos de una sociedad y que ejerce el poder legal, en 1917 reconoció como patrimonio nacional el espacio en que se propagaran las ondas electromagnéticas, para que -años más tarde- estableciera un régimen de concesiones y permisos para su explotación.

"Aunque a partir de 1917 todos los regímenes se preocuparon por la regulación de la radiodifusión, sería hasta el 19 de enero de 1960, con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, cuando se legisla sobre el contenido de las emisiones y se manifiesta, por primera vez y en forma reglamentada, la intención del Estado de participar como emisor"¹³.

Esta acción legal tendría algunas reformas para 1970, 1980 y 1986, y que serían dados a conocer en los diarios oficiales.

¹¹ Antecedentes históricos de la radio. <http://www.cirt.com.mx/2.html>.

¹² ARVM. *Op.cit.* "Núcleo Radio Mil". Pág.179.

¹³ Alma Rosa Alva de la Selva. *Radio e Ideología*. Pág.44.

Para la década de los 60 y sustentados por el avance tecnológico logrado en 1949, como lo fue el disco con "microsurcos" de 33 1/3 y 45 revoluciones por minuto, la radio comienza a transformarse, se da la sustitución de los programas de contenido musical en vivo por los programas con música grabada.

"Para 1966 la inversión publicitaria en radio se calculaba entre los 519.1 millones de pesos"¹⁴.

Cuando, a principios de los sesenta, la televisión arribó con la fuerza de su principal fundamento, la imagen, se creía que de manera lenta e irremediabilmente la radio caminaba por la vereda de su desaparición. Lejos de resultar así la radio continuó con su posicionamiento entre la ciudadanía receptora, aunque si se presento un estancamiento en el desarrollo radiofónico durante ésta década.

"Para los años setenta la UNESCO informó que en México existían 278 aparatos de radio por cada mil habitantes. Lejos había quedado la cifra proporcionada sólo diez años atrás, en 1960, cuando se reportaban apenas 96 receptores por cada mil habitantes y cuando la frecuencia modulada iniciaba sus primeras aventuras por el cuadrante contando sólo con tres emisoras"¹⁵. Este crecimiento de radio receptores era ya un indicador de la importancia del medio en el país de aquellos años, así como en el tiempo por venir.

Por este motivo, además de contar con gran visión de los negocios, los propietarios de Radio Programas de México inician una nueva etapa en la radiodifusión mexicana al introducir el formato hablado, en la emisora XERED, antes XERCN.

¹⁴ De Anda y Ramos. Op.cit. Pág. 68.

¹⁵ ARVM. Op.cit. "Un futuro fundamentado en el pasado". Pág. 25.

En 1974, XERED inicia las emisiones del primer noticiario radiofónico de larga duración denominado **Monitor**.

Cabe resaltar que la importancia de un medio radica, en mayor o menor medida, en la inmediatez de sus transmisiones frente a eventos especiales así como eventos no previstos, tal es el caso de la radio en donde se percibe una gran diferencia entre la noticia impresa y la radiada, ya que mientras el reportero de periódico piensa en la noticia del día, el reportero de la radio piensa en la nota del momento. Esta característica podría ser sinónimo de "velocidad" o "rapidez" de la información.

Dar las noticias por el aire se describe como informar "ahora mismo". En muchos países, "La rapidez de la información por radio ha hecho que los periódicos cambien su modo de informar, por ejemplo, la costumbre de imprimir "extras" o ediciones especiales, para informar acerca de una noticia de suma importancia, casi han desaparecido"¹⁶, por la tardanza que representa la impresión de cualquier publicación.

En la actualidad, es posible apreciar que los medios de comunicación en nuestro país, bien o mal, están trabajando con base en su especificidad. La prensa, quizá como en otros años, está explotando su elemento de investigación y presentación, ya que frente a los medios electrónicos la prensa escrita tiene la ventaja de ejercer un periodismo de profundidad y de mejor exposición.

La radio ejerce un servicio de inmediatez frente algún suceso, mientras que la Televisión busca utilizar a la imagen como fundamento de sus informaciones. Dicha explotación de elementos generan una sana competencia y diversificación del mercado.

¹⁶ John F. Newman. Periodismo Radiofónico. Grupo Noriega Editores. México 1991. Pág.15.

“La radio, como alguna vez apuntara Marshall McLuhan, es la extensión de la boca, la laringe y los pulmones del hombre; y más aún como dice Cristina Romo, la radio es el altavoz del cerebro humano; la que tiene el poder de recrear las imágenes que se construyen en la mente”¹⁷. Sin embargo, hay que mencionar que la radio no sólo es eso, ya que también es un medio de comunicación masiva, con gran posibilidad de integración social.

Durante la década de los 70, la Frecuencia Modulada continuó con su posicionamiento en el público radioescucha bajo el sinónimo de *música en alta fidelidad*. A finales de esta década, es posible manifestar que, la Amplitud Modulada comienza una disminución en su rating por el crecimiento de la FM, consolidándose, esta última, a mitad de la década de los ochenta como la banda con mayor índice de radioescuchas.

Los avances tecnológicos de los años 80, como son los satélites (Morelos I y II) han permitido realizar más y mejores transmisiones especiales, sobre todo desde un ámbito internacional, tal es el caso del noticiario radiofónico **Monitor**, primer noticiario radiofónico en realizar transmisiones internacionales, acción que se comentará en capítulos venideros.

En su caminar por los años, la radio fue adoptando distintas tendencias de programación, siendo la música el elemento al que con más frecuencia se ha recurrido a lo largo de los años y el que mayor porcentaje de tiempo-aire ha ocupado. Sin embargo, el habla es el instrumento que, en tiempos recientes, ha encontrado nuevas formas de relación entre el público radioescucha y el medio, al generar una mayor interacción entre ambos elementos de la comunicación.

Los receptores han encontrado en este medio un referente confiable para estar informado, lo que ha permitido que durante el último par de décadas y las

¹⁷ ARVM. Op.cit. "Lenguaje Vía Éter". Pág. 207.

emisiones habladas tengan notoria presencia en el dial radiofónico. No sólo se escuchan programas de entretenimiento, radiodramas o de concurso, sino de programas informativos de larga duración, de opinión, orientación, queja y denuncia.

La era digital que comienza en la década de los 80 con los avances tecnológicos, tales como el procesador de audio, el disco compacto, el dat, el sistema de cómputo destinado para producciones de audio, entre muchos otros, es generadora de un repunte en cuanto a la calidad auditiva del medio radiofónico.

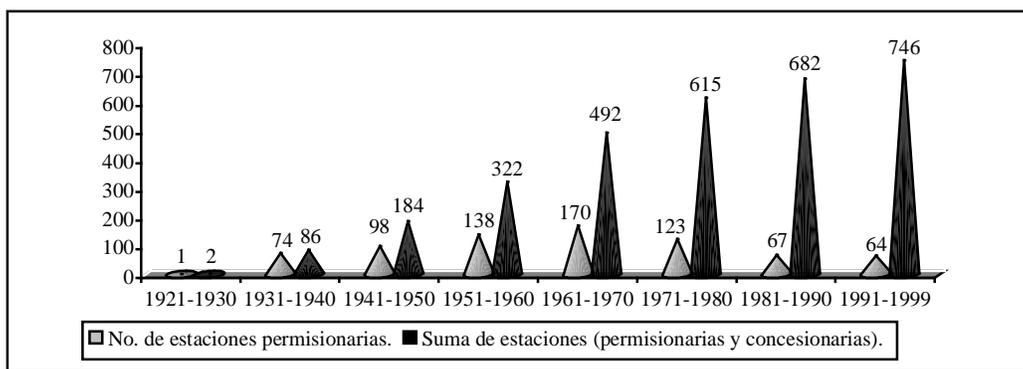
Para la mitad de la década de los años 80 el medio radiofónico del Valle de México realiza una revalorización del propio medio electrónico como resultado de los sismos ocurridos en el mes de septiembre (acontecimiento que será puntualizado en capítulos venideros).

En 1994 y 1995 la radiodifusión mexicana sufre una crisis que obliga a algunos radiodifusores a vender sus emisoras o a buscar alianzas; Tere Vale que había estado en ABC, "la estación de la palabra" y poco tiempo en Grupo Radio Centro, adquiere con su familia la XEN para hacer "690, Ondas de Lago", con un concepto de radio alternativa y afiliada comercialmente a la cadena RASA. Núcleo Radio Mil vende algunas emisoras de AM y se asocia con Estéreo 100. Estos son algunos de los muchos movimientos dados en la industria radiofónica en aquellos años.

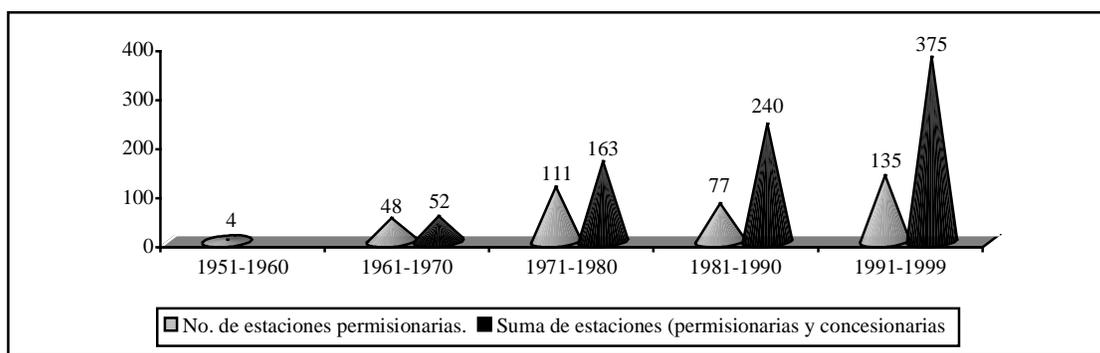
Uno de los grupos radiofónicos más reciente, finales del 2 mil, en nuestro país es Grupo InfoRed, que a mediados de 1999 pasa de ser una Agencia Informativa a Grupo Radiofónico al poseer la concesión de 2 estaciones: XEJP y XEFAJ y la producción del noticiario radiofónico **Monitor** y los servicios REDacción

Dominical, RED Deportiva, RED Vial, METROPOLITANOS, Avance Metropolitano,
 *RED, **Monitor** su Contacto, **Monitor** su Salud y **Monitor** su Solución.

Para visualizar de manera esquemática el incremento dado en la radiodifusión a través de los años, a continuación se presentan dos gráficas correspondientes a las estaciones concesionarias y permisionarias en el país, en ambas frecuencias.



Crecimiento por décadas de estaciones concesionadas y permisionarias en Amplitud Modulada.



Crecimiento por décadas de estaciones concesionadas y permisionarias en Frecuencia Modulada.

*Fuente: Datos estadísticos proporcionados por la CIRT en <http://www.cirt.com.mx/7.html>

Francisco de Anda y Ramos en su libro La radio. El despertar de un gigante manifiesta que la radio ha cambiado de acuerdo con las circunstancias, al igual que la sociedad y sus instituciones. Resume de manera sencilla la evolución del medio:

1920-1930 Pioneros.

1930-1950 Época de oro de la radio.

1970- ? Nuevos caminos.

De la misma manera, indica que los elementos que han integrado a la radio en nuestro país han sido (en orden decreciente):

1. El contenido musical.
2. La información, que comparte el porcentaje de tiempo con la publicidad.
3. El drama –que cada día pierde más terreno – y la comicidad.

Por último, la evolución de la radio depende de diversos factores:

- a) Financieros y económicos.
- b) Técnicos.
- c) Condiciones sociales favorables.

La radio de hoy es una industria moderna, distinta de la de sus orígenes, pero en cuyo inicio asienta, gracias a su permanencia, la base de su actualidad.

Capítulo I. Conformación de InfoRed.

InfoRed es una empresa heredera de más de 57 años de experiencia en la comunicación. Una vida que comienza y se desarrolla de la siguiente manera.

1.1 Clemente Serna Martínez.

Don Clemente Serna Martínez, pionero de la Radio en México, nació el 23 de noviembre de 1908 en la Ciudad de Monterrey, Nuevo León; fue integrante de una familia de 18 hermanos y desde su niñez, antes de dedicarse por completo a la Radio, tuvo varias ocupaciones:

Corrían los tiempos de la Revolución Mexicana, cuando Clemente Serna, entonces a la edad de seis años, comenzó a laborar, primero como asistente de su padre en las tareas de campo y posteriormente –ya instalado en Monterrey durante las horas que no iba a la escuela- como voceador y bolero.

A la edad de 15 años, para 1925, se fue a los Estados Unidos en busca de empleo. En Kiowa¹⁸ Oklahoma, trabajó en la colocación de vías del ferrocarril, con la promesa de que si lo hacía bien lo contratarían para trabajar en las minas de carbón en Pittsburgh¹⁹ con mejor remuneración.

¹⁸ **Kiowa**, pueblo amerindio de la familia lingüística kiowa-tanoa que pertenece al área cultural de las Grandes Llanuras, en Estados Unidos. Originalmente, los kiowa vivían junto a los ríos **Arkansas** y **Canadá**, en una zona que hoy forma parte de los estados de **Colorado**, **Nuevo México** y **Oklahoma**.

¹⁹ **Pittsburgh**, ciudad del estado de **Pensilvania**, en Estados Unidos. Pittsburgh es la segunda ciudad más grande de Pensilvania, el principal centro financiero y de transportes, y el puerto fluvial interior más activo de Estados Unidos. Cuenta con diversas vías de ferrocarril, vías fluviales interiores de transporte, grandes autopistas y el cercano aeropuerto internacional Greater Pittsburgh. En la ciudad se encuentran las sedes centrales de muchas de las más importantes empresas estadounidenses.

Después de laborar en las minas viajó a Gary, Indiana²⁰, donde también regreso a la tarea dura de colocar vías del ferrocarril. En sus ratos libres asistía a un gimnasio sirviendo de sparring²¹. En 1928, debutó en Shawnee²², Oklahoma, como boxeador, donde llegó a ganarle al campeón estatal de aquellos años.

Tiempo más tarde y después de su corta carrera en el box, en su ciudad natal entró a trabajar en Ferrocarriles Nacionales, donde llegó a ser Secretario de Conflictos del Sindicato de Ferrocarrileros. Ahí conoció al señor Diberg, dueño de un garage, quien le encargaba el envío de automóviles particulares de la ciudad de Monterrey al Distrito Federal, ya que en aquel tiempo no existía la carretera nacional, por lo que debían ser transportados por ferrocarril.

Al verlo tan diligente y amable con los clientes, el señor Diberg incitó a Serna Martínez para dedicarse a la venta de aparatos radiofónicos; para ello, le presentó a los señores De Tárnava, quienes eran propietarios de una agencia de radios y de la XEH, la primera emisora de radio en la historia del país.

“Los señores De Tárnava me dieron la oportunidad de vender radios... me fue muy bien, tenía yo bastante necesidad, el sueldo que tenía en los ferrocarriles era muy bajo; entonces, me ayudé económicamente con la venta de los radios; los vendíamos en aquel tiempo en oro nacional... viendo los señores De Tárnava que era muy activo en las ventas, me dijeron que si no podría vender anuncios de radio, les pedí que me dijeran cómo había que hacerlo y adelante”²³.

²⁰ **Indiana**, estado situado en los llanos centrales de **Estados Unidos**; limita al norte con Illinois y Michigan, al este con Ohio, al sur con Kentucky y al oeste con Illinois. Sus principales ciudades son **Indianápolis** (la capital), Fort Wayne, Evansville, Gary, South Bend y Hammond.

²¹ **Sparring**. M. Dep. pugil que entrena a otro boxeador

²² **Shawnee**, pueblo amerindio de la familia lingüística **algonquina** y del área cultural de los Bosques Orientales en Estados Unidos.

²³ Entrevista a Clemente Serna Martínez transmitida en Monitor, en ocasión de su deceso. 8 de diciembre de 1998.

A finales de 1928, comenzó a trabajar como vendedor de espacio publicitarios para la estación de Radio, propiedad de la familia De Tárnava. "Cuando logré que me pagaran un espacio con la tarifa fijada –asegura Don Clemente- conseguí la entrada por la puerta grande al área de ventas de la XEH, en donde alcance la gerencia tiempo después"²⁴

1.1.1 Clemente Serna Martínez / Emilio Acárraga Vidaurreta.

Al enterarse Don Emilio Azcárraga Vidaurreta (padre de Emilio Azcárraga Milmo y abuelo de Emilio Azcárraga Jean) que la emisora XEH lograba más ventas que la XET, también de Monterrey y que era de su propiedad, le hizo una oferta a Don Clemente para encargarse del departamento de comercialización de su emisora, quien aceptó.

En 1933 fue nombrado gerente de la emisora (XEH), conservando aún su trabajo en los ferrocarriles. *"Se dieron cuenta de que yo era el que más vendía, a pesar de trabajar para ellos después de mi jornada en los ferrocarriles, fue entonces que me ofrecieron la gerencia. Al año siguiente resultó que había generado 18 mil pesos de utilidades cuando la compañía valía 25 mil pesos, fue entonces que pedí un aumento de sueldo, con base en mis resultados"*²⁵.

La industria de la radio prometía mucho desde entonces y él supo valorar las perspectivas de ese medio en su justa dimensión. De igual manera, identificó los aspectos claves del quehacer radiofónico: la producción, la programación, el patrocinio y las ventas.

²⁴ "Don Clemente Serna Martínez". Ingrid Negrete R. Revista Medcom. Número 45. Octubre 1995. Pág.30

²⁵ Entrevista a Clemente Serna. Op.cit.

En 1934, Clemente Serna Martínez se casó con la Señora Josefina Alvear, matrimonio procreador de dos hijos: Silvia María y Clemente Serna Alvear.

En 1937, se trasladó a Tamaulipas donde se desempeñó como secretario del Centro Patronal de Tampico. En ese año adquirió la emisora XES de Tampico, Tamaulipas, primera emisora de su propiedad.

En febrero de ese periodo encabezó un grupo de empresarios de provincia y del Distrito Federal para crear la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMERC), cuyo objetivo era la defensa de intereses gremiales. Esta agrupación se convertiría años más tarde en la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

En 1940, ya con emisoras en Monterrey, surgió en el señor Serna Martínez la idea de formar una empresa que reuniera las emisoras más importantes del país con la finalidad de lograr el mejoramiento técnico de las mismas y la transmisión de campañas publicitarias, radionovelas y producciones especiales en el ámbito nacional.

“Un día me puse a escribir, en una maquina portátil que tenía, un plan de 2 o 3 hojas proponiendo a Don Emilio Azcárraga una compañía a nivel Nacional para que diera servicio a los anunciantes y que también ayudara a las estaciones de radio a mejorar los servicios.... inmediatamente me contestó que estaba de acuerdo”.

1.2 Radio Programas de México (RPM) 1941 – 1994.

1.2.1 RPM y C. Serna Martínez / E. Azcárraga Vidaurreta. 1941-1961.

Clemente Serna Alvear propuso la idea a Don Emilio Azcárraga Vidaurreta, propietario de la XEW, y el 16 de junio de 1941 nació la primera cadena radiofónica del país, denominándola Radio Programas de México. "Invirtieron 11 millones de pesos para la fundación de la compañía"²⁶, siendo E. Azcárraga el socio mayoritario y C. Serna el minoritario.

Fue, entonces, que se iniciaron las operaciones de Radio Programas de México, el nombre que don Clemente Serna Martínez dio al nuevo concepto de "hacer radio". Así, la empresa contactaba radiodifusoras en las distintas ciudades del país, con quienes se firmaba un contrato de afiliación conforme al cual RPM "proporcionaba un equipo moderno para reproducir discos de acetatos, inventó que acababa de salir al mercado...

"El sonido ortoacústico tenía una calidad muy distinta a la de las vitrolas que la gente oía en su casa"²⁷. El ortoacústico era un aparato profesional. Con él, Radio Programas entregaba a las radiodifusoras afiliadas dos tornamesas para la reproducción de los discos que eran grabados desde la capital.

En un principio, la programación que se vendía para su retransmisión era la que ofrecía en vivo la XEW a sus radioescuchas, y que, posteriormente, la empresa crearía producciones propias, entre las que destacarían las radionovelas. RPM cobraba una comisión del 50% por el total de la ventas generadas al comercializar cada programa.

²⁶ Fernando Pedrero. "Una vida en la Radio". Reforma 9 de diciembre de 1998, Secc. Negocios Pág.16.

²⁷ Grupo InfoRed. En 25 años Monitor transforma la Radio. Pág.26.

“Con RPM se buscaba que los clientes pagaran por la producción de un programa. Se les vendía el espacio para aparece en la W y, por un poco más, yo los convencía de adquirir espacio en las demás estaciones”²⁸.

La integración radiofónica de la República Mexicana se inició en esa fecha, cuando la compañía envió a sus primeras 15 emisoras afiliadas programas grabados en discos de acetatos de 16 pulgadas, el sistema más novedoso de aquella época.

La mayoría de las radiodifusoras, desde Tijuana y hasta la Península de Yucatán, tenían su programación bajo aquellos discos; contenían las emisiones nocturnas, principalmente. La noche era la hora de mayor audiencia en aquel entonces. La programación y comercialización de las filiales estaban controladas desde la Ciudad de México por RPM.

La cadena fue creando una serie de compañías en los campos adyacentes de la publicidad, la información, la comercialización de aparatos (como Audimex, para importar y vender equipos de radio) y la producción de programas (Arte Radiofónico de México, también conocida como Programex, que producía radionovelas y radio-minutos), con el fin de satisfacer las producciones especiales para algunas de las emisoras agrupadas y formar, sin duda, un emporio con fines comerciales y grandes ganancias.

Durante la Segunda Guerra Mundial, los norteamericanos, en busca de canales de difusión para emitir sus mensajes, utilizaron la organización radiofónica de Radio Programas de México para el envío y transmisión de programas denominados “Voz de América”, con objetivos meramente propagandísticos. Esta situación generó una filiación entre la XEW y XEQ con la BBC y CBS, formando así la “Cadena de las Américas”.

²⁸ "Don Clemente Serna M". Op.cit. Pág.30.

La radio como medio de comunicación que lo es, tiene gran valor en conflictos militares. José Ventín en su libro La guerra de la radio menciona la existencia de tres funciones para la radio en tiempos de guerra, las cuales son:

1. La radio como arma táctica.- la penetración del medio en la sociedad es decisiva para influir en los comportamientos y creencias.
2. La radio como arma psicológica.- en este rubro destacan las características siguientes:
 - ❖ Crear una moral.
 - ❖ Consolidar las posiciones ganadas aplicando alguna táctica de terror.
 - ❖ Inmovilizar al enemigo dando noticias falsas.
 - ❖ Desacreditar la capacidad combativa del enemigo.
 - ❖ Desmontar las informaciones favorables del enemigo.
3. La radio como medio de transmisión bélica.- rubro en el que destacan dos funciones del medio:
 - ❖ Servir de interferencia.
 - ❖ Transmitir "clavos" (artimañas) y enlaces.

Cabe señalar, que el nacionalismo de Hitler es ejemplo del uso político de la radiodifusión. Joseph Goebbels orquestó un aparato propagandístico, antes y durante la Guerra. Mientras tanto, la BBC de Londres "transmitía discursos de Winston Churchill, así como diversas exhortaciones a la resistencia de los Aliados". Rossevelt, por su parte, preparaba todas las noches al pueblo estadounidense para entrar y permanecerse en el conflicto"²⁹.

²⁹ De Anda y Ramos. Op.cit. Pág.70.

En 1944 RPM realizó la primera radionovela de México, denominada "Anita de Montemar". Asimismo, inició la primera Cadena Continental que difundía programas mexicanos a Centro y Sudamérica en forma grabada, *"empecé a mandar 1, 2 programas al día, llegado los dos o tres meses ya eran 4 o 5 programas diarios"*³⁰. En éste mismo año, Clemente Serna Martínez fue nombrado presidente de la Asociación Nacional de la Publicidad (ANP).

"El 85 por ciento del dinero que se gastaba en la publicidad radiofónica de aquellos años... y el 90 por ciento"³¹ de los programas grabados y realizados a través de control remoto eran captados por el grupo. Algunos de los anunciantes que aprovecharon la penetración en el ámbito nacional y en el extranjero de Radio Programas fueron los productos *Colgate, Pond´s*, plumas *Parker* y refrescos *Coca Cola*, empresas que, sin lugar a duda, buscaban tener una fuerte presencia entre los mexicanos.

Cabe resaltar, que en sus inicios RPM contaba con sólo seis emisoras, pero fue creciendo de manera veloz y en 1945 ya poseía 78; en ese mismo año, se incorporaron 38 emisoras de 11 países latinoamericanos. Tres años más tarde ya sumaban 82 emisoras y a principios de los años 50 se enlazaban 92. Así, se convirtió en uno de los grupos radiofónicos de comercialización más importantes de aquella época.

La mejora en la calidad de las producciones, el protagonismo comercial en cada programa, así como la posibilidad de determinar las ciudades y horarios de difusión fueron motivos determinantes para la captación de clientes publicitarios, razón que hace ser a Clemente Serna Martínez precursor tanto en la publicidad radial, como en la creación de organismos radiofónicos a nivel nacional.

³⁰ Entrevista Clemente Serna. Op.cit.

³¹ Ortiz Garza. Op.cit. Pág.189.

Los programas de la XEW tenían un problema en cuanto a la definición de la propiedad, ya que al ser patrocinados por una determinada firma se podía interpretar que el programa era del cliente de la XEW y no de la estación productora; por ejemplo, el programa denominado *Teatro Parker*, patrocinado por las plumas *Parker*. Por ello, se creó un brazo productor de la empresa Arte Radiofónico de México (ARM) que con ayuda de la cinta magnética, adelanto tecnológico de aquellos años, facilitó la grabación de los programas para su entrega.

ARM produjo cientos de series y radionovelas, las cuales se distribuyeron a todo el país, a Centro y Sudamérica. Así, por primera vez, México rebasó sus fronteras destacando a lo largo del continente el profesionalismo de los actores Mexicanos. Cabe recordar, que no existía aún tal promoción para la creación artística. A partir de 1962, Arte Radiofónico de México también fue conocida como Programex.

Serna Martínez dirigió desde 1948 y hasta 1954 la Confederación de Cámaras de Comercio de la República Mexicana (Concanaco); en esta última fecha, fue presidente del Club Rotario de la Ciudad de México y consejero de la Confederación de Cámaras de la Industria de la Transformación (Concamin). Tiempo después, fue presidente de la sección Mexicana del Comité México-Americano de Hombres de Negocios, miembro del Comité de Planeación de Programas de Rotary Internacional, presidente de Ejecutivos de Ventas de México.

A mediados de los años cincuenta, inició las transmisiones de XERPM, Radio 660, estación piloto de Radio Programas en el Distrito Federal que habría de dedicarse a programas deportivos y musicales. La 660 transmitió partidos de fútbol y peleas de box desde los Ángeles y Japón. En ella, narraban cronistas de la talla de Agustín Álvarez Briones, Agustín González "*Escopeta*", Oscar "*el rápido*" Esquivel y Jorge Vázquez.

Con la ambición expansionista que la caracterizaba, la empresa comenzó a adquirir y a instalar nuevas estaciones de radio a lo largo y ancho del país. En algunos casos y sitios se asoció con otras emisoras por que así lo requería la conyuntura; en otros, compró e, en algunos más, instaló su propia radiodifusora.

Al cumplir sus primeros 15 años, la cadena contaba con una afiliación de 110 radiodifusoras de las 200 existentes en todo el país.

En 1957, Don Clemente Serna Alvear (hijo de C. Serna Martínez) fue nombrado director de la emisora XERPM.

Un año de grandes éxitos empresariales para la compañía fue 1959, puesto que se llevó a cabo la consolidación de la primera cadena que contó con una estación comercial en FM. Asimismo, se transmitió en forma directa, por primera vez en la radiodifusión mexicana, desde Japón la pelea del campeón Mexicano José Becerra y su retador Kenhi Yonekura.

1.2.2 RPM y Clemente Serna Martínez. 1961-1973

Clemente Serna le propuso a Emilio Azcárraga separarse de la asociación que hasta ese año, 1961, venían formando. *"Azcárraga aceptó y me dijo que sin mí el negocio no funcionaba, que yo era su líder. Así que con muchos sacrificios le compré su parte"*³². Hay que mencionar, que Emilio Azcárraga presentaba notable interés en incursionar en el nuevo medio electrónico de comunicación, resultado que se aprecia hoy en día: Televisa.

³² "Don Clemente Serna". Op.cit. Pág.30.

En ese mismo año, se fundó la XENL, en el 860 de Monterrey. Se llamaba "Radio Recuerdos" y fue una estación dedicada a la música que tuvo mucho éxito.

Los primeros jingles realizados para una emisora de su afiliación se llevaron a cabo en 1961 y fueron realizados para esta última:

Jingle 1

1. Op. Entra 2 segundos y fondea música.

2.

3. *Voz de Mujeres (cantando). Nunca, nunca nos cansamos y por eso*
4. *trabajamos 24 horas día transmitiendo para*
5. *usted.*

6

7. Op. Puente musical 3 segundos.

8.

9. *Voz de Mujeres (cantando) Radio Recuerdos canal 86 que trasmite*
10. *noche y día complaciendo siempre a Usted.*

11.

12. Op. sube música 3 segundos y se liga con remate.

Jingle 2

1. Op sube música 2 segundos y fondea.

2.

3. *Voz Mujer Qué bonita es la música en Radio Recuerdo*

4.

5. Op. puente musical y fondea 5 segundos hasta desaparecer.

6.

7. *Voz Mujer Canal 86 de Radio Recuerdo en Monterrey.*

En 1961 Clemente Serna Martínez dirige la Unión Social de Empresas Mexicanas (USEM), además de su propia empresa. Cinco años mas tarde Radio Programas de México solicitó a la Secretaría de Gobernación permiso para transmitir en el idioma Inglés; contrató los servicios de la Columbia Broadcasting

System, con sede en la Ciudad de Nueva York; esta fue la primera ocasión en que dicha corporación transmitiera a otro país.

La emisora fue XEVIP en el 1560 Khz. y tuvo los servicios de la BBC de Londres, Radio Suecia, Radio Canadá, Radio Australia y las Naciones Unidas, entre los más importantes, todo complementado con la información nacional y local proporcionada por el programa de noticias de RPM.

Con ello, fue la primera empresa radiofónica que lanzó una emisora con programación en inglés, atendió a un nicho de mercado sumamente selecto. Con base en lo anterior, comprobó que había un público consumidor de información de buena calidad y con mucho poder adquisitivo, lo que sustentó el valor de los espacios publicitarios ofrecidos a un alto costo monetario. Radio VIP fue el antecedente del noticiario radiofónico **Monitor**.

Para la Revista Medcom, en su número 45, Clemente Serna Martínez sostuvo que el éxito de RPM consistió en posicionarse como empresa de servicio y cuyo objetivo fue servir al anunciante con una calidad extraordinaria. Fue nombrado "ciudadano valioso y distinguido" de la Ciudad de Linares en Nuevo León en 1966.

Para 1967, fue presidente del Comité Bilateral de Hombres de Negocios de México y países Centroamericanos. Ese mismo año Clemente Serna Martínez deja a su hijo, Clemente Serna Alvear, como Presidente y Director General de Radio Programas de México.

Para 1970, fue Vicepresidente de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), mismo año en que recibió el premio "Ondas" de la cadena SER, que anualmente otorga la Sociedad Española de Radiodifusión en Barcelona, España.

A raíz de que su hijo se hizo cargo de la empresa, Clemente Serna Martínez se dedicó a “descansar”, actividad colocada entre comillas puesto que tenía el cargo de Presidente del Comité de Administración de RPM, un cargo vitalicio. Un Hombre altamente activo era casi imposible que no fuera partícipe de los cambios e intensiones de expansión empresarial que su compañía habría de sufrir con el paso de los años; por ello, él se mantuvo presente en las decisiones de la compañía, hasta antes de la enfermedad que lo llevó a su deceso.

En 1991 recibió un homenaje y el reconocimiento “Antena” que otorga la Cámara de la Industria de Radio y Televisión.

La Asociación Nacional de la Publicidad (ANP) otorgó en 1992 un reconocimiento a Serna Martínez por su inalcanzable labor como promotor de los medios de comunicación mexicanos. De igual manera, la International Advertising Association (IAA) de manos del Dr. Ernesto Zedillo Ponce de León, en aquel entonces Secretario de Educación Pública, y el Lic. Luis Carlos Mendiola, presidente de la IAA, la más prestigiada agrupación mundial de publicistas y comunicadores, otorgaron a Don Clemente una medalla especial por su apoyo a la comunicación en México.

Clemente Serna Martínez, a comienzos de 1990, tuvo que retirarse de los medios por complicaciones en su salud; estuvo en cama durante mucho tiempo, poco más de 4 años, debido a un padecimiento de Alzheimer que lo llevó a su muerte el día martes 8 de diciembre de 1998, después del medio día.

Durante su sepelio, en la funeraria Gayosso de la calle de Sullivan en el Distrito Federal, se vieron desfilar personalidades del medio político y empresarial, tales son los casos de Miguel Alemán Velasco, gobernador de Veracruz y antiguo accionista de Grupo Televisa; Esteban Moctezuma, Secretario de Desarrollo Social;

Alejandro Gertz Manero, Secretario de Seguridad Pública; Oscar Espinosa Villareal, Secretario de Turismo; Juan Morales Doria, de la cúpula de comercio; Guillermo González, presidente de las tiendas de Comercial Mexicana y Radiodifusores Nacionales.

"A su salida de la capilla 10, Miguel Alemán, dijo que la pérdida del empresario Clemente Serna Martínez es muy lamentable, porque fue un hombre emprendedor y que le sirvió mucho al empresariado de los medios electrónicos e incluso impresos... Las nuevas generaciones tendrán que enfrentar el reto de lo que Don Clemente Serna hizo a lo largo de su trayectoria empresarial.

"Por su parte Clemente Serna Alvear, manifestó que 'su padre fue un gran empresario, emprendedor, y ahora le toca a su familia continuar con los proyectos que él emprendió'"³³.

La esquila de Grupo Infored presentada en los principales diarios del país, el día 9 de diciembre, manifestaba:

"Infored participa con profundo dolor la irreparable pérdida de Don Clemente Serna Martínez, fundador de Radio Programas de México, pionero de la comunicación mexicana, con toda una vida dedicada a la innovación radiofónica. Fue un hombre que, en verdad, marcó el paso en la radio".

1.2.3 RPM y Clemente Serna Jr. 1973-1994.

En 1973, Clemente Serna Alvear adquirió la emisora XERCN *"RCN... la que le gusta*

³³ Hector Rendón "Amigos y el Último Adios". Op.cit. Pág. 16.

a usted", que se cambiaron por las siglas XERED *"Radio Red"*. Uno de los elementos a que Serna Alvear le daba mayor peso a todas sus producciones era la voz, sin duda materia prima del quehacer radiofónico. Una de las primeras frases que anunciaban y promocionaban en la nueva Red decía *"Las voces de México están en la Red"*.

La transición de XERCN a XERED, en los primeros años fue meramente de identificación, es decir, de siglas. Radio Red mantuvo una programación dirigida a las amas de casa encabezada por el género de radionovela, semejante a la presentada por la XEW. Esta acción que perduró hasta mediados de 1974.

A fin de cuentas, el hijo del empresario regiomontano llegó a la conclusión de que la radio había dejado de ser un medio con visión nacional para convertirse en un medio con calidad local; ahí era donde se encontraría el futuro y éxito de la radio hablada. De igual forma se había percatado que el género radionoveleros había sido desplazado como producto vendible por otro u otros géneros.

Los cambios en la programación que iban a realizar en los siguientes años se iban a dar de manera paulatina, con el fin de no perder al público radioescucha que la emisora poseía, para introducirlos al nuevo concepto radiofónico que se planeaba.

A Serna Alvear le interesaba una audiencia de calidad que le permitiera conseguir patrocinadores de prestigio, con el fin de captar mayores ingresos. Por ello se lanzó con una cadena radiofónica para mandar noticias a las plazas del interior de la República. El 1 de abril de 1974, el entonces Secretario de Comunicación, ingeniero Eugenio Méndez Docurro, inauguró la Primera Red Nacional de Noticias con la que Radio Red cubría hora tras hora las 44 ciudades más importantes del país: *"Radio reportes de la hora"*.

El 2 de septiembre de 1974 "Radio Red" con José Gutiérrez Vivó al frente de la dirección de información, introdujo por primera vez en la programación Mexicana noticiarios de larga duración denominados: "**Monitor**", que contaba con una programación noticiosa de 7 a 8 de la mañana, de 2 a 3 de la tarde y de 18 a 19 horas.

Junto con el noticiario, se insertaron diversos programas hablados de interés para las amas de casa. "Fue una medida muy sutil por parte de los directivos de la emisora, con la que habrían de acostumbrar a ese tipo de audiencia a los comentarios"³⁴. Cuando la XERCN pasó a manos de Radio Programas de México fue convertida en Radio Red, momento en que se comenzó a introducir el concepto de la radio interactiva. El público radioescucha podía participar a través de la línea telefónica como por el correo postal.

Monitor es un programa de noticias que revolucionó la manera de hacer un noticiario en radio, y esto es porque antes de la aparición del mismo en la radio se entendía como noticiario a un programa de lectura rápida de las notas de periódicos, cables informativos o una participación muy efímera de un reportero y con una duración de 10 a 15 minutos. La existencia de los géneros periodísticos (Género Informativo, Género Interpretativo y Género de opinión) en la forma de hacer el programa se fue logrando con el paso de los años, debido a la concepción de la radio en aquellos años y el grado de censura que existía en los medios de comunicación por parte del aparato gubernamental, tanto impresos como electrónicos.

RPM generó un programa de servicio noticioso en el que invitó a participar al radioescucha para interactuar con el medio y dejar atrás el papel de receptor

³⁴ Grupo InfoRed. Monitor Veinticinco años. México 1999. Pág.53

pasivo que desempeñó la audiencia durante mucho tiempo frente a las radionovelas. Radio Red en poco tiempo se colocó como una de las primeras radiodifusora del cuadrante de AM totalmente hablada. (ver el primer anuncio de Radio Red).

De acuerdo con los datos encontrados en el libro Perfiles del Cuadrante, de María Rebeil, Alma Rosa de la Selva e Ignacio Rodríguez, para 1984 el control radiofónico concesionario se encontraba distribuido de la siguiente manera:

Agrupación	No. de emisoras
1. RADIORAMA	115
2. OIR	96
3. ACIR	88
4. RASA	65
5. ARTSA	55
6. RAVEPSA	44
7. SOMER	43
8. FIRMESA	37
9. RPM	33
10. RCN	32
11. PROMOMEDIOS	31
12. CMR	27
13. RADIO S.A.	26
14. FM GLOBO STEREO REY	24
15. MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	12
16. RADIO CENTRO (DF)	8
17. NRM (DF)	7
18. SISTEMA RADÓPOLIS (TELEVISA)	7
19. RADIO FÓRMULA (DF)	7
20. IMER	6
21. ENRIQUE YNIESTA	5
22. SISTEMA RADIOFÓNICO NACIONAL	4

*las primeras diez cadenas concentran el 75% del total de las emisoras.

Para mediados de la década de los 80, la Radio Red dedicaba el "50% de su tiempo al género radionoveler (9 a 14 y de 15:30 a 19 horas)". La XERED y en menor medida la XEW fueron las únicas emisoras que hacían frente a la desaparición de las radionovelas. La radiodifusión capitalina comenzaba a tener un cambio y, más aún, con el sismo de 1985, los empresarios comenzaron a ver que una de las exigencias de la radio en esos momentos era servir al auditorio con información, de ahí que comenzó a tener un repunte el género de servicio informativo en el espacio radial.

Algunas de las novelas en radio que tuvieron mayor aceptación en el radioescucha del país fueron:

AÑO	ESTACIÓN	TÍTULO	ACTORES.
1934	N.D.	El proceso de Mary Dugan	N.D.
1939	XEW	El Rancho del Edén	N.D.
1941	N.D.	Francisca Velasco	Luz C. Orozca.
1942	XEW	Elena Montalvo	Cuadro Actores Palmolive.
1942	XEW	Martha María	N.D.
1942	XEW	Corazón de Madre.	N.D.
1942	XEW	Anita de Montemar	N.D.
1942	XEW	En busca de la Felicidad	N.D.
1942	XEQ	El Conde de Montecristo	N.D.
1942	XEQ	Páginas de amor.	Rosario Muñoz L.; Guillermo Portillo Acosta.
1942	XEQ	Marionetas animadas	N.D.
1942	XEB	Ceguera de amor	Pura Córdoba, Abraham Galán.
1943	XEQ	Chucho el Roto	Edmundo García, Emma Toledo
1943	XEQ	La Sombra de la otra	Carmen Madrigal; Carlos D. Ortigosa.
1943	XEQ	El seductor	Cuadro de Actores América.
1943	XEQ	El Rancho del Edén	N.D.
1943	XEW	Martha Moreno	Carmen Madrigal, Luciano Hernández.
1943	XEW	Amor Imposible	N.D.
1943	XEW	La Vida de Ángela Peralta	N.D.
1943	XEW	El crimen de la Rosaleda	N.D.
1943	XEB	Los Cruzados de la Fe	N.D.

1943	XEW	Vida y romances de Rodolfo V.	Cap; Pedro Cardoso, Edmundo García.
1947	XEW	El Rancho del Edén	N.D.
1948	XEW	El duende de la Corte	Rita Rey; Antonio González.
1948	XEW	Vértigo	Emma Telmo, Rita Rey, Luciano Hdz.
1948	XEW	Magdalena	Emma Telmo, Edmundo García
1948	XEX	Tempestad	Gloria Estrada, Ciro Calderón
1948	XEW	El brindis del Bohemio.	N.D.
1951	XEX	El derecho de nacer	Dolores del Río, Manolo Fábregas
1951	XEQ	Confesiones de un hombre	N.D.
1951	XEQ	Cárcel de mujeres	Carmen Madrigal, Edmundo García.
1951	XEW	La sombra	N.D.
1952	XEW	Ambición	N.D.
1953	XEW	Cumbres de egoísmo	N.D.
1953	XEW	La esposa de mi marido	CAP; Velia Véjar.
1953	XEW	Redes de angustia	N.D.
1953	XEW	Arenas de pasión.	N.D.
1953	XEQ	Un divorcio	N.D.
1962	XEW	San Martín de Porres.	José Antonio Cossío, Amparo Garrido.
1962	XEW	La vida de Monseñor Guizar	N.D.
1963	XEW	Lo que no se perdona	Carmen Montejo, José Antonio Cossío.
1963	XEW	La última llamada.	Patricia Morán
1963	XEW	Cárcel de mujeres.	Carmen Madrigal, Edmundo García.
1963	XEW	La mujer que tú olvidaste.	N.D.
1967	XEW	Los hijos son primero.	N.D.
1967	XEW	Yo creo en lo hombres.	N.D.
1967	XEW	La hiena.	N.D.
1967	XEW	La biblia.	N.D.
1967	XEW	Un pobre hombre.	N.D.
1967	XEW	Ahí viene Felipe Reyes.	N.D.
1972	XEW	La Sagrada Familia.	Jeanette Arceo
1986	XEW	El maligno.	N.D.
1986	XERED	Pasiones indómitas.	N.D.
1986	XERED	Pecado mortal.	N.D.
1986	XERED	Envidia.	N.D.
1986	XERED	El Caso de Isabel Gutiérrez.	N.D.
1986	XERED	Porfirio Cadena El ojo de Vidrio.	N.D.

1986	XERED	Kalimán.	N.D.
1986	XERED	Senda Tortuosa.	N.D.
1986	XERED	Amor adolescente.	N.D.

Como se observa, predominan las referencias a los años 40, 50 y 60; esto se debe, por una parte, a que el género tuvo su auge durante esas décadas y, por la otra, porque es poca la información existente en los últimos años. Cabe mencionar que algunas radionovelas se volvieron a transmitir, una o varias veces, años después, quizá debido al éxito obtenido en emisión original.

*Fuente: Libro. Perfiles del cuadrante Pág.185-1987.

En ese mismo año, “en el país funcionaban 856 emisoras en total, 660 de amplitud modulada y 196 en frecuencia modulada... existían 11 millones 059 mil 378 radiohogares, por 4 millones 913 mil 286 telehogares”³⁵, lo cual demostraba la tendencia y penetración del medio radiofónico en los hogares capitalinos.

Y es aquí, donde podemos referir a lo escrito, en el prólogo del libro El sonido de la radio, por Fernando Pérez Correa: “La radio en México es un medio de comunicación social indispensable para el logro de nuestra identidad e integración nacional, pues presenta en su conjunto la máxima cobertura y penetración, comparativamente con cualquier de los medios de comunicación masiva... La radiodifusión une a los mexicanos”.

Cómo se ha comentado con anterioridad, un género que ha venido a girar, conceptualmente hablando, las emisiones de programación es la música, frente a ello, Radio Programas de México destinó la frecuencia XERCA, hoy XHFAJ, a la música en el idioma inglés bajo el concepto de top 40 (una estación que programara los éxitos internacionales de las listas de popularidad), denominada ALFA Radio.

³⁵ Alma Rosa Alva de la Selva. Radio e Ideología. Tercera edición. México 1989 Ed. El caballito. Pág.11.

Con el paso de los años, Radio Programas de México cambió de nombre y a su vez incorporó a más empresas. Uno de esos nombres fue Grupo RED para, posteriormente, convertirse en Grupo Medcom.

El último día de su gestión (1982-1988) el ex-presidente Miguel De la Madrid Hurtado, 30 de noviembre de 1988, inauguró los estudios de radiofónicos más avanzados, tecnológicamente hablando de aquellos días, desde donde transmitía Radio Red AM, Radio Red FM y Alfa Radio, ubicados en calle La Presa 212 en San Jerónimo Lídice, Delegación Magdalena Contreras.

Como servicio para los anunciantes, Grupo RED adquirió en 1992 un novedoso, para aquella época, equipo digital de comercialización (Digital Comercial System, DCS), el cual consistía en un sistema computarizado que permitió, desde entonces, ofrecer calidad digital de audio para los anuncios comerciales y el registro exacto de los mismos.

“Este moderno sistema que integra lo último en tecnología, es un certificado de RPM, de la hora y el día en que fue transmitido su anuncio. Su transmisión es computarizada, ¡olvide los monitoreos!”³⁶; este proceso tranquilizó un poco a los anunciantes, ya que, hoy en día, siguen las compañías de monitoreo al pendiente de la emisión publicitaria y esto es por lo vulnerable que puede ser el maquillar auditorias y/o reportes de transmisión por parte de las radiodifusoras.

1.3 Grupo RED y Grupo Radio Centro. 1994-1995

1.3.1 Venta de Estaciones.

Para 1994, y frente a la puesta en venta, debido al encandilamiento de la TV -acto que se comentará más adelante-, uno de los grupos de radiodifusión mexicana más importantes, Grupo Radio Centro (GRC)*, mostró interés por adquirir algunas frecuencias del Grupo RED:

❖ **XERED RADIO RED AM.**

Fecha de inicio: 01 de enero de 1947.

Programación: Comentarios en español.

Frecuencia: 1110.0 Khz. Potencia: 50,000watts.

Concesionario: Radio Red S.A de C.V.

❖ **XHRED RADIO RED FM.**

Fecha de inicio: 02 de marzo de 1962.

Programación: Variada en Inglés.

Frecuencia: 88.1 Mhz. Potencia: 80,000watts.

Concesionario: Radio Red FM S.A. de C.V.

❖ **XERCA ... hoy XHFAJ-FM (Alfa Radio)**

Fecha de inicio: 1 de enero de 1985.

Programación: Moderna en Inglés.

Frecuencia: 91.3 Mhz. Potencia: 50,000watts.

Concesionario: Estación Alfa S.A de C.V.

*fuente: Directorio 2000 de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT).

³⁶ Noticias RPM. Noviembre 1992. No.15. Boletín Interno de Radio Programas de México. pág.6.

* *Grupo Radio Centro* es un consorcio formado por una veintena de empresas dedicadas a diversos rubros. Manejaba, antes de la venta, 10 emisoras de radio instaladas en el Distrito Federal (nueve propiedad de ellos; una rentada, la XHFO-FM 92.1 FM –hoy Universal Estereo-, a Grupo Crystal; tres comercializadoras, una de las cuales, Organización Impulsora de Radio (OIR), está integrada por 105 estaciones propias y afiliadas en 54 ciudades de la República. Radio Centro cotiza en las bolsas de valores de México y Nueva York desde julio de 1993. El consorcio es dirigido por Francisco Aguirre Gómez, hijo del fundador del Grupo y dueño del canal 13 de televisión de 1968 a 1972.

Esta Venta fue desarrollándose con normalidad a finales de noviembre de 1994. "El pasado 29 de noviembre, GRC dio a conocer el acuerdo al que llegó con Clemente Serna, para la compra del total de las acciones de Radiodifusión RED (división de la empresa Grupo RED, quien poseía el control de las estaciones) y por las que se pagará en total 134.9 millones de dólares"³⁷.

A decir por el Presidente de Grupo Radio Centro, en aquellos tiempos, Adrián Aguirre Gómez, la operación en la que la principal característica es de un gran respeto a la labor de grupo Red a lo largo de varios años. "Reconocemos su amplio Liderazgo en la parte de programas noticiosos, como lo demuestran los reportes de audiencia".

La operación tenía una característica importante, y es que si bien fue una adquisición de estaciones, de equipo, de activo, por otro lado había el inicio de un contrato de servicios por parte de InfoRed, empresa destinada a la producción de programas y servicios informativos, propiedad de Clemente Serna Alvear.

A finales de noviembre que se dio a conocer el acuerdo de la compra-venta (aún no sucedía el ya conocido error de diciembre, en la que el dólar se disparó poco más del 100% y que vino a repercutir los mercados económicos, políticos y sociales del país); fue entonces, que la transacción empresarial se tuvo que replantear y modificar algunas cláusulas de lo ya convenido. Después de varios meses de negociaciones, se formalizó la compra por GRC de Grupo RED en los primeros meses de 1995.

Clemente Serna Alvear comentaba que con la venta se "permite aprovechar las posibilidades que ofrecen los dos grupos en materia de sinergia operativa, que son también de carácter interno, lo que nos permitirá eficientar las operaciones en

³⁷ María Fernanda Matus. "Subirá audiencia a 38%". Reforma. 5 de diciembre de 1994. Pág.42-A.

épocas en las que es indispensable utilizar todas las posibilidades y recursos para sortear la crisis económica por la que atraviesa el país"³⁸.

Para la familia Aguirre Gómez, dueños de GRC, la integración a sus filas difusoras de "Radio Red AM", Radio Red FM y Alfa Radio, lo que significó "la consolidación, aún más, de Grupo Radio Centro en radio. Nos da absoluta confianza para pensar en proyectarnos hacia el futuro"³⁹.

Para redondear la información, según los índices de Audiencia de A.C. Nilsen, en 1994 la banda de AM registraba un promedio de 2,928,779 de radioescuchas en el Distrito Federal, de lunes a viernes. De las emisoras vigentes en esa fecha, la de mayor rating* era Radio Red:

* De acuerdo con la definición ofrecida por Sandra Segovia, Consultora en Investigación de Medios de la compañía Gallup México, el rating es el porcentaje de la audiencia que está potencialmente expuesta a un medio en un momento determinado.

Emisoras de AM en el D.F. por Punto de Rating.
Promedio Anual (PRP).

1. XERED	1110	Radio RED	PRP	1,30
2. XEW	900	XEW	PRP	0,42
3. XEDF	970	Radio Fórmula 970	PRP	0,37
4. XEJP	1150	Radio Variedades	PRP	0,31
5. XEFAJ	1560	La Consentida	PRP	0,28
6. XEQR	1030	Radio Centro	PRP	0,25
7. XERC	790	El Fonógrafo	PRP	0,24

³⁸ "Dos empresas exitosas integran esfuerzos". Clemente Serna Alvear. Revista Medcom. No.41. Junio 1995. Pág.23.

³⁹ Con la adquisición de Radiodifusión Red GRC se consolida. Miguel Gallareta Negrón. Op.cit. No.51. Abril 1996. Pág.39.

8. XENK	620	Radio 620	PRP	0,19
9. XEFR	1180	La Comadre	PRP	0,18
10.XEBS	1410	Radio Sinfonía	PRP	0,17

Éstas, son las primeras 10 emisoras que en 1994, el año de la venta de las estaciones, encabezaban el cuadrante con el mayor número de radioescuchas, lo cual, viene a reiterar la importancia y valor de la estación Radio Red.

¿Por qué vender la mejor perla de la dinastía de Radio Programas de México (Radio Red)?.

A Clemente Serna Alvear no le pasó desapercibida la seducción y encandilamiento por introducirse en la Televisión a la mayoría de los empresarios de la comunicación. Cabe recordar, que él integraba uno de los grupos más fuertes para triunfar en el proceso de licitación de Imevisión (televisión permisionaria de los canales 7 y 13), proceso que no le resultó positivo. Sin embargo, "recibió una concesión de la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, para la transmisión de señales de televisión del satélite al hogar," ⁴⁰ mejor conocida como televisión con señal digital o televisión directa al hogar.

Cuándo Grupo RED tomó la decisión de vender su división empresarial, Radiodifusión RED (administración y operación de las estaciones de radio), la estirpe empresarial que fundó Clemente Serna Martínez volvía a dar un giro de nombre: Grupo Medcom.

"Esta nueva etapa que hemos emprendido representa una evolución de nuestra trayectoria en los medios de comunicación, en donde siempre hemos

⁴⁰ "La nueva era de la comunicación en México". Corporación Medcom. Noticias Medcom. No. 37.Enero 1995. Pág.4.

tratado de adecuarnos a los cambios tecnológicos y sociales, e incluso a las transformaciones futuras”⁴¹.

En la contraportada de la Revista Medcom, número 37, y con la imagen de “el fresco de *La creación* de Miguel Ángel” de fondo, los responsables de la edición aseveran: “El fresco de *La creación* de Miguel Ángel es quizás, junto con la Gioconda de Leonardo, la obra pictórica más representativa del Renacimiento italiano del siglo XVI.

Como parte del decorado de la Capilla Sixtina, describe escenas bíblicas referentes al inicio del Universo. Uno de sus fragmentos originales, las dos manos que se comunican, representan el contacto entre Dios y el Hombre. En el gráfico de Medcom surge una tercera mano a la derecha, la cual sugiere una nueva era que se inicia: la era de la comunicación Medcom... Medcom rompe con el pasado, con lo establecido y evoluciona hacia el futuro”⁴².

Compromiso y fascinación que para llevarse a cabo necesitaba de millones de “billetes verdes”, más que los nacionales, argumento al que se atribuye la venta de la mejor perla de la dinastía -Radio Red-, de ahí que fuese motivo suficiente para vender la piedra preciosa formadora de su prestigio.

1.4 Nacimiento de InfoRed.

De acuerdo con lo convenido en la compra-venta de las estaciones de Grupo RED a Grupo Radio Centro, Clemente Serna Alvear conservó la producción de los diversos programas y servicios informativos, lo cual fue un importante precedente para conformar en un cooperativo a InfoRed “Información de Buena Fuente”.

⁴¹ ibidem Pág.4.

⁴² Ibid. contraportada.

Desde el convenio y hasta principios del año 20001, los servicios que proveen son:

- ❖ **Monitor**, noticiario radiofónico de mayor audiencia en México, cuenta con cuatro emisiones: 00:00 a 01:00 hrs., 05:45 a 10:00 hrs., 13:00 a 15:00 hrs. y 17:00 a 21:00 hrs. Se transmite en las frecuencias 1110 AM "Radio Red AM" y 88.1 FM "Radio Red FM".

- ❖ REDacción Dominical, espacio informativo dominical con tres emisiones: 07:30 a 9:00 hrs., 14:00 a 15:00 hrs., 16:00 a 20:00 hrs. Se transmite en las frecuencias 1110 AM "Radio Red AM".

- ❖ RED Deportiva del sábado, programa que transmite la información deportiva nacional, internacional y amateur los días sábados de 15:00 a 16:00 hrs. Por la frecuencia 1110 AM.

- ❖ RED Vial, información vial en la zona metropolitana de México. En este servicio existe una excepción a diferencia de los demás, y esto es debido a que la Red Vial da servicio a todas las emisoras que pertenecen y administra Grupo Radio Centro en la Ciudad de México.

Sus emisiones están integradas en los bloques comerciales de cada estación, con un peso que varía de acuerdo con el patrocinio. Durante los programas que produce InfoRed, la participación de la Red Vial puede darse en cualquier momento.

- ❖ Metropolitanos, resumen informativo de cada hora, las 24 horas, los 365 días del año, con la información nacional e internacional más relevante. Se

transmite en la frecuencia 1110 AM "Radio Red AM" y sólo durante los programas que provee InfoRed en "Radio Red FM".

- ❖ Avance Metropolitano, avances informativos. Se transmiten de las 01:30 a 05:30 hrs., en la frecuencia de 1110 AM y a partir de las 10:00 hrs., en Radio Red AM y FM, de manera alternada en Monitor de la Mañana.
- ❖ Red Deportiva, información deportiva de fin de semana, la cual está a cargo de José Ramón Fernández y su equipo. Cabe señalar que Fernández y el equipo de "los protagonistas" laboran en InfoRed desde el 15 de febrero del 2001.

*Servicios informativos que serán abordados en capítulos posteriores.

En resumen, InfoRed, como proveedora de servicios informativos, "tiene como objetivo continuar con el desarrollo y visión vanguardista como productora de información y noticias, teniendo como reto seguir produciendo los mejores noticiarios de la radio"⁴³.

El 6 de julio de 1997, con motivo de las elecciones de gobernadores en diversos estados de la República y del Jefe de Gobierno en el Distrito Federal InfoRed fue la primera agencia de información en transmitir su programa **Monitor** en audio y video digital a través de Internet.

1.4.1 Clemente Serna Alvear / José Gutiérrez Vivó.

Un nuevo personaje que aparecerá de manera constante en nuestras líneas es un individuo que se ha encontrado inmerso desde la planeación y realización del noticiario **Monitor**. Su nombre es José Gutiérrez Vivó.

¿Quién es este personaje?. Es el conductor titular del noticiario radiofónico más escuchado en la capital del país y su zona conurbada. Es un líder de opinión que coadyuvó, junto con otros periodistas, tanto a la existencia de una libertad de expresión como a la búsqueda por el derecho de la información.

José Gutiérrez Vivó estudió en los colegios Lasallistas hasta el primer año de la Licenciatura en Administración de Empresas (Universidad La Salle), "ahí descubrí que mi camino estaba en la información"⁴⁴, y después de evaluar los medios de comunicación existentes en esos tiempos determinó que la radio era el que más le llamaba su atención.

"Se fue a estudiar a la Universidad de Londres, Comunicación, en la escuela de Administración de Negocios. Para poder financiar sus estudios, aceptó un puesto en el Consejo Nacional de Turismo, Oficina Londres, que desempeñaba de 8:30 a 17:30"⁴⁵, al término de su jornada laboral se iba a la Universidad.

Durante dichos estudios y a la edad de 17 años incursionó por primera vez en la radio; "en 1968 fui corresponsal de un grupo radiofónico mexicano (Núcleo Radio Mil) en el Reino Unido; esos fueron mis primeros trabajos al aire"⁴⁶. Más tarde, se entrevistó con Alberto Palau, director general del Servicio Latinoamericano de Noticias de la BBC de Londres, quien le daría la oportunidad de trabajar. "primero como redactor, después como productor y, finalmente, como coparticipe en la conducción de algunos programas dirigidos a América Latina"⁴⁷. Trabajaba en la Oficina de Turismo, Estudiaba y, por último, colaboraba en la BBC todos los días.

⁴³ <http://www.infored.com>.

⁴⁴ Elisa Robledo. "El hombre que cambió la Radio". *Revista EPOCA*. No. 224. México D.F. Pág.56.

⁴⁵ Grupo Infored. *Op.Cit.* Pág.42

⁴⁶ Cristina Pérez Stadelmann. "La pasión de Gutiérrez Vivó". *Excelsior*. Domingo 27 de agosto 1995. Secc. El Búho, Pág.1.

⁴⁷ Grupo InfoRed. *Op.Cit.* Pág.43.

Meses antes de culminar el año de 1972, Gutiérrez Vivó regresó a México. El primero de diciembre ingresó a lo que fue Radio Programas de México, como vendedor. Tiempo más tarde, sería incorporado a la gerencia de la recién comprada estación XERCN, convertida más tarde en la XERED.

José Gutiérrez Vivó ha sido el arquitecto y diseñador del concepto radiofónico **Monitor**, bajo el sustento financiero de Clemente Serna. "Me interesa y preocupa informar para formar y transformar. Me interesa no sólo dar la información sino el análisis profundo de la noticia"⁴⁸.

En 1975, regresó a la Universidad de Londres para estudiar un curso sobre administración en producción de radio y televisión durante un periodo de dos meses, impartido por la BBC.

En 1977, después de que el gobierno de Japón lanzó una convocatoria que ofrecía una beca para un curso sobre radio y, habiéndola ganado, José Gutiérrez se trasladó a aquella región para estudiar tal curso. Japón es un país que concede 10 becas anuales a profesionales de la Radio y la Televisión.

Gutiérrez Vivó es uno de los personajes que introdujo la crítica, la reflexión y el análisis de las noticias al espectro radiofónico. Situación que le ha valido para ser un hombre muy controvertido por diversos sectores.

Su trayectoria ha sido reconocida con: el Premio Nacional de Periodismo 1988-1989 en el género noticia; "el Calendario Azteca de Oro" 1985, 1986, 1987, 1988, 1993 y 1994 por el mejor noticiario de radio en México y por el conductor de programas noticiosos de Radio, otorgado por la Asociación Mexicana de Prensa, Radio y Televisión.

El Premio Nacional de Periodismo 1990 y 1991 "Alonso Sordo Noriega" otorgado por el Club de Periodistas de México A.C., por el mejor programa de información y el mejor conductor de noticiarios. Fue nombrado comunicador del año en 1985, por la Asociación de Ejecutivos de Ventas y Mercadotecnia. "Recibió premios a los programas de **Monitor** desde Singapur y Berlín otorgados por el Festival Internacional de Radio en Nueva York en 1989 y 1990"⁴⁹.

En fechas recientes, 18 de julio del 2000, miembros del Consejo Directivo de las Fundaciones Mario Moreno Reyes A.C. y Mario Moreno Cantinflas, otorgaron a Grupo InfoRed y a Gutiérrez Vivó la Medalla de Oro Mario Moreno "por su fructífera e indeclinable trayectoria a favor de la libertad de expresión en México... y la brillante labor periodística en radio"⁵⁰.

Asimismo, La Cámara de la Industria de Radio y Televisión, durante la cuadragésima segunda semana de la comunicación (5 de octubre de 2000), entregó el reconocimiento "Antena CIRT" a José Gutiérrez Vivó por su "trayectoria invaluable en los medios electrónicos de comunicación y su contribución a la democracia en México"; el Presidente de la República, Dr. Ernesto Zedillo, fue el encargado de entregarle éste reconocimiento.

Éste personaje, también fue acreedor del Premio Nacional de Periodismo 2000, en el género de entrevista.

Desde la visión institucional de la empresa InfoRed, Gutiérrez Vivó es el líder de opinión por excelencia en México y el noticiario **Monitor** ha sido el programa

⁴⁸ Cristina Pérez Stadelmann. *Op.cit.* Pág.1

⁴⁹ Ma. Soledad Rojas. Llamadas al aire: una mirada de participación radiofónica. Análisis del caso Monitor de la Mañana. Tesis para obtener el título de Licenciado en Ciencias de la Comunicación UAM. Pág.49

⁵⁰ Boletín Interno Informativo Infored 2000. No.93 14 de agosto de 2000.

de noticias con los más altos índices de audiencia en la historia de la radio en nuestro país.

Después de conocer quién es José Gutiérrez Vivó, proseguimos con lo referido en este punto.

Como consecuencia de la venta de Radiodifusión Red a Grupo Radio Centro, las acciones de la empresa InfoRed estaban distribuidas entre el Señor Clemente Serna Alvear, con una participación mayoritaria, y el señor José Gutiérrez Vivó, con una participación del 25 por ciento.

Acto que a decir por Manuel Abud, director de finanzas de Grupo Medcom, en declaraciones al diario Reforma en 1995; la participación accionaria que José Gutiérrez poseía había sido otorgada por el señor Serna como reconocimiento por los logros alcanzados por éste desde 1974, al frente del equipo de **Monitor**.

Existe una versión más, la cual a pesar de no ser oficial tiene mayor lógica: La participación accionaria obtenida por Gutiérrez Vivó fue el pago por su exclusividad como conductor de "**Monitor** de la Mañana"; esto es, porque antes que ofrecer los servicios de Infored, Serna Alvear primero tenía que asegurar al exitoso conductor del prestigiado programa. Además de ello, se dice que fue el pago de indemnización realizado por parte de la estación Radio Red, ya que fue uno de los creadores del perfil y concepto de la estación, y sus programas.

Es, entonces, que cabe preguntarse: ¿José Gutiérrez Vivó define las características de **Monitor** de la Mañana o **Monitor** de la Mañana lo define a él?.

Para finales de 1997 y principios de 1998 el socio minoritario de InfoRed, JGV, ofreció comprar el resto de las acciones al socio mayoritario de la compañía Clemente Serna, quien, después de analizar tal propuesta accedió. José Gutiérrez

Vivó, con dos inversionistas de quienes se desconocen sus nombres -aunque los rumores al interior de InfoRed apuntan a los fondos de inversión de grupo Carso, presidido por Carlos Slim como uno de los socios financieros-, compró el 75% restante de los títulos de la compañía a mediados de 1998.

Cabe señalar, que a raíz de dicha venta, Serna compró el resto de las acciones de CBS noticias, de quien ya era socio.

El convenio que habían firmado Serna Alvear con la familia Aguirre para proveer los servicios de InfoRed tenía, necesariamente, que cambiar de condiciones en virtud de que la compañía "Información de Buena Fuente" había cambiado de dueño. Ahora José Gutiérrez Vivó tenía que convenir con los dueños de Grupo Radio Centro. Nuevo dueño, nuevas condiciones por nuevos intereses.

El reciente propietario de InfoRed y los dueños de Radio Centro comenzaron a negociar la serie de obligaciones, que-como consecuencia de la venta de Radio Red se habían acordado con el antiguo dueño. "Las negociaciones fueron muy difíciles. José Gutiérrez Vivó había puesto, nuevamente, un plazo hasta finales de noviembre de 1998 y los Aguirre no le daban ninguna respuesta. Para presionar, salió del aire"⁵¹, dejó de participar en el programa, **Monitor** de la Mañana continuó trasmitiéndose, pero con los conductores del equipo base. Este acto desconcertó a diversos sectores:

- ❖ El primero fue el público radioescucha, quien exigían una explicación por la ausencia de JGV. En entrevista con el autor de la presente investigación, la señorita Susana Ramírez, recepcionista de la dirección general de grupo InfoRed afirma "me llamó una señora quien me pidió "decirle la verdad, ya que la explicación oficial era que el señor está de vacaciones, a lo que me expresó... no será que lo habrán secuestrado,

porque si es así voy hacer un llamado para pagar el rescate, no importa que tenga que hipotecar mi casa”⁵².

- ❖ El segundo sector que afectó fue el comercial, pues las ventas bajaron de manera notable. Se recuerda que días antes de salir del aire se anunciaban clientes de la talla de Mercedes Benz (campana: financiamiento) y American Express (campana: compras en tiendas de autoservicios), quienes dejaron de anunciarse en respuesta al bajo rating.
- ❖ El tercero, y no menos importante, el ámbito político se generó una inquietud al saber que José Gutiérrez Vivó no estaba al aire, concebido por los sectores del poder como uno de los comunicadores más relevantes de la radio actual.

El 8 de diciembre de 1998, durante el periodo de presión, se dio el fallecimiento del fundador de Radio Programas de México, don Clemente Serna Martínez, sepelio en donde se vieron las caras Carlos Aguirre, en aquellos días Director General de GRC, y José Gutiérrez Vivó, pidiéndole este primero, “volver al aire lo más pronto posible, a lo que respondió el informador que no lo haría hasta que se sentaran a negociar”⁵³, acto que fue seguido de negociaciones difíciles.

Lo que se encontraba en juego no era nada sencillo, y más por lo siguiente:

- “En su reporte financiero de 1997, Grupo Radio Centro logró obtener ingresos por 146.9 millones de pesos, un incremento de 350 por ciento frente a los de 1996 que ascendieron a 40.9 millones de pesos. En 1995

⁵¹ Ibid. Pág.194.

⁵² Entrevista con la Srita Susana Ramírez Enriquez, recepcionista de la Dirección General Grupo InfoRed. 25 de julio de 2000.

⁵³ Entrevista con Sr. Mario Molina. Gerente de Producción de Grupo InfoRed 18 de julio 2000.

sumaron 36.7 millones... GRC se adjudica la mayor parte del presupuesto de publicidad que se obtiene en el Distrito Federal, donde se destina el 70 por ciento del gasto publicitario del país para la radio... Las emisoras de Radio Centro, dirigidas a diversos públicos y gustos, ocupan el primer lugar de preferencia. Lo mismo en música grupera que en balada en español, música en inglés de diversas épocas y principalmente sus noticiarios, como **Monitor**, el más influyente de la capital.

- “Hoy, 25 de septiembre de 1998, según Ibope e INRA en sus distintos conteos, aseveran que **Monitor** es el noticiario más escuchado en el horario matutino de todo el cuadrante. Suma dos puntos rating (unidades para medir los niveles de audiencia), en promedio, mientras que sus competidores más cercanos apenas logran 0.9 puntos de audiencia.
- “No sólo eso: si en promedio las radiodifusoras comercializan en 45 pesos sus espacios por 15 segundos, los espacios de **Monitor** en su versión matutina logra venderlos en 700 pesos. Es decir, mil 555 por ciento más que sus competidores.
- “De las 12 estaciones que conforman el grupo, que cubren 20.68 por ciento del cuadrante de AM y FM ciento de los ingresos de GRC - consideraron analistas- proviene de sus emisoras de Radio Red, gracias a los anunciantes del noticiario, en sus diversos horarios”.⁵⁴

A finales del mes de diciembre la familia Aguirre aceptó las nuevas condiciones de Gutiérrez Vivó, al firmar un contrato por 15 años de compromisos mutuos (hasta el 2013), la exclusividad de José Gutiérrez como conductor de **Monitor** de la Mañana hasta el 2003 y, entre otros asuntos, la compra (o pago en

⁵⁴ Reportaje Especial. "Radio Centro: la transparencia ha sido una víctima". El Financiero. Viernes 25 de septiembre 1998. Economía. Pág. 25.

especie) de las emisoras al conocido conductor y nuevo empresario de la radiodifusión:

XEFAJ-AM RADIO CONSENTIDA.

Fecha de inicio: 01 de marzo de 1981.

Programación Mexicana.

Frecuencia: 1560.0Khz. potencia: 50,000watts.

XEJP-AM RADIO VARIEDADES.

Fecha de inicio: 5 de Julio de 1949.

Programación: Moderna en español.

Frecuencia: 1320.0Khz. Potencia: 10,000watts.

* Información ofrecida en el Directorio 2000 de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

La versión oficial de la obtención de éstas dos frecuencia fue que el señor Gutiérrez Vivó compró ambas frecuencias, sin especificar el cómo; sin embargo, la versión periodística que circuló fue que el conductor recibió las estaciones como un pago en especie por parte de los dueños de Radio Centro. Este acto puede calificarse como el mayor pecado de un radiodifusor, por el hecho de vender su principal herramienta de trabajo.

El 4 de enero de 1999, José Gutiérrez Vivó regresó a trasmitir **Monitor** de la Mañana. "condujo el primer día de labores con un tono amable y una actitud positiva contra lo males augurios que ruedan sobre el incipiente año"⁵⁵. En aquella ocasión, presentó en su programa un segmento especial titulado "Agenda 99", en el que platicó con representantes de los sectores económicos, políticos, sociales y

⁵⁵ Carlos Meraz. "Gutiérrez Vivó vuelve Optimista". Reforma Martes 5 de enero 1999. Secc.Gente Pág 1.

culturales del país sobre las cuestiones que quedaron pendientes en el 98 y el advenimiento de 1999.

Asimismo, introdujo en su emisión un bloque denominado "Pídele al tiempo que vuelva", en donde hizo un recorrido noticioso por los principales acontecimientos en los últimos 100 años.

Cabe realizar un paréntesis, para comentar un aspecto ocurrido en la Presidencia Ejecutiva y en el Consejo de Administración de Grupo Radio Centro. Las negociaciones llevadas a cabo al final de 1998 entre José Gutiérrez Vivó y Grupo Radio Centro, fueron encabezadas por el C.P. Adrián Aguirre, quien además de representar a su propia familia, tenía el puesto de Presidente Ejecutivo y del Consejo de Administración de la compañía nombramientos que le perduraron hasta mediados de 1999, ya que existió una reorganización accionaria entre los hermanos, dando como resultado que el nuevo representante de la familia sería Francisco Aguirre Gómez. En otras palabras, la cabeza de la familia Aguirre Gómez cambió de persona.

1999 fue un año que no brindó tranquilidad a la empresa InfoRed y a Grupo Radio Centro, ya que el trato entre sus representantes, José Gutiérrez Vivó por parte de InfoRed y ahora Francisco Aguirre, se limitó a un ríspido diálogo entre abogados, debido a que éste último trató por todos los medios de obstaculizar que al comunicador se le entregaran las radiodifusoras como se había estipulado en diciembre de 1998.

La disputa por la entrega-recepción duró poco más de un año, la cual cesó cuando el Secretario de Comunicaciones y Transporte en turno, Carlos Ruíz Sacristán, dio el consentimiento para respetar lo antes pactado por la familia Aguirre y el conductor.

El primer minuto del día miércoles 21 de Marzo del año 2000 la señal de las emisoras XEJP y XEFAJ, salió del transmisor de Grupo Infored, ubicado en sus instalaciones de Calle La Presa 212 Col. San Jerónimo Lídice, acción supervisada por la Lic. Alicia Ibargüengoitia, Directora Ejecutiva.

Este acto, físicamente complejo y nulo en su apreciación, significó la transición de la compañía como Agencia Informativa a Grupo de Radiodifusión, denominándose ahora como "Grupo InfoRed.- *Información de Buena Fuente*".

Para la segunda mitad del año 2000, las dos emisoras cambiaron de género musical. Por una parte la XEJP su perfil, su enfoque, su contenido y objetivos, fueron encaminados a un sector juvenil, mientras que la XEFAJ se perfila para un público mayor al presentar música grupera y banda. José Gutiérrez Vivó y su equipo directivo se enfrentan a un nuevo reto: "revivir las épocas en las que una empresa radiofónica revolucionó la comunicación en el país"⁵⁶.

Grupo InfoRed estrenó el 6 de julio del año 2000 sus instalaciones que, por más de un año, fueron reconstruidas en el mismo lugar que venía ocupando desde 1988 (Calle La Presa 212 San Jerónimo Lídice, Magdalena Contreras). El acto de inauguración estuvo encabezado por el Presidente de la República, Ernesto Zedillo Ponce de León, por el dueño del Grupo InfoRed, Sr. José Gutiérrez Vivó y la Directora Ejecutiva Lic. Alicia Ibargüengoitia. Como invitados especiales figuraron:

- Carlos Ruiz Sacristán, Secretario de Comunicaciones y Transportes.
- Alejandro Montaña, Director General de RTC.
- Marco Provencio, Director de Comunicación Social de la Presidencia.
- Clemente Serna Alvear, Presidente y Director General de Grupo MEDCOM.
- Netzahualcóyotl de la Vega, Secretario General del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y de la Televisión.

⁵⁶ Grupo InfoRed. Op.cit. Pág.196.

- Manuel Ñique, Delegado Sindical de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión.
- Joaquín Vargas, Presidente de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y Presidente de MVS Comunicaciones.
- Martha Reséndiz, Directora Comercial Corporativa de Grupo Radio Centro.

Antes de ser develada la placa de inauguración, José Gutiérrez Vivó realizó el siguiente pronunciamiento:

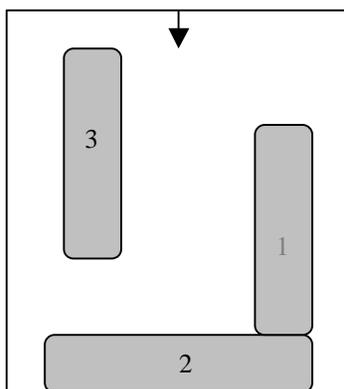
“El beneficiario de este gran esfuerzo es nuestro auditorio. Esta nueva estructura nos permitirá optimizar la fluidez de comunicación de ida y vuelta y reforzará la relación establecida con los radioescuchas durante muchos años...”

A su vez, el mandatario expresó su reconocimiento al José Gutiérrez Vivó y a quienes lo han acompañado en esta empresa informativa, por contribuir de manera importante la construcción democrática de nuestro país y aseveró “Me ha impresionado la arquitectura. Se ve que primero se pensó en qué se iba a hacer en este sitio de trabajo y después se definió el edificio que cumpliría esos propósitos. Me ha sorprendido el equipo, pero sobre todo me ha impresionado mucho ver cómo está trabajando la gente con gran gusto en estas nuevas instalaciones, y puedo ver, sin duda, que desde aquí se va a seguir dando el magnífico servicio al que ustedes tienen acostumbrada a la gente”.

Además, el Presidente manifestó que el medio radiofónico en nuestro país revivió hace algunos años, dijo que la radio había cedido espacios a otros medios de comunicación masiva, como la televisión, pero afortunadamente empezó a tener una recuperación, particularmente en lo que se refiere a la cuestión informativa.

“La obra de arquitectura duró casi 13 meses, ocupó a 8 mil 400 trabajadores de la construcción y generó 25 mil empleos directos e indirectos. La superficie construida es de 7 mil 200 metros cuadrados y a ellos se suman 2 mil metros cuadrados de áreas verdes”⁵⁷.

El complejo arquitectónico cuenta con tres edificios y una zona de estacionamiento.



Edificio 1. Se encuentran los estudios de transmisión y la dirección general.

Edificio 2. Se ubican, en la planta baja las cabinas de grabación y departamento de Ingeniería; en el primer piso la Dirección Ejecutiva, de programación, de publicidad, fonoteca, auditoeca, continuidad, productores creativos, atención al auditorio; en el tercer piso, Dirección de Internet, departamento de Red Vial y servicio de vialidad *RED.

Edificio 3. Inmueble que alberga a los departamentos administrativos, y de sistema computarizado, así como la cafetería y el salón de usos múltiples.

En conversación con Finsat, “Gutiérrez Vivó informó que las inversiones en este complejo superan los 20 millones de dólares, pues se buscó desarrollar las instalaciones radiofónicas más importantes de América Latina... La unidad de

⁵⁷ Boletín Interno de InfoRed. Edición Especial. No.89.

cabinas estará integrada por 14; la mayor de ellas, tendrá más de 75 metros cuadrados... la idea es contar es contar con los instrumentos necesarios en la radio para atender a la comunidad en los próximos 15, 20 o 25 años”⁵⁸.

“El inmueble cuenta con un total de cinco kilómetros de tubería para agua 725 metros de ductos para aire acondicionado y 2 mil metros de cristales tipo “ola”, es decir cóncavos y convexos”⁵⁹.

Algunos de los atractivos visuales de las instalaciones son los 2 mil metros cuadrados de áreas verdes; un río que recorre de manera paralela el edificio 2 hasta llegar al edificio 1 y generar una fuente de poco más de 4 metros de alto y por último, el primer helicóptero perteneciente a Radio Red, un Bell 047, instalado en el edificio principal dando la bienvenida a toda persona que entra a las instalaciones de este grupo radiofónico.

En cuestiones tecnológicas, grupo InfoRed adquirió a principios del año 2000, un sistema español de cómputo que permite la producción, edición, grabación, reproducción y organización de audio digital, denominado Mar4Win; segundo grupo radiofónico en contar con este equipo en México.

Asimismo, las cabinas de transmisión cuentan con equipo “de punta”, encabezadas por una consola de sonido de la mejor capacidad y calidad en el manejo de audio llamada “Airwave Digital” con un valor en el mercado de \$180 mil pesos. El equipo tecnológico de preproducción y producción con el que cuenta la empresa es de gran envergadura.

La empresa “Información de Buena Fuente”, a través de sus servicios informativos y que son comercializados por Grupo Radio Centro, “genera para

⁵⁸ <http://www.elfinanciero.com.mx/interior/noticias.asp?tema=04&mostrar=17232&Historico=1>

⁵⁹ Boletín. Op.cit. No.89.

Radio Red AM y FM entre el 75 y 80% de sus ventas totales, y más del 40% de los ingresos⁶⁰ monetarios de GRC. La importancia económica y penetración en audiencia que posee InfoRed es innegable.

Es así, como se fue dando la conformación de no sólo uno de los grupos radiofónicos más recientes, sino la casa radial que alberga en sus espacios de transmisión al primer programa, controvertido sin duda, de larga duración denominado **Monitor**.

⁶⁰ Infosel. "Gutiérrez Vivó duda de la alianza". Reforma. Junio de 2000.

Capítulo II. Monitor “Transforma la radio”.

2.1 Qué significa Monitor.

De acuerdo con la acepción etimológica de la palabra **Monitor**, proviene del vocablo compuesto del latín “Monitor-Oris” que, traducidas a sus diferentes significados, resulta:

- En el campo de la milicia es: ayudante de los profesores de educación física. También es un Barco de guerra artillado.
- En el campo de la física (nuclear). Es un detector de radiaciones que sirve para saber cuándo una zona es segura para los trabajadores.
- En el campo de los medios de comunicación. Es un aparato que toma las imágenes directamente de las instalaciones filmadoras para la transmisión.
- En el campo de la historia: Monitor es el que amonesta o avisa. En la antigüedad se le nombraba así a todo aquel subalterno que tenía la misión de acompañar a un orador romano para facilitarle los acuerdos y presentarle los documentos a utilizar, es decir, la mano derecha que proveía de información a todo aquel que la necesitara.

Ésta última acepción, podría ser la definición correcta del por qué del nombre y el propósito del noticiario, dato que concuerda con:

“Hugo de la Rosa –exproductor de Metropolitanos- dice: hace algunos años en una entrevista de que le hizo Fernando Figaredo a José Gutiérrez Vivó, comentó que durante una junta de trabajo cuando iniciaban las emisiones se le buscó el nombre ideal, fuera de lo normal y para ello se tenían dos títulos o denominaciones. El primero de ellos era Radar, lo cual es muy significativo y

mucho menos llama la atención porque hace alusión al aparato usado en la aviación. El otro era Monitor... 'el que informa'"⁶¹.

2.2 Un Monitor en la Radio.

En el último par de décadas, las noticias y la información han sido uno de los ejes más importantes de la oferta programática radiofónica en el cuadrante del Distrito Federal –quizá sea por la capacidad de vender sus patrocinios a altos costos y así mayores ganancias-, al lado de la música en sus distintos géneros y de los programas de entretenimiento.

La radio informativa, nutrida del periodismo, evidencia de manera clara las cualidades de este medio de comunicación. La inmediatez, la ubicuidad y versatilidad, han permitido a la radio formar parte de los canales que la sociedad mexicana ha creado para expresarse con pluralidad.

Todo comenzó el 2 de septiembre de 1974, mientras se vivía un ambiente musical generado con la canción "Que alegre va María" interpretada por Imelda Miller, Mario Ivan Martínez*, una de las mejores voces de aquella época, conducía la emisión del primer noticiario radiofónico de larga duración denominado **Monitor**. La información proporcionada en aquella transmisión circundaba en el acontecimiento ocurrido el día anterior: el IV Informe Presidencial de Luis Echeverría Álvarez.

⁶¹ Entrevista con Hugo de la Rosa en Julio de 1994, citado por Victor Ramírez en la tesis. Radio Red: Su forma de hacer Radio y Monitor de la Mañana. Para obtener el título de Lic. En Ciencias de la Comunicación UNAM 1995. Pág. 86. Actualmente (año 2000), el entrevistado ya no labora en la empresa.

* Mario Ivan Martínez: En décadas anteriores a la de los 70, Grupo Radio Mil había tenido una época muy trascendente en el terreno de noticias con el *Noticiario de Primera Plana*, co-producido con el *Heraldo de México*, bajo la conducción de Gustavo Carvajal y Mario Ivan Martínez, hasta antes de su trágico accidente en las costas de Acapulco, en donde el primero de ellos, perdió la vida y el segundo quedó muy lastimado en una de sus piernas. La conducción que él tenía en noticiarios, así como su excelente voz, fueron aspectos que contaron para ser seleccionado como el conductor titular del noticiario que se comenzaba a gestar: **Monitor**.

“En ese momento, casi todos creyeron que era una locura programar un noticiario matutino de larga duración”⁶². En esos años existían diversos informativos como los de Radio Mil y XEVIP, pero ninguno de tan larga duración. Con el paso de los días y meses “**Monitor** estaba concebido como un noticiario con excelentes voces quienes se concretaban a la lectura noticiosa”⁶³, no se emitía opinión alguna debido a que el país era un terreno vasto de censura. Cabe recordar, las cortapisas de que fueron objeto algunos periodistas de la prensa escrita, como lo fue Julio Scherer, entre muchos otros.

“Su estructura, la voz de su conductor y el hecho de estar dando constantemente la hora atrajeron de inmediato a todo tipo de público”. Asimismo, cuando terminó la primera emisión del noticiario, el Director de Publicidad de Banca Serfin llamó al Señor Clemente Serna Alvear para patrocinar el noticiario.

Mario Iván Martínez y otros locutores que, por temporadas, participaban en la conducción, como John Smith, Ernesto Araiza, Rodrigo Cabello, Antonio Barrios Elizalde y Alejandro Garrido, leían las notas previamente escritas por un equipo de redacción, “sin aumentar ni reducir una sola palabra” en su dicción.

Conforme pasaba el tiempo, la cobertura y el manejo de la información reclamaban libertad de expresión y no sólo en la radio, sino en los Medios de Comunicación en general. Tal fue el caso, del comentario realizado por Jonh Smith en alguna de sus muchas transmisiones de “**Monitor** de Mediodía”.

A mediados de los setenta, Luis Echeverría Álvarez, Presidente en turno se atrevió a pisar suelo Universitario. Las medidas de Seguridad eran extremas debido al repudio que profesaban estudiantes y académicos a su honor.

⁶² Katia D´Artigues. "La Crème de la Crème". El Financiero 2 de septiembre de 1999. Pág.68.

⁶³ Grupo InfoRed. Op.cit. Pág.59.

“El comunicador del programa informó cómo el presidente fue apedreado y dio detalle de que había sido rescatado por un taxi. Al finalizar tal información, Smith agregó ‘Recordemos que Luis Echeverría, era el Secretario de Gobernación en el 68 y que, por el cargo que desempeñaba, se le atribuye lo ocurrido en Tlatelolco’. Esto bastó para que el Secretario de Gobernación de esos momentos, Mario Moya Palencia, se comunicara con Clemente Serna Alvear para regañarlo, como dueño y responsable de la compañía”⁶⁴. Actos como éste, se han presentado con algunos directores y periodistas a lo largo de la historia del periodismo en México.

Después de delegar algunos cometidos como lo fueron algunas responsabilidades gerenciales que tenía a su cargo, José Gutiérrez Vivó se encaminó a la conducción del noticiario. En la emisión de mediodía salió al aire el 3 de abril de 1978... “fue tomando confianza y pasado algún tiempo condujo también el **Monitor** de la Mañana... Conforme iba adquiriendo mayor seguridad en sí mismo, JGV le imprimió ciertos giros al programa.

“Le empezó a dar un tono más de conducción... fue transformando el noticiario en un programa con personalidad: de ser un noticiario más institucional empezó lentamente a convertirse en el ‘programa de José Gutiérrez Vivó’... Clemente Serna lo que quería era una voz que vibrara, un lenguaje que pensara e hiciera pensar, aunque nunca esperó que su hombre, JGV, al micrófono cuestionara, opinara o criticara”⁶⁵.

Desde entonces, Gutiérrez Vivó ha sido titular de la emisión estelar de **Monitor**, así como forjador de un estilo muy, pero muy controvertido.

⁶⁴ Ibidem. Pág. 60.

⁶⁵ Ibid. Pág. 74.

Con el transcurrir de los años, y más aún con el cambio de su conductor, **Monitor** dejó de ser un informativo para convertirse en un programa explicativo, analítico, crítico de la actitud y determinación del gobierno, gobernante y gobernados. "Gutiérrez Vivó no ha perdido nunca su interlocución con el poder político y se ha convertido cada vez más en un crítico moderado de éste"⁶⁶.

Para 1978, se incorpora al concepto **Monitor** la información Vial suministrada en aquellos años por la Asociación Mexicana Automovilistas (AMA). Esta acción es un claro antecedente de la conformación, tiempo después vendría el primer equipo de reporteros especializados en vialidad, denominado RED Vial. Este servicio se había ya presentado en otras estaciones, pero con poca difusión y de manera esporádica.

En 1979, **Monitor** se enfrentó a la poca credibilidad por parte de su auditorio frente a un acontecimiento que se acababa de dar: el 7 de junio ocurrió una explosión y el descontrol del pozo petrolero "Ixtoc" en Campeche. "El escritor Mauricio González de la Garza contactó al conductor de **Monitor** para invitarlo al lugar del Siniestro" y así constatar que la noticia se estaba magnificando por parte de los otros medios de comunicación y, principalmente, por la prensa escrita.

"Gutiérrez Vivó voló a campeche y, desde el aire, pudo apreciar la enorme mancha de petróleo, pero constató que no era de la magnitud que se creía, como otros medios habían afirmado... a la mañana siguiente José Gutiérrez Vivó declaró: 'Todos los periódicos de México afirman que el Golfo de México en su totalidad es una mancha negra. Ayer estuve en Campeche. Lo vi y no es cierto'.

"De inmediato le pasaron las llamadas del público preguntándole cuánto le había pagado Pemex por mentir". **Monitor** se enfrentó, quizá no por primera vez

⁶⁶ Aseveración del Dr. Raúl Trejo Delarbre, citado por Yalín Cacho López en "Monitor, Rey del rating". El Financiero 3 de noviembre de 2000. Sección Negocios Pág.26.

pero si de manera más clara, a una actitud de poca credibilidad, a pesar de haber tratado de ser fiel a su principio de objetividad. Cabe señalar que el director de Petróleos Mexicanos en esos momentos, Jorge Díaz Serrano, era un personaje presidenciable, es decir, figuraba para ser sucesor de José López Portillo.

"A la mañana siguiente, durante el programa José Gutiérrez Vivó manifestó: 'En vista de que ayer dudaron de mi palabra, ahora quiero que usted vaya a Campeche, que vea las consecuencias del accidente, que regrese a México y le diga al público lo que vio en el Golfo de México'. No bien el titular de **Monitor** acababa de invitar a los radioescuchas a visitar el Ixtoc, los teléfonos comenzaron a sonar. Se pudo seleccionar a 10 personas que volaron el siguiente sábado hasta la plataforma *Azteca*. Todos ellos llevaron equipo de audio y video. Junto con Gutiérrez Vivó abordaron el avión de Pemex y mientras circundaban la zona...el pozo se apagó 'Esto lo planearon. ¿quién se los va a creer?', pensaron todos. José Gutiérrez Vivó estaba desconcertado.

"Al llegar a la Ciudad del Carmen, fueron recibidos por varios funcionarios de la paraestatal, quienes juraron que no se trataba de ningún teatro. Pemex había contratado a Red Adder, especialista en incendios de pozos petroleros, el número uno. Había estado trabajando desde días antes y casualmente, logró controlarlo por primera ocasión mientras la comitiva de **Monitor** sobrevolaba el área; mas en lo que los escépticos se dirigían a la capital del estado, el pozo había salido de control nuevamente. El resto del día, Gutiérrez Vivó y el grupo de observadores escuchó varias explicaciones sobre fugas petroleras, cómo ocurrían, qué las ocasionaba, cómo funcionaba un pozo, etc.

"Durante la siguiente transmisión de **Monitor** los diez asistentes se presentaron en el estudio y públicamente dieron testimonio de lo que habían vivido

en el *Ixtoc* y declararon que el Sr. Gutiérrez Vivó había dicho la verdad⁶⁷. Y es que la radio no proporciona imagen pero compensa con la ubicuidad, con la instantaneidad y con la imaginación; a pesar de ello, no deja de ser un medio de comunicación e información vulnerable a la complicidad.

Fue esa la primera vez que la opinión pública tuvo acceso libre a la transmisión durante media hora ininterrumpida y sin cortes comerciales. Acción que hoy en día es común escuchar transmisiones de poco más de una hora sin interrupción alguna, por parte del programa.

En septiembre de ese mismo año, **Monitor** llevó a cabo su primera transmisión internacional desde la ciudad de Nueva York, en virtud del discurso a realizar en las Naciones Unidas del entonces presidente de la República, José López Portillo. Si bien no es la primera transmisión realizada, informativamente hablando, desde el extranjero, sí es la primera de un noticiario de larga duración en ser llevada a cabo.

En este año, se dio, por primera vez en el programa, el análisis del informe presidencial, acto que hoy es habitual, correspondiente al III año de José López Portillo.

1979 fue un año de innovaciones radiofónicas y de consolidación por parte de Radio Red al convertirse en la emisora con mayor rating. "Red AM" ha sido una frecuencia que desde ese año y hasta la fecha ha oscilado en los primeros lugares de audiencia en amplitud modulada, compartiendo el liderato, a últimas fechas, con Radio Fórmula, dato que se verá en capítulos venideros.

La radio, como medio de comunicación sin imagen, debe explotar en todo momento su elemento básico: el Sonido. Éste, debe alimentar y recrear la

⁶⁷ Grupo Infored. Op.cit. Pág.82

imaginación del radioescucha, a través de una voz atractiva para el oído, la palabra, música, efectos y silencios, que deben estar acomodados armónicamente para su mejor captación y entendimiento.

El noticiario, en 1979, fue uno de los primeros en darle mayor importancia al * vestido; Mario Molina, gerente de producción de InfoRed, fue el encargado en llevar a cabo esta idea. "Empezamos a grabar efectos de sonido que se le podían ocurrir y los almacenaban en cartuchos... grabó ruidos de animales, de objetos, risas y llantos infantiles, las voces de todas las personas prominentes tanto nacionales como internacionales"⁶⁸.

La producción del vestido realizada para el programa ha tenido por objeto ambientar con sonidos reales cualquier comentario, recreando con ello, aún más que por palabra, la imaginación de los radioescuchas. **Monitor**, a través de su Gerente de Producción, comenzó a incluir al comienzo y término de cada bloque del programa temas musicales de éxito, para aminorar un poco el ambiente negativo que muchas veces produce el dar noticias.

Algunos de los principales programas de información general que han coadyuvado con el noticiario y viceversa para que la frecuencia 1110 AM "Radio RED" sea una de las estaciones con mayor número de radioescuchas en su banda modulada han sido: *"La tremenda corte"*, *"Radio clínica"*, *"Radio Bazar"*, *"Una voz en la noche"*, *"No estamos solos"*, *"Querida amiga"*, *"Hasta que amanezca"*, *"Vibraciones infantiles"*, *"Una red de recuerdos"*, *"Domingos de Bohemia"*, *"Vidas"*, *"Escucha"*, *"Parejas Diparejas"*, *"Íntimo"*, *"Dimes y Diretes"*, *"Llamas en la Radio"*, *"Red-onda"*, *"Religiones del mundo"*, *"Negociando con Ramón Pieza Rugarzía"*, *"El Arca de Noé"*, *"El Banquete de Platón"*, *"El Contador Público"*.

* Vestido: producciones que sustentan alguna información a través de la recreación imaginativa. El vestido es una producción que lleva al radioescucha a sentir, ver, e incluso oler, algo de lo que se esté hablando. Es la recreación imaginativa dada a través de sonidos.

En ese mismo año, la estación comenzó a introducir una forma de autopromoción^{*}, mejor conocida como spots promocionales, con el fin de que los radioescuchas conocieran la oferta programática de la estación.

Si bien el noticiario no ha sido el primero y único en la Radio mexicana, si ha sido un buen observador de las formas de hacer radio tanto en el plano nacional como internacional para, así, incorporarla a su manera de hacer las cosas y darle su toque que lo caracteriza.

La participación del público radioescucha que se comenzó a tener desde las primeras emisiones del noticiario fue motivo para que, a fines de la misma década, el horario de la recepción de llamadas del auditorio se ampliara a manera de cubrir las 24 horas del día. Tal acto, permite hacer la siguiente aseveración: La reciprocidad de información es uno de los sustentos de la comunicación; muchos de los medios se hacen llamar "Medios de Comunicación", cuando por mucho son "Medios de Informativos", ya que no existe la interacción obligada entre el radioescucha con el mismo medio.

En reiteradas ocasiones, y por diversos especialistas del tema así como algunos conductores, se ha puesto de manifiesto que el terremoto de 1985 acontecido en la Ciudad de México, fue un parte-aguas para la proliferación de los noticiarios en la capital. Sin otra opción los concesionarios, tuvieron que encausar su programación en apoyo de los ciudadanos frente a la desgracia.

⁶⁸ Comentario realizado por el Gerente de producción de Monitor en breve charla con el autor de la tesis noviembre 1999.

^{*} Esta manera de promocionarse poseía un estilo propio sustentado por más producción. En los spots promocionales se mencionaba el título del programa, conductor, tema a desarrollar y horario a transmitir. Asimismo, cuando era necesario se informaba de renovaciones de formatos, temas, estructuras, campañas transmisiones especiales de que eran objeto cualquier programa o incluso la estación.

Para José Gutiérrez el auge de los noticiarios informativos surgió entre otras razones a partir del terrible temblor de 1985. “De 1973 a 1985 estuvimos solos en el cuadrante a excepción de otros programas que no tenían nuestro formato, pero que transmitían noticias permanentes -como fue el caso de la XEX del Grupo Radiópolis que duró poco tiempo-. También estaba el programa de Paco Huerta que fue quien iniciara los programas de opinión pública, un programa muy importante que desapareció por obra y gracia de la Censura... ante la desgracia – el terremoto- los demás noticiarios se dieron cuenta de que no podían mantenerse ajenos a la situación del país”⁶⁹.

En opinión de la periodista Araceli Muñoz Valencia, del periódico El Financiero, “La radio entró ‘al quite’ –dado el sismo- y reinició su consolidación como el medio informativo más rápido y eficiente”⁷⁰. Tal fue el caso de Grupo Radio Mil, quien hasta antes del sismo tenía un informativo de no más de 15 minutos por la mañana, mediodía y noche, llamados “Núcleo Noticias”; fue hasta “6 meses después de la tragedia que el Grupo dio un cambio en su barra informativa. Comenzaron –en él- los noticiarios de larga duración”⁷¹.

En este mismo año, en el noticiario se dieron las primeras intervenciones de los temas ecológicos, con análisis de la agua potable, contaminación ambiental y servicios gratuitos de preverificación a vehículos automotores -ofrecidos en estacionamientos grandes, como el de Perisur-. La estación, propiamente dicho el programa, fue la primera en contar con un laboratorio ecológico móvil, cuyo objetivo fue dar a conocer y reportar focos de peligro ambiental.

“En 1985 iniciamos con un programa que se llamó *“Ecocidio”*, en Radio, y que comenzó un poco a confrontar la lentitud de las autoridades para dar a

⁶⁹ Cristina Pérez Stadelmann. Op.cit. Pág. 1.

⁷⁰ Araceli Muñoz Valencia. “Radio Centro: la transparencia ha sido una víctima”. El Financiero 25 de septiembre de 1998. Pág. 25.

conocer la realidad ambiental en el país. Iniciamos en **Monitor** cuando se dio la idea de hacer mediciones en la calidad del aire en forma independiente –a la de la autoridad-... compramos equipo para hacer las mediciones desde algunas azoteas de los hogares, así como desde un vehículo en movimiento, encontrábamos datos verdaderamente alarmantes.

"En ese entonces, ya existían las autoridades ambientales quienes nos desmentían permanentemente, bajo el argumento que nuestros equipos no estaban calibrados... de ahí comenzó a darse una publicación de los datos sobre la calidad del aire y a su vez, una conciencia ciudadana"⁷².

El 23 de diciembre de 1985, un día antes de la cena de navidad, se dio una inversión térmica la cual fue difundida por **Monitor**. A cargo de la Subsecretaria de Ecología se encontraba Alicia Bárcenas. "Detectamos la inversión en el estacionamiento de la Comercial Mexicana ubicada en la glorieta de San Jerónimo, nadie había utilizado el término inversión térmica en un medio de comunicación.

"Se veían las luminarias del centro comercial con ese resplandor de partículas y de gases que estaban muy concentrados sobre la superficie... recuerdo que de la subsecretaría nos hablaron –a la estación- para decirnos que 'si era cierto que había una inversión térmica' pero que ya no dijéramos nada porque no sabían que hacer"⁷³.

La estación destinó un camión, utilizado con anterioridad como reparto, para ser convertido en un laboratorio ecológico móvil y así poder recorrer diversos lugares de la ciudad para su medición. "recuerdo que para la inauguración del laboratorio móvil invitamos al subsecretario de ecología, el sucesor de Alicia

⁷¹ Afirmación de Martín Espinoza –titular del noticiario Monitor emisión tarde/noche- en breve charla, ocurrida en la comida de fin de año de Grupo InfoRed. Restaurante La Cava. 8 de diciembre de 2000

⁷² Químico Luis Manuel Guerra, entrevistado por JGV en el Programa "25 años en 25 horas". 2 de septiembre de 1999 por Radio Red AM y FM.

Bárceñas, quienes lo vieron como muy poca cosa y por ello no acudieron a la inauguración al aire del vehículo... pero cómo les dimos lata, porque empezamos a corroborar datos que estaban verdaderamente mal en cuestión de contaminantes”⁷⁴.

A raíz de una concientización del aspecto ambiental y de implantar el programa Hoy no circula, conocido por todos, **Monitor** brindó al público radioescucha preverificar sus automóviles en el laboratorio móvil, “para que los radioescuchas comprobaran, por un lado si era necesario algún ajuste de su motor o su afinación y por otro comparar los datos obtenidos en los centros de verificación con los datos que nosotros le estábamos dando”. Ahí nace la preverificación”⁷⁵.

La visión que ha tenido el noticiario, quizá como otros, frente a diversos temas, ha sido tal que se puede ver y analizar en la constante difusión de información tecnológica, científica y de vanguardia.

Para Clemente Serna Alvear, **Monitor** fue “un acierto, por que parte del objetivo del noticiario fue buscar y/o recuperar un público para la radio, ya que había cierto público que se había alejado del medio ... y con gran poder adquisitivo”⁷⁶, dada la presencia televisiva en el país.

Monitor, en 1990, fue el primer programa radiofónico en contar con un estudio móvil para realizar programas a control remoto.

A partir de 1991 **Monitor**, en persona de José Gutiérrez Vivó, ha sido miembro permanente del Foro Económico Mundial, celebrado año con año en la

⁷³ Ibidem.

⁷⁴ Ibid.

⁷⁵ Ibid.

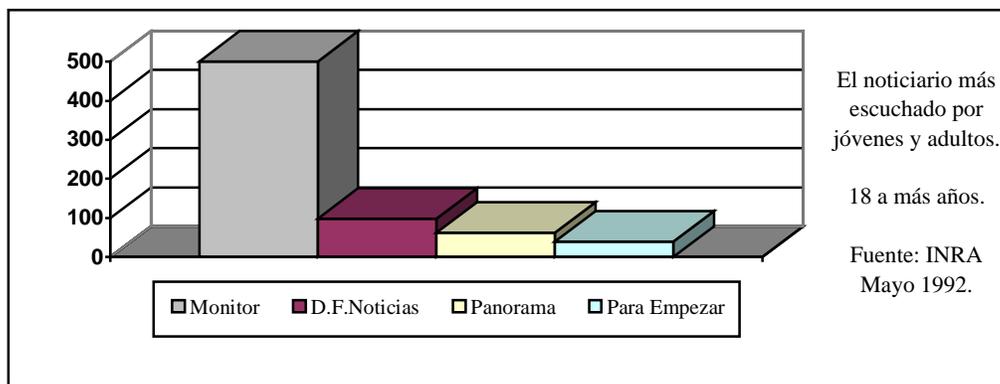
⁷⁶ Clemente Serna Alvear ibid.

región de Davos, en Suiza. Esto lo hizo ser uno de los pocos medios electrónicos mexicanos con participación en las mesas de trabajo del Foro.

Para Grupo InfoRed, con **Monitor** “se consiguió un noticiario muy atractivo por la claridad y el contenido de la información, así como por el formato, que constantemente se iba enriqueciendo, y por la duración”⁷⁷. El programa, poco a poco, fue ampliando su horario de transmisión frente a la fuerte proliferación y rivalidad entre los noticiarios: mañana, mediodía y noche, hasta consolidarse con el horario actual –mediados del año 2000-:

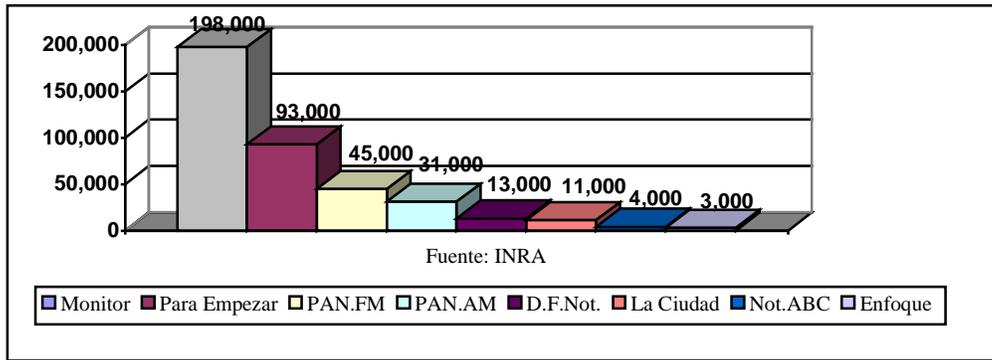
5:45 – 10:00	Conductor: José Gutiérrez Vivó.
13:00 – 15:15	Conductor: Martín Espinoza.
17:00 – 21:00	Conductor: Enrique Muñoz.
00:00 – 01:00	Conductor: Miguel Velazco.

Según con los datos manifestados por INRA el noticiario más escuchado por jóvenes y adultos en 1992 fue:



⁷⁷ Grupo InforRed Op.Cit. Pág.59.

... y el de mayor audiencia en el área metropolitana:



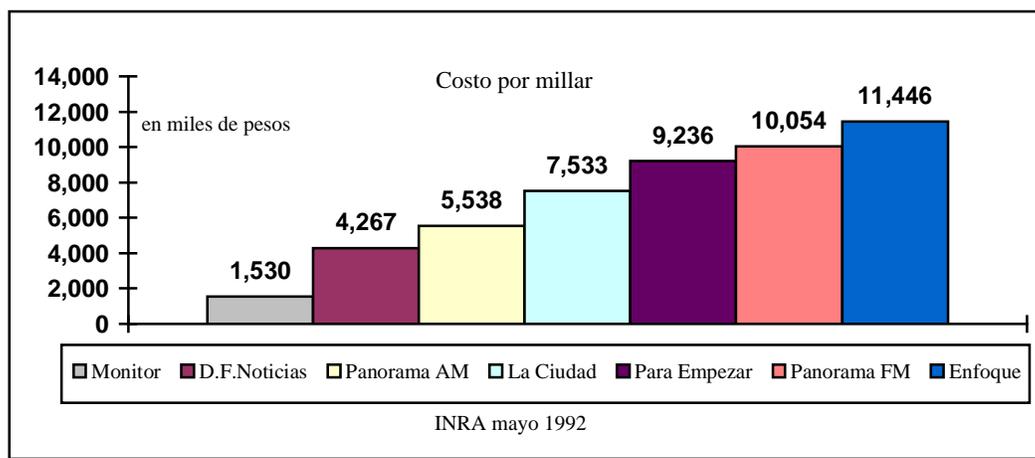
El 12 de octubre de 1992 se cumplieron quinientos años del encuentro de dos mundos, "El descubrimiento de América". Un acontecimiento que cambió el curso de la historia tanto europea como americana. En aquella ocasión el programa **Monitor** tuvo una duración de 13 horas continuas, En éstas abordaron 12 temas desarrollados por destacados especialistas en la materia, como: la Doctora Ikram Antaki y el Doctor Ugo Pipitone, quienes hablaron sobre la Europa previa al descubrimiento; el Arquitecto Tomás Pérez Suárez, quien comentó sobre los deportes prehispánicos; el Doctor Roberto Gallegos, la Doctora Beatriz Barba y la Maestra Concepción Obregón, estos últimos académicos e investigadores de temas históricos.

A medidos del mes de septiembre del mismo año, **Monitor** unió esfuerzos con IMOP-GALLUP-MÉXICO* para dar a conocer datos estadísticos de los temas que, por lo general, eran tratados en las mesas de estudio, de información y de análisis, como lo fue la educación en México, marchas y manifestaciones en el D.F., seguridad ciudadana, corrupción, despistolización y transporte público, entre muchos.

* Institución de estudios de opinión pública.

“Iniciamos en la radio las encuestas, aliados con una de las empresas más importantes del mundo en este tema, aún con el conocimiento de que los mexicanos no tienen gran interés –enero 1995- en medir la opinión pública. Sin embargo, hemos logrado dar datos muy interesantes en tendencias actitudes y evaluación de problemas nacionales, con lo que el público percibe lo que piensa dentro de un gran núcleo de personas y qué tanto su opinión coincide con la de los demás”⁷⁸. El convenio fue terminado poco antes de la venta de las estaciones a Grupo Radio Centro.

La información, además de ser poder, es una mercancía a la que se le pone precio según el número de radioescuchas alcanzados y el costo por millar* que da por resultado. De esta manera, los beneficios de un alto índice de audiencia en cualquier noticiario redundan en un mejor aprovechamiento de la inversión publicitaria, a pesar de que su tarifa sea la más alta. En Mayo de 1992, según los datos ofrecidos por INRA, el noticiario **Monitor** es el programa de noticias más rentable de la radio en la capital:



* Costo por millar es el gasto del anunciante al pagar la tarifa contratada y la falta de recuperación monetaria por spot gastado.

⁷⁸ Noticias MEDCOM. "José Gutiérrez Vivó. Monitor, hoy y siempre". Revista Medcom. Número 37. Enero 1995. Pág. 27.

Aunado a lo antes presentado, la aceptación del público en el noticiario ha permitido el incremento de las tarifas publicitarias, costos que en la actualidad siguen por encima de cualquier otro noticiario:

Monitor de Lunes a Sábado en todas sus ediciones y en ambas frecuencias:

10 seg.	\$ 16,875.00	20 seg.	\$ 22,500.00
30 seg.	\$ 33,750.00	40 seg.	\$ 45,000.00
60 seg.	\$ 67,500.00	tarifa en vigor Junio 1, 1999 (Confirmada Abril 25/00).	

Grupo Acir (Noticiario Detrás de la Noticia)* Ricardo Rocha:

10 seg.	\$15,000.00	20 seg.	\$20,000.00
30 seg.	\$30,000.00	40 seg.	\$40,000.00
60 seg.	\$60,000.00	tarifa en vigor desde 1 Enero de 2000.	

*en esta radiodifusora la comercialización depende de la emisión del noticiario, Se ha tomado el noticiario estelar, edición mañana.

Radio Fórmula (en su barra de noticias) matutino, vespertino y nocturno:

10 seg.	\$14,700.00	20 seg.	\$21,000.00
30 seg.	\$31,500.00	40 seg.	\$42,000.00
60 seg.	\$63,000.00	tarifa en vigor desde enero de 2000.	

Radio 13 (en su programa noticioso de la A a la Z) vespertino.

10 seg.	\$10,350.00	20 seg.	\$13,800.00
30 seg.	\$20,700.00	40 seg.	\$27,600.00
60 seg.	\$41,400.00	tarifa en vigor desde 17 febrero 2000.	

Informativo MVS en sus tres emisiones:

20 seg.	\$15,985.00	30 seg.	\$23,978.00
---------	-------------	---------	-------------

40 seg. \$31,970.00 60 seg. \$47,955.00
tarifas en vigor desde 28 de octubre 1999.

*Fuente: Directorio de Tarifas y datos Medios audio-visuales Junio y Septiembre 2000.

Uno de los mejores medios de socialización es la comunicación y una de las más efectivas formas de ella puede ser a través de la radio. InfoRed -**Monitor**- y la Universidad Nacional Autónoma de México, a mediados de 1993, firmaron un convenio para dar a conocer la información académica, científica y cultural que produce la "máxima casa de estudios". Para tal efecto InfoRed tiene, desde entonces, acceso al "banco de datos de la UNAM"⁷⁹, es decir, mayor facilidad para la obtención de dicha información en los diversos institutos.

"El hecho de que el 80 por ciento de la investigación del país se efectúa en ésta Universidad, hará posible que la sociedad mexicana conozca los alcances de los trabajos que realiza, se sirva de ellos les brinde apoyo de diversa índole, incluido el económico"⁸⁰, lo anterior se manifestaba en el acto de la firma, que corrió a cargo del entonces rector Dr. José Sarukhán Kermez y el Sr. Clemente Serna Alvear.

Actualmente, el noticiario difunde la información noticiosa, principalmente de actividades culturales y recreativas, que la UNAM genera. Difusión que sin embargo se queda muy corta en comparación de las investigaciones y aportaciones que la casa universitaria produce.

Para este mismo año, **Monitor** introdujo un formato de participación ciudadana denominado "Opinómetro", el cual consistió en el conteo rápido de la participación del público frente alguna pregunta realizada por el conductor. En

⁷⁹ "Convenio UNAM-Radio Red". Noticias RPM. Junio 1993. Pág.13.

⁸⁰ ibid.

fechas recientes, esta manera de generar cierta participación del auditorio tienen "más" cabida en los noticiarios televisivos, ya que son ellos quienes le dan mayor valor a este tipo de participaciones, que quizá es la única forma de retroalimentación existente en muchos noticiarios televisivos.

"Es un servicio que introdujo la dirección general para medir rápidamente la opinión del auditorio que escucha un programa en un momento determinado"⁸¹. Actualmente el noticiario no cuenta ya con este sistema, ya que, a decir de José Gutiérrez Vivó, se dieron cuenta que la participación del público podía estar controlada, inducida, o bien acaparada por diversas personas que podían saturar el número telefónico e inclinar los resultados*.

"El Cazador del Dial", escrito por Héctor León Diez del entonces periódico El Nacional, en 1993 manifestó que "el noticiario es prácticamente un fenómeno"⁸², con una gran inyección de presupuesto, de profesionales de la información y con imaginación. "Hablar de este noticiario es tan común como hablar de Kleenex en los pañuelos desechables... Por mucho -y sobretodo en audiencia- **Monitor** se encuentra a una distancia de tres millones de impactos delante de Radio Acir, Línea Directa, Para Empezar, Formato 21, La ciudad y Enfoque, en ese orden de importancia de audiencia"⁸³; que a juicio de un servidor pareciera tal comentario un dictado de la exageración al igualar la manera de hablar de los Kleenex con el noticiario, ya que por honestidad no es posible comparar la población que utiliza los pañuelos sanitarios al "universo", que es mucho menor, que escucha el noticiario. En otras palabras, no es tan popular el nombre del informativo como el de los Kleenex.

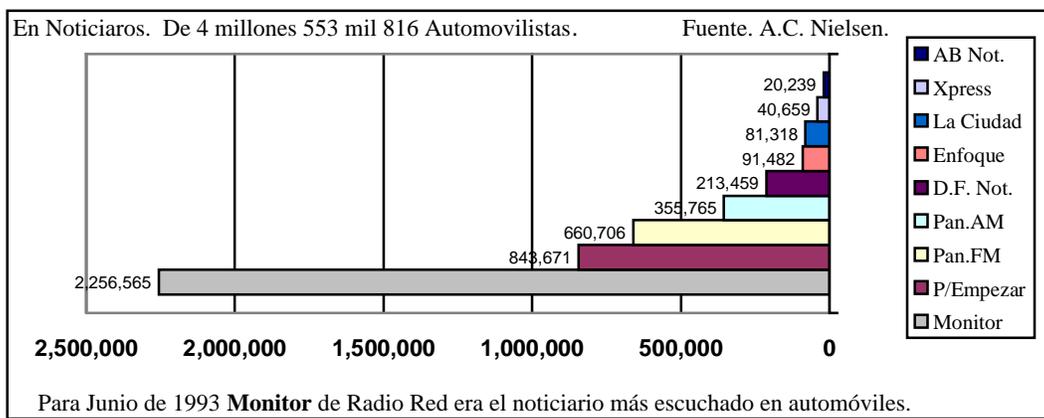
⁸¹ Noticias MEDCOM. Op.cit. No.37. Pág.27

* Comentario de José Gutiérrez en una de las emisiones de Monitor de la Mañana. Mediados del año 2000.

⁸² Hector León Diez. "Grupo Red: presente y perspectivas" El Nacional, Espectáculos. 19 de diciembre de 1994. Pág.36

⁸³ Ibid.

Para Junio de 1993, según los datos ofrecido por A.C. Nielsen, **Monitor** era el noticiero más escuchados de entre 4 millones 553 mil 816 automovilistas:



El Noticiero, desde sus comienzos y hasta la fecha actual se ha transmitido en la frecuencia 1110 de AM, pero fue desde mediados de 1994 que la frecuencia 88.1 de FM albergó también el noticiero en todas sus emisiones. El entonces presidente de la compañía, Clemente Serna Alvear, manifestaba en aquella ocasión: "hemos dado grandes pasos en el desarrollo de Radio Red y uno de gran importancia es un concepto innovador que nuestros radioescuchas ya están disfrutando: Así, una misma emisora de gran éxito como lo es Radio Red, cuenta ahora con dos frecuencias en distintas bandas que sirven para ampliar la gama de audiencias.

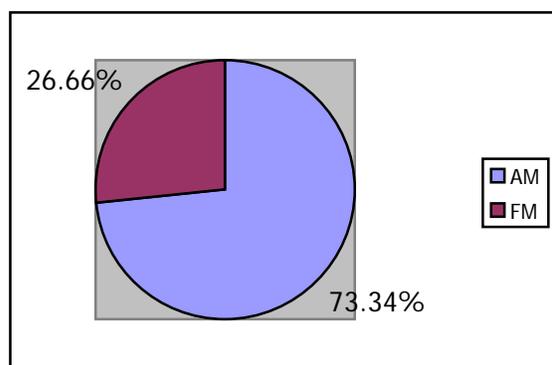
"De esta manera se escuchan dos versiones de programación radiofónica – ya que 88.1 transmite el noticiero y música de éxitos en inglés, y 1110 transmite el noticiero y la programación hablada- emanadas de una sola idea central que captan a un público considerable en un sector más joven a través de FM y al mismo tiempo reafirma y consolida en otros sectores actualmente alcanzados en

AM⁸⁴; como lo es el ingreso publicitario, que a pesar de tener el mismo costo por spot tanto en AM como en FM se tiene un programa con mayor capacidad de espacio para la publicidad y una mayor captación de radioesuchas.

A mediados de 1995, el entonces Presidente de la República Ernesto Zedillo Ponce de León escogió al noticiario para presentar su Plan Nacional de Desarrollo* : "no sé si otro presidente haya estado en una estación de radio, pero yo considero que este medio de comunicación es muy importante, que tiene una importante aceptación y credibilidad, y es responsabilidad de la autoridad informar y hacerlo a través de aquellos medios que son los más aceptados por la comunidad"⁸⁵.

Cabe mencionar, que lo que busca todo personaje público es eso, seguir siendo público, es decir, estar en boca de un mayor número de ciudadanos... y qué mejor que ser entrevistado por los noticiarios líderes.

De acuerdo con los datos ofrecidos por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México el tiempo aire de noticiarios por banda, hasta 1998 ascendía a:



⁸⁴ Clemente Serna Alvear. "Nueva frecuencia para Radio Red... el día es de 48 horas". Noticias RED. Junio 1994. Pág.3.

* Documento en el que el gobierno establece, después de haber realizado una consulta y análisis de los problemas actuales y los que se avecinan, las políticas generales que habrá de impulsar a lo largo de un sexenio.

⁸⁵ Entrevista realizada por José Gutiérrez Vivó. "El Presidente habla en vivo a Monitor". Cooperación Medcom. No. 42 Julio 1995. Pág 24-27.

*De los porcentaje presentados en la gráfica el 9.13 % de cada uno de ellos, corresponden al noticiario **Monitor**.

El tiempo aire en una semana en noticiarios, con base en las cartas programáticas del mes de junio de 1998 y presentado por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, fue el siguiente:

<i>N°.</i>	<i>Noticiario</i>	<i>Grupo Radiofónico en donde se transmite</i>	<i>Horas</i>	<i>Porcentaje.</i>
1.	Monitor	Grupo Radio Centro	134:00	18.26%
2.	Para Empezar	MVS Radio	66.40	9.08%
3.	Al Momento	Radio S.A.	63.00	8.58%
4.	Enfoque	NRM	45:00	6:13%
5.	La Noticia y Usted	Grupo Siete	45:00	6:13%
6.	Antena Radio	IMER	44:30	6.06%
7.	Cúpula Empresarial	ORF	41:40	5.68%
8.	Panorama Informativo	Grupo ACIR	40:00	5.45%
9.	Detrás de la Noticia	Radiópolis	40.00	5.45%
10.	J. Cárdenas Informa	ORF	36.00	4.90%
11.	Hora 7, 13 y 17	Ondas del Lago	35.00	4.76%
12.	Eduardo Ruíz Healy	ORF	30.00	4.09%
13.	López Dóriga	ORF	16.00	2.18%
14.	Así lo dice Lamont	México Radio	15.00	2.04%
15.	En Contacto. RASA	RASA	15.00	2.04%
16.	Radio UNAM Informa	Radio Universidad	15.00	2.04%
17.	Pulso de la Mañana	SEP	11.00	1.50%
18.	Línea Directa	ORF	10.00	1.36%
19.	Cada Mañana	RADIORAMA	10.00	1.36%
20.	Antena Uno	PROMOSAT	07.30	1.02%
21.	El Noticiario	Radiópolis	05.00	0.68%
22.	ABC Noticias	México Radio	05.00	0.68%

*No se incluye a la emisora Formato 21 en este cuadro de noticiarios, ya que no es un noticiario, sino una estación cuya programación es la difusión de las noticias.

Monitor fue uno de los programas considerados en 1998 por la misma Asociación de Radiodifusores como el sexto programa con mayor número de años en el dial radiofónico:

<i>Antigüedad</i>	<i>Programa</i>	<i>Estación</i>	<i>Grupo que transmite</i>
1. 58 años	La Hora sinfónica	XELA	MVS Radio
2. 49 años	Café Concierto	Radio 6.20	RASA
3. 37 años	La hora de Pedro Infante	Sinfonola	Núcleo Radio Mil
4. 36 años	Las inmortales de R. Mil	Radio Mil	Núcleo Radio Mil
5. 35 años	La hora del Rock ⁸⁶	R.Variedades	Grupo Radio Centro
6. 30 años	Serenata XEB	XEB	Inst. Mexicano Radio
7. 25 años	Monitor	Radio Red	Grupo Radio Centro.

Fuente: Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

De acuerdo con el reporte emitido en el boletín Informativo de Junio 1999, número 67, en el primer semestre del año el noticiario **Monitor** y sus tres servicios "Su Contacto", "Su Salud" y "Su Solución" -que serán explicados más adelante- alcanzaron las 90 mil 916 llamadas.

Para conmemorar los 25 años de **Monitor**, el 2 de Septiembre de 1999, el equipo de InfoRed festejó con 25 horas de transmisión continua, en la cual se abordaron temas de la vida del noticiario y se entrevistaron a corresponsales, colaboradores, trabajadores, funcionarios públicos y privados. Todos ellos con una

⁸⁶ A finales del año 2000 este programa desapareció por la reconstrucción, conceptualmente hablando, que se dio a partir del 5 de noviembre de 2000 en esta emisora.

amplia gama de personas que, de alguna manera, han formado parte de la vida del noticiario para llevarlo a ser el noticiario de larga duración con mayor número de años al aire. Para estas fechas, y según con lo manifestado por JGV durante la transmisión especial, InfoRed contaba con 443 colaboradores de **Monitor**, siendo la organización noticiosa radiofónica más numerosa de la República Mexicana.

Para el conductor de la emisión estelar, director y propietario de la empresa InfoRed el valor máspreciado que tiene el grupo es la credibilidad con su auditorio. "Cuando la empresa nació hace 26 años –hablando propiamente del concepto **Monitor**- fuimos pioneros en transformar la información –la manera de hacer las cosas- y el público valora esa independencia"⁸⁷.

Para Víctor Manuel Suberza Blanco, reportero del noticiario de 1986 y hasta mediados del año 2000 para después laborar en el gobierno de Vicente Fox Quesada, opinó que en **Monitor** "hay una mística: nunca dar una noticia sino está debidamente confirmada, porque la credibilidad se tarda mucho tiempo en fomentarla y en un segundo puedes destruir todo lo que se ha construido, gracias a una noticia que no está debidamente sustentada... aquí en **Monitor** no pasamos un dato que no este confirmado... estoy seguro que seguiremos el ritual de no para una nota que no este respaldada con la realidad de un hecho"⁸⁸.

Grupo InfoRed también cuenta con un proyecto editorial, que se ha traducido en la publicación de dos libros: el primer se denomina El Otro Yo del Mexicano y el segundo El Mexicano y su siglo, textos que compilan estudios y análisis de una serie de colaboradores que por más de 10 "mesas", para cada libro, fueron presentadas dentro del programa. Asimismo, Monitor ha colaborado con el libro Toc, Toc ¿hay alguien ahí?, de la Doctora Feggy Ostrosky, profesora de

⁸⁷ Infosel "Gutiérrez Vivó duda de la alianza". Reforma Junio 2000.

tiempo completo y Jefa del laboratorio de Neuropsicología de la Facultad de Psicología de la UNAM, y cuyo tema central es la conducta del ser humano y su cerebro.

Durante los 26 años de existencia del noticiario, el cauce de la información ha sido tal que es imposible reseñar aunque sea el 5 % de ellas. Sin embargo, algunos de los acontecimientos que han marcado su paso a través de **Monitor** para su difusión son: el accidente del pozo petrolero *Ixtoc* -explicado con anterioridad-, el sismo de 1985, las explosiones en Guadalajara el 22 de abril de 1992, el Fin de año 1999-2000, la cobertura de la toma de posesión de Vicente Fox, por mencionar algunos.

2.2.1 Sismos de 1985.

Siendo las 7:19 horas de la mañana se sintió un fuerte movimiento de tierra que sacudió a la ciudad más poblada del orbe; fue un sismo aproximado a los 8 grados de intensidad en la escala de medición Richter, con una duración de 2 ½ a 3 minutos y cuyo epicentro fue en las costas de Guerrero (intersección de placa de cocos y la plataforma continental), causando serios daños en los estados de Guerrero, Jalisco, Michoacán, Estado de México y, por su puesto, la ciudad capital.

Aunque diversos medios de comunicación presentaron severos daños en sus inmuebles, repercutiendo así en su señal, su papel fue de gran relevancia.

En el caso de la prensa, la información de sus publicaciones realizadas para el día 19 de septiembre, día del primer sismo, habían quedado subvaluadas por tal acontecimiento. Para poder informar a sus lectores este medio tuvo que esperar al

⁸⁸ Victor Manuel Suberza. Entrevistado por Martín Espinoza y Gina Batista. En el Programa “25 años en 25 horas”. 2 de septiembre de 1999. por Radio Red AM y FM.

próximo tiraje para así dar cuenta de los hechos. Los canales televisivos que tenían programación eran: canal 2 de Televisa y canal 13 de Imevisión.

El canal 2 se encontraba el noticiario Hoy mismo al aire cuando se comenzó a sentir el movimiento telúrico. Los conductores Guillermo Ortega, Lourdes Guerrero y Juan Dosal pedían calma a sus televidentes, mientras miraban con asombro el movimiento de su escenografía; de pronto, dejó de transmitir, es decir salió del aire, debido a que el inmueble de Televisa había tenido daños severos, así como la pérdida de una de sus antenas emisoras.

El emporio televisivo más grande de habla hispana restableció su señal hasta las 14:00 hrs, cuando Jacobo Zabłudovsky comenzó a narrar y a describir lo visto por él desde su vehículo. Ésta transmisión fue difundida a través de los micrófonos de la televisora, la estación XEW y Radio UNAM.

Por su parte, el canal 13 hasta las 10:04 a.m. “mostró las primeras imágenes de la ciudad. A cuadro apareció Joaquín López Dóriga, no hubo reportajes ni información, el conductor se concreto a decir: ‘para qué le explico, mejor véalo usted’”⁸⁹.

La radio entró a la vanguardia informativa con los elementos que la caracterizan –inmediatez y veracidad-, buscando servir a la ciudadanía. Diversas estaciones quedaron ausentes por los daños sufridos en sus instalaciones tales como las emisoras de Grupo Radio Fórmula, Stereo Rey y FM Globo.

Grupo Radio Centro comenzó a difundir los daños de que se tenían registro a través de sus emisoras cada 15 minutos. Tiempo después de ocurrido el sismo,

⁸⁹ Claudia Hernández O. La función social de Radio Red durante los sismos de 1985. Tesis para obtener el título de Lic. en Ciencias de la Comunicación UNAM diciembre 2000. Pág 75

el grupo tomó la decisión de enlazar a sus estaciones para dar un verdadero servicio social, lapso que duro 88 horas de información y disposición constante.

Núcleo Radio Mil enlazó a sus siete emisoras a fin de cubrir lo más posible el espectro radial y transmitir con sus 15 reporteros el siniestro.

Como fue mencionado con anterioridad, el Grupo Radio Fórmula sufrió severos daños en su inmueble, por lo que dejó de transmitir 36 horas desde ocurrido el primer temblor.

Por su parte, el papel de **Monitor** fue cubrir el acontecimiento informando a sus radioescucha de la situación reinante. El tiempo destinado para el noticiario en aquel día tuvo que alargarse ese y los días subsecuentes. El noticiario sirvió como un medio de comunicación, estableció un enlace entre familiares que ignoraban el destino de sus seres queridos, dentro y fuera del siniestro; proporcionó información para el voluntariado, dio seguimiento al rescate de los sobrevivientes y cadáveres.

La atención al auditorio que brindó durante este suceso el noticiario coadyuvó para la formación del concepto "**Monitor** Su Contacto".

Cabe señalar que en aquel tiempo no existían aún los teléfonos celulares. Meses antes de la desgracia la compañía (RPM) proveo a la mayoría de sus reporteros de radiocomunicadores (de Banda Civil), con los cuales, al momento de la desgracia, pudieron transmitir algunas de las situaciones de que fueron testigos.

Como las telecomunicaciones fueron interrumpidas por el movimiento telúrico, la ventaja que la radio tenía enfrente fue tal que la penetración y alcances de su señal tuvo a bien permitir informar y ayudar de manera oportuna a los habitantes de la Ciudad. De ahí, que algunos investigadores y periodistas

comenten el repunte existente por parte de este medio de comunicación fue dado a partir de este día.

2.2.2 Explosiones en Guadalajara, Jalisco

Mucho se ha hablado de la libertad de expresión en México, de la censura, de la autocensura, de que se puede y de que no se puede decir en un medio de comunicación, pero sólo los protagonistas de ello saben a ciencia cierta, cómo y por qué se dan los tapones de boca, es decir la censura aplicada por el gobierno.

Siendo las 10:08 horas de la mañana del 22 de abril de 1992 en el sector Reforma de la Ciudad de Guadalajara ocurrieron un total de 12 explosiones las cuales afectaron 20 manzanas a la redonda de dicho sitio. Frente a tal acontecimiento, Radio Red abrió un espacio para comenzar una transmisión especial y así poder dar detalle de lo que ocurría en la ciudad tapatía. La periodista María Bolaños, corresponsal de la estación, comenzó a dar detalles de lo ocurrido. Petróleos Mexicanos era el verdugo de la tragedia.

Después de dar cabida a la información veraz transmitida por su colaboradora, "Clemente Serna Alvear mandó llamar al titular de **Monitor**, quien envió a corte comercial y subió a la oficina del presidente de la empresa. 'Pepe, me esta hablando Francisco Rojas –director general de Petróleos Mexicanos en aquellos días-. Dice que efectivamente es cierto lo que ha informado la reportera: desde anoche se venía reportando el olor a gas combustible y Francisco le habló a Guillermo Cosío Vidaurri –entonces Gobernador de Jalisco-, pero no hizo nada'". José Gutiérrez declaró frente a los micrófonos: "El señor director de Pemex confirma que desde anoche se comunicó con el señor Cosío Vidaurri, gobernador del estado de Jalisco, para advertirle el peligro y el gobernador no hizo caso. Ahí tenemos el resultado".

Tal situación no cayó de perlas a las autoridades y menos aún para el director de Pemex; la vocera de la institución desmintió tales declaraciones de manera inmediata. De esta manera, comenzaron a presionar a los dueños de la estación, generando una autocensura, "telefonazos iban y venían para presionar al señor Serna Alvear". Y es que en un principio se quiso culpar a la aceitera "La Central" de haber derramado al drenaje gas hexano.

El gobernador tapatío aseveró que las primeras investigaciones sobre el penoso suceso condujeron hacia la empresa antes mencionada, "la cual se cree que es responsable de la fuga de gas y por ende del siniestro"⁹⁰.

Pero por qué culpar a dicha empresa, porque días antes de la tragedia Sedue la había clausurado su planta de trabajo, "pero fue -como lo manifestó el dueño de la misma- por una falta muy distinta a la que se podría suponer por derramar hexano"⁹¹.

La transmisión especial realizada por la estación que se dio poco antes del medio día hasta la mañana del día siguiente fue dando detalle de los antecedentes, lo ocurrido, los resultados y las conclusiones tanto de las autoridades como del equipo de noticias que se había desplazado para aquel lugar. Fue por la mañana del primer día transcurrido de la explosión, que **Monitor** entrevistó al dueño de la aceitera a quien se le quería culpar por la explosión; dio datos y las razones con las que se demostró que dicha acusación era falsa.

Las presiones aumentaron por parte del gobierno al grado que Radio Red tuvo que dejar de transmitir información del suceso por más de 44 horas. Ante tal

⁹⁰ Francisco Siller y Antonio Romero. "Guadalajara de luto". Novedades, 23 de abril de 1992.

⁹¹ Antonio Romero. "No somos culpables, claman los dueños de la fábrica: La Central". Novedades, 24 abril 1992.

situación y después de revisar un texto y autorizarlo el entonces dueño de la empresa, José Gutiérrez manifestó:

“Como usted habrá percibido, desde hace cuarenta y cuatro horas, Radio Red no ha transmitido información alguna sobre el desastre de Guadalajara -para entonces ya habían pasado tres días de la desgracia-. La razón de esto es que existen algunos funcionarios públicos que son muy sensibles a la noticia, el comentario y la crítica sobre dicho tema: y tal parece que preferirían que no se hable de estos acontecimientos como si el problema dejara de existir. Ante esta situación, Radio Red ha tomado la decisión, por primera vez en su historia, de no transmitir información alguna del caso Guadalajara hasta que nuestra función como medio noticioso deje de estar en entredicho”⁹².

Por su parte, Mary Bolaños manifestó que fueron momentos verdaderamente tristes cuando les dijeron “no puede salir más información de lo que ha ocurrido en Guadalajara hacia Radio Red –propriadamente al noticiario-, nadie quiere decir, no nos permiten decir que era gasolina nova la que provocó este problema... información que dimos a lo largo de esas 30 horas de penosas noticias cuando todo era confusión, cuando Monitor se convirtió en un consuelo y en un apoyo para la comunidad ante la pérdida de credibilidad que tenía en aquel entonces la autoridad.

“Aquel hallazgo que hicimos en la calzada Lázaro Cárdenas cuando abrieron un pozo y lo primero que vimos brotar fue un líquido rosado, luego de olerlo lo identificamos como gasolina nova... la gasolina, la causante de la explosión del 22 de abril en Guadalajara y no la aceitera “La central”, a quien se le pretendía culpar...

⁹² Grupo InfoRed. Op.cit. Pág.168.

"**Monitor** no sólo se convirtió en un medio de información sino en un medio de apoyo, de credibilidad y sobre todo el que generó -como otros medios, principalmente los impresos- el parteaguas en la información final de las causas reales que provocaron la tragedia... 210 personas muertas, más de 8 kilómetros de colector destruido, más de 4 mil casas siniestradas y una grieta que todavía no cierra en la ciudad de Guadalajara"⁹³.

¡Justicia señor presidente...!, ¡Justicia contra Pemex!. Eran las principales demandas de la población realizadas al Presidente, de aquel entonces, Carlos Salinas de Gortari. "Lo curioso era que mientras las autoridades habían declarado insistentemente y contundentemente en las primeras que la Aceitera era la culpable del desastre allá en el pueblo, entre la gente de la calle, se apuntaba hacia otro rumbo: Pemex.

"No muy lejos de ahí, en la colonia Alamos, peritos de la PGR y de la PGJ del estado sacaron una botella de coca-cola llena de agua supuestamente y resulta que eran aproximadamente tres cuartas partes de gasolina y una de agua"⁹⁴, dato que concuerda con lo manifestado por la corresponsal de **Monitor**.

Si bien el noticiario no fue el único medio en hacer mención que la aceitera no era la causante de la tragedia y en narrar el acontecimiento, tampoco fue el único en sentir las presiones por parte del gobierno para su control informativo.

Sin embargo, a decir de Ciro Gómez Leyva a mediados del sexenio salinista hubo poca presión de las autoridades hacia los medios, "creo que porque el país marchaba bien en lo económico. Pero eso cambió cuando llegó a Gobernación Patrocinio González Garrido. Su arribo se sintió brutalmente. Después entró el Doctor Carpizo y los espacios se volvieron abrir", a pesar de que a los conductores

⁹³ María Bolaños, entrevistada por JGV en el programa. Op.cit.

que consultó el propio Ciro “les cuesta trabajo –como lo manifiesta él- explicar con solvencia los capítulos como el del vacío informativo que se hizo al mitin de Cuauhtémoc Cárdenas, el 27 de agosto de 1997, o a la distancia extrema con que abordan el *Thriller* del “Búho” Valle, por no hablar de las explosiones de Guadalajara, en 1992, o del asesinato del cardenal Posadas Ocampo, en 1993”⁹⁵.

Es entonces, y con base en lo estudiado e investigado, que se puede manifestar que lo que prevaleció en el sexenio salinista no sólo fue tanto la censura a los medios y sus comunicadores, sino la presión y el control de la información generando así una autocensura por parte de los concesionarios.

La comunicación, y más aún la política, en medio siglo ha cobrado gran importancia con la introducción de los medios masivos como lo ha sido la radio y televisión, lo que ha obligado de alguna manera, a los personajes de la vida pública como los políticos a modificar paulatinamente su relación con los medios, así como a tomar en cuenta las reacciones y aspiraciones de la opinión pública. Sin embargo, la censura y cortapisas han estado presentes, en mayor o menor medida, según sea el caso, por parte del estado y su gobierno.

Para la Presidenta Nacional del Partido Revolucionario Institucional, Dulce María Sauri Riancho, “antes se decía que los periodistas transmitían la información que los políticos generaban como otras muchas cosas, esto también ha cambiado. Testigos y actores, periodistas y políticos compartimos un escenario donde unos no existimos y trascendemos sin los otros. Vivimos juntos tantos momentos que nosotros los políticos acabamos por encontrar a la persona que se encuentra detrás de la cámara, del micrófono o de la grabadora...

⁹⁴ M. Anaya, R. Medina, et.al. "Hallan una fuga de gasolina en un ducto perforado hace 3 años". Excélsior 24 de abril de 1992.

⁹⁵ Ciro Gómez Leyva. "Los Días de la Radio". Reforma lunes 3 de octubre de 1994. Pág. 6A.

"Los periodistas, por su parte, creo que acaban por descubrir también en nosotros al ser humano con el que muchas veces simpatizan, aunque no coincidan con sus opiniones. De alguna manera, mutuamente nos seducimos, nos embrujamos, nos rechazamos y nos encontramos...": fragmento extraído del artículo "ideas fuertes: los periodistas" la revista Etcétera, diciembre de 2000. Sin embargo, y con relación a lo anterior, esto no ha garantizado la libre expresión, ya que la censura y cortapizas ha estado siempre presente.

En opinión de José Gutiérrez Vivó, como de algunos otros comunicadores y analistas, durante el sexenio del presidente Salinas hubo una mano dura que intervenía franca y abiertamente en el control de los medios⁹⁶.

El control del gobierno de aquel entonces buscaba cierta estabilidad y sobre todo tapar los casos y situaciones que a su conveniencia realizaba, basta recordar las constantes privatizaciones y concesiones que dieron en dicho periodo.

La concesión (privatización) de Imevisión fue un encandilamiento para diversos concesionarios de los medios electrónicos y es que en ella vislumbraban mucho dinero, poder y presencia. Diversos radiodifusores presentaron interés para ello: la familia Vargas, dueña de Multivisión y Frecuencia Modulada Mexicana, había integrado al grupo Imagen Comunicación en Radio y se preparaba para contender en la subasta de lo que en la actualidad es Televisión Azteca.

La familia Serna y la familia Aguirre Gómez también presentaron gran interés como muchas otras.

⁹⁶ Cristina Pérez Stadelmann Op.cit.

Durante el proceso de privatización, 1993, en el cuadrante radiofónico se dieron diversos acontecimientos: el columnista y analista político René Delgado y colaborador del noticiario Para Empezar; el periodista Miguel Angel Granados Chapa conductor del noticiario de Núcleo Radio Mil y Enrique Quintana del informativo Enfoque de Stereo 100 dejaron de participar en sus actividades radiales.

Es que eran voces que incomodaban a la sensibilidad del sistema, sus funcionarios e incluso a los mismos concesionarios. "Más de una analista político explica esos episodios echando mano de la ecuación: complicidad entre funcionarios duros y concesionarios blandos"⁹⁷.

Para mediados de 1999, JGV hacía la siguiente aseveración con respecto a la libertad de expresión: "Hace 30 años la libertad era limitada, acotada y al paso de los años uno de los elementos que **Monitor** logró poner sobre el mapa, a base de muchos riesgos de empresa y personales, fue el combatir abiertamente a un sistema, hablar de errores y los excesos de un sistema político.

"Creo que ahora podemos pensar en que realmente ha desaparecido, casi en su totalidad, la censura oficial"⁹⁸. Cabe señalar, que la reflexión anterior no sólo debe ser atribuida a un medio electrónico, ya que la exigencia de este derecho era sostenida, incluso antes que propio noticiario radiofónico, por la prensa escrita; hay que recordar las cortapizas de que fueron objetos diversos periodistas como Julio Sherer García.

Por su parte, Raúl Trejo manifiesta en su libro Volver a los Medios: "En México hemos roto el modelo de la acritica subordinación que caracterizó al trato

⁹⁷ Ciro Gómez Leyva. Op.cit.

⁹⁸ Elisa Robledo. Op.cit. Pág. 58.

entre el poder político y los medios durante largo tiempo"⁹⁹, refiriéndose a la participación de los medios y periodistas en general.

2.2.3 "Monitor 31", año 2000.

Mucha controversia existió desde mediados de 1999 en que si éste era el último o penúltimo año del siglo y milenio. Después de una serie de intensos vaivenes informativos en distintos medios, se conmemoró con platillos y bombones dicho año como la simple y esperada llegada del año 2000, sin importar si acababa o empezara el siglo, aunque diversos medios en el país –como TV Azteca- se pronunciaron por dicho cambio de milenio.

Las principales ciudades turísticas del mundo realizaron una verdadera fiesta al convocar a todos sus pobladores a integrarse a dicho festín. La Ciudad de México, gobernada por primera vez por un partido de oposición, no se quedó sin celebrar y unirse a dicho evento. Existió una transmisión internacional de la llegada de los años nuevos en las principales ciudades del mundo; México entró en dicha difusión.

Ante la llegada del año 2000, los principales medios electrónicos del país orquestaron una transmisión para captar -de acuerdo con su capacidad y posibilidades- la recepción del año, tanto en el plano nacional como internacional.

Las televisoras mexicanas –Televisa y TV Azteca- enviaron a sus principales reporteros a cubrir el evento a las metrópolis más importantes del mundo como lo fueron: Tokio, Londres, Roma, París, Los Angeles, entre otras, para realizar enlaces desde estas urbes.

⁹⁹ Raúl Trejo D. Volver a los Medios. De la crítica a la ética. Cal y Arena 1997 Pág.17.

| La Radio se vio un fenómeno semejante a la de la televisión, a excepción de algunos que se enlazaron con las transmisión internacional, habilitado por las grandes cadenas televisivas y de radio del mundo.

En el caso de **Monitor**, llevó a cabo una transmisión de larga duración al cubrir cada uno de los husos horarios. Para ello, envió a reporteros especiales a diversos lugares del mundo (Sao Paulo, Los Angeles, Nueva York, París, Roma, Londres, Alaska y Finlandia) con el fin de captar el momento de la llegada del año 2000, además de contar con las participaciones de corresponsales quienes fueron desplazados, y contratados algunos, a las principales ciudades para recibir el año nuevo.

Sin duda, y después de realizar un recorrido por los medios de comunicación nacionales tanto electrónicos como impresos, **Monitor** fue el único medio mexicano que recibió y transmitió los años nuevos con enviados, corresponsales y colaboradores en vivo; transmitió en vivo y sin colgarse de señales de otros medios. *"Todos los años nuevos están en **Monitor**"*, esto decían los promocionales de "**Monitor 31**".

Los noticiarios en México, quizá como en otras partes del mundo, cubren, en su mayoría, eventos por puro compromiso, y no precisamente con sus radioescuchas sino por el hecho de no dar ventaja a otros medios, ya que de no hacerlo están en amplia desventaja frente a los principales competidores.

2.2.4 Las Históricas Elecciones del 2 de julio 2000: "Monitor Electoral".

Como es bien sabido, los cambios de poderes en México son cada seis años; en esta ocasión, las elecciones del 2 de julio fueron más que importantes y no sólo

porque se podía seguir con la permanencia del priísmo enfrente del poder o bien su salida.

Los licenciados Francisco Labastida Ochoa del PRI y Vicente Fox Quesada del PAN eran los candidatos con mayores posibilidades para ganar. Después de una esperada contienda, el “panista” salió como vencedor; es decir, por primera vez el Partido Revolucionario Institucional “salía del poder” desde hace 70 años.

Los medios de comunicación realizaron transmisiones especiales así como habían abierto un espacio en sus emisiones para dar cabida a la información de los candidatos a la presidencia.

En el caso del noticiario y previo a los comicios abrió un espacio (de 9 programas, 3 para cada uno) para que los Tres principales candidatos, según las encuestas, dieran a conocer sus propuestas de cómo gobernar el país.

El noticiario, frente a las históricas elecciones del 2 de julio de 2000 habilitó a 121 reporteros externos a la empresa para cubrir lo más posible las casillas electorales de las diversas zonas del área metropolitana. Además de esto, los reporteros de fuentes y corresponsales nacionales.

En la transmisión estuvieron presentes cuatro invitados internacionales, además de la maestra Gloria Abella, Catedrática de la UNAM, colaboradora de asuntos internacionales de Monitor; El Dr. Ricardo Zipper, Director del Instituto de Ciencias Políticas de la Universidad de Chile; Alvaro Vargas Llosa, escritor y colaborador de la Revista Letras Libres; Dr. Norbert Lechner, Consultor del Programa de Naciones Unidas para el Desarrollo; y el Maestro Marcelo Cavarozzi, Director del Departamento de Política y Gobierno de la Universidad Nacional de San Martín en Argentina.

Como dato interesante, para la producción del vestido del programa Monitor Electoral se realizaron poco más de 100 grabaciones con entradas y salidas, jingles, promocionales, frases, temas y semblanzas; bajo la realización del Señor Mario Molina*, Gerente de Producción.

Para monitorear lo que hacían otros medios, se reclutaron a 41 personas, quienes emitieron 1500 reportes de información electoral para el área de Producción.

Para los cibernautas que consultaron la página de **Monitor**, en este evento, no sólo pudieron escuchar el programa, sino ver el desarrollo de la emisión a través de la red y platicar con una colaboradora del Instituto Nacional de Estudios Políticos. Asimismo, tenían la opción de consultar la información en texto, para lo cual colaboraron 32 personas que alimentaron la página con las noticias de esos momentos.

www.Monitor.com.mx. fue un sitio espejo, como algunos otros, del IFE desde en donde se podía consultar los resultado previos y finales que el Instituto Electoral del Distrito Federal daba a la contienda. Las noticias que se publicaron en dicha página también podían ser consultadas a través de un teléfono celular.

Para la cobertura de tal evento, grupo InfoRed habilitó 2 estudios alternos ubicados tanto en el Instituto Electoral del Distrito Federal como en el Instituto Electoral Federal.

Las primeras palabras a un medio de comunicación electrónico que brindó el presidente electo, como resultado de la elección, fueron dadas para el auditorio de **Monitor**, siendo las 20:58 horas del mismo dos de Julio, tras aceptar el Presidente

* Don Mario Molina es una de las personas con mayor número de años en la compañía, su antigüedad es de poco más de 40 años.

Ernesto Zedillo, y el propio Francisco Labastida, contendiente para la presidencia, la derrota del PRI. Sin embargo, la primera entrevista radiofónica que brindó Vicente Fox fue a Abraham Zabludovsky en su noticiario radiofónico, mientras que en el ámbito televisivo la primera fue dada por Televisa.

Frente a la cobertura del día 2 de julio, realizada por el equipo de **Monitor**, José Gutiérrez Vivó manifestaba en el boletín interno del 15 de julio lo siguiente:

Por este conducto quiero agradecer el esfuerzo y la responsabilidad de todos y cada uno de los que colaboramos para hacer posible una exitosa jornada de información electoral

Una vez más se confirma que en la radio se necesita de un trabajo conjunto de equipos que desde tiempo atrás estuvieron preparando las diversas actividades relacionadas con la información, la cobertura de noticiosa, los instrumentos de trabajo, la instalación de la infraestructura técnica de sistemas y de telecomunicaciones, la construcción de las sedes en el IFE y en el IEDF, la instrumentación del audio y video por la internet, entre muchas otras cosas.

El día 2 y 3 de julio ofrecimos al auditorio la transmisión de 28 horas continuas y para lograrlo se requirió de la participación muy activa de 583 personas laborando en sus diferentes especialidades.

Ante la imposibilidad de hacerlo personalmente, por este medio quiero dar las gracias y reconocer el conocimiento, el esfuerzo, los desvelos y la dedicación de cuántos participaron en esta jornada electoral.

La cobertura del noticiario, hasta el 24 de agosto de 2000, llegaba a 39 ciudades de la República Mexicana vía satélite a través de la Red Nacional OIR, perteneciente a Grupo Radio Centro:

Localidad	Frecuencia	Sintonía
Acapulco, Gro.	XECI-AM	1340 KHZ.
Aguascalientes, Ags.	XELTZ-AM	740 KHZ.
Chihuahua, Chih.	XELO-AM	1010 KHZ.

Chilpancingo, Gro.	XEZUM-AM	1050 KHZ.
Cd. Juárez, Chih.	XEP-AM	1300 KHZ.
Cd. Obregón, Son.	XEHX-AM	1460 KHZ.
Colima, Col.	XETTT-AM	930 KHZ.
Córdoba, Ver.	XHPT-FM	91.3 MHZ.
Durango, Dgo.	XECK-AM	620 KHZ.
Guadalajara, Jal.*	XEDKR-AM	700 KHZ.
Irapuato, Gto.	XEAMO-AM	870 KHZ.
Jalapa, Ver.	XEBD-AM	1210 KHZ.
La Piedad, Mich.	XELC-AM	980 KHZ.
Los Mochis, Sin.	XEORF-AM	950 KHZ.
Matamoros, Tamps.	XEMT-AM	1340 KHZ.
Matehuala, S.LP.	XEIE-AM	1030 KHZ.
Mérida, Yuc.	XEZ-AM	600 KHZ.
Mexicali, B.C.	XHMUG-FM	94.1 MHZ.
Monclova, Coah.	XHCCG-FM	104.7 KHZ.
Monterrey, N.L.*	XESTN-AM	1540 KHZ.
Morelia, Mich.	XECR-AM	1340 KHZ.
	XHCR-FM	96.3 MHZ.
Nuevo Laredo, Tamps.	XEWL-AM	1090 KHZ.
	XHCR-FM	96.3 MHZ.
Oaxaca, Oax.	XEKC-AM	1460 KHZ.
	XHKC-FM	100.9 MHZ.
Piedras Negras, Coah.	XHRE-FM	105.5 KHZ.
Queretaro. Qro.	XEKH-FM	98.7 MHZ.
Saltillo, Coah.	XESHT-AM	930 KHZ.
San Luis Rio Colorado, Son.	XELBL-AM	1350 KHZ.
San Luis Potosi, S.LP.	XEEI-AM	1070 KHZ.
Silao, Gto.	XESD-AM	930 KHZ.
Tampico, Tamps.	XETOT-AM	1190 KHZ.

Tapachula Chis.	XETS-AM	780 KHZ.
Tepic, Nay.	XEXT-AM	980 KHZ.
Tijuana, B.C.	XEMMM-AM	1010 KHZ.
Toluca, Edo. De Mex.	XHNX-FM	98.9 MHZ.
Torreón, Coah.	XETB-AM	1350 KHZ.
Uruapan, Mich.	XEUF-AM	610 KHZ.
	XHUF-FM	92.5 MHZ.
Veracruz, Ver.	XETF-AM	1250 KHZ.
Villahermosa, Tab.	XHVB-FM	97.3 MHZ.
Zacatecas, Zac.	XEXZ-AM	560 KHZ.

* Estas dos emisoras son repetidoras de la frecuencia XERED.

Para José Gutiérrez Vivó, el trabajo que se realiza en **Monitor** es estar igual o mejor que muchas emisoras de las ciudades más grandes de los Estados Unidos "Hay emisoras de televisión muy completas para información metropolitana en Londres y París, lo mismo que en Los Ángeles y San Francisco, pero en el caso de la radio, creo que los mexicanos tendemos a menospreciar nuestras cosas. Esta es una organización que, donde la ponga usted, es de calibre internacional"¹⁰⁰.

Antes de proseguir, cabe mencionar algunos de los formatos periodísticos que presenta María Cristina Romo Gil en su libro Introducción al conocimiento y práctica de la radio:

Noticiero: es en donde el principal actor, sujeto de la información es el propio pueblo, sus necesidades y problemas. Y es, por supuesto, también el principal informante.

¹⁰⁰ Elisa Robledo. Op.cit. Pág 57.

Entrevista: resulta muy útil para reforzar los mensajes, comprobar la utilidad de los mismos y propiciar la participación.

Encuesta: como variante de la entrevista en la que se dialoga con diversas personas sobre el mismo asunto.

Reportaje: en el que se ahonda en la realidad y se cuenta con varios recursos que pueden resultar ilustrativos.

Debate: con el cual el radioescucha puede observar que hay diversos puntos de vista ante el mismo asunto y se puede impulsar la creación de opiniones propias.

2.3 Monitor como Sistema Informativo.

2.3.1 Entrevista

Debido a que el género de la Entrevista es un elemento central y fundamental en la forma de hacer el programa, es preciso puntualizarla dentro de este capítulo.

Éste recurso informativo ha coadyuvado al noticiario a forjarse como un sistema informativo.

La entrevista se ordena de la siguiente manera:

- *Entrevista Noticiosa o de Información.*- es aquella que se busca con el fin de obtener información noticiosa.

- *Entrevista de Opinión.*- es la que sirve para recoger comentarios, opiniones y juicios de personajes sobre noticias del momento o sobre temas de interés permanente.
- *Entrevista de Semblanza.*- es la que se realiza para captar el carácter, las costumbres, el modo de pensar, datos biográficos y las anécdotas de un personaje: para hacer de él un retrato escrito.

Este tipo de informaciones son fundamentales en el desarrollo de todo programa de noticias, ya que se abre un canal a la pluralidad de ideas.

Para finales de la década de los 70, el entrevistar a un Secretario de Estado en vivo y de estudio era un bien muy escaso por parte de los medios electrónicos de comunicación, y más cuando se pensaba que la prensa escrita era una garantía constitucional y los radiodifusores eran una simple concesión.

“Una mañana Gutiérrez Vivó habló a la oficina de Santiago Roel -secretario de Relaciones Exteriores del 1º de mayo de 1976 al 1º de mayo de 1979, durante el sexenio de José López Portillo-. Pidió una cita con el canciller, misma que le concedieron a los dos días. En el decimonoveno piso de la cancillería, Santiago Roel preguntó al conductor de **Monitor** qué se ofrecía:

-Quiero hacerle una entrevista, señor secretario.

-¿Sobre qué?, ¿En dónde?.

-Sobre la política exterior de México, licenciado. Y la quiero hacer en Radio Red.

-¿Dónde está esa estación, señor Gutiérrez?.

-En Reforma...

-¿De quién es Radio Red?.

-De los señores Serna, licenciado.

-¡Ah, cómo no, los Serna son mis paisanos! Yo también soy regiomontano.

¿Y que quieres preguntarme?.

Gutiérrez Vivó sacó una hoja de papel con trece preguntas que había formulado previamente y se las leyó al funcionario. Éste caminó varias veces, de un lado a otro de su despacho, y pidió al titular del noticiario que lo acompañara. Tomaron el elevador, bajaron al sótano donde estaban velando a un embajador y, en medio de cirios, Santiago Roel le dijo a José Gutiérrez Vivó:
-Si te voy a dar la entrevista. ¿A qué hora quieres que llegue?.

Al día siguiente, a las ocho de la mañana, un auto gigantesco escoltado por coches de vigilancia y motociclistas arribaron al estudio de **Monitor**. El secretario de Estado fue entrevistado por Gutiérrez Vivó al aire. Ello permitió al titular del noticiario hablar al siguiente secretario y al siguiente y al siguiente¹⁰¹.

Guillermina Baena Paz en su libro Géneros Periodísticos Informativos presenta que la International Encyclopedia of Social Sciences define a la entrevista como una conversación con un propósito, los cuales pueden ser múltiples o variados. En este mismo contexto, se mencionan las definiciones de teóricos, tal es el caso de Hohenberg en el Periodista Profesional, quien dice que la entrevista es la principal fuente de noticias de índole altamente individual. La entrevista suele tomar un cariz inesperado, que, a veces, produce resultados sorprendentes. Son tan variadas y llenas de colorido como las personas que las conceden, y para su efecto depende de la habilidad periodística de aquellos que las hacen.

La entrevista ha sido un género que ha sabido explotar el noticiario, ya que la presencia y alcances del programa en las cúpulas del poder ha sido factor importante para conseguir casi cualquier entrevista.

¹⁰¹ Grupo InfoRed. Op.cit. Pág. 79

Un ejemplo de lo anterior, fue la entrevista al entonces Presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, quien al término de la firma del Tratado de Libre Comercio brindó su primera entrevista de prensa a **Monitor**, en el estudio móvil que previamente se había instalado junto al salón López Mateos de la Presidencia.

Dados los alcances obtenidos por el noticiario, diversos políticos han solicitado espacio en la transmisión para difundir sus puntos de vista. Tal fue el caso del mismo Salinas de Gortari, quien en su última visita al país en el mes de octubre, según en entrevista con Jorge Larrauri -Co-productor de **Monitor** de la Mañana-, "llamó un lunes, solicitándome hablar con el señor Gutiérrez con el fin de que se le hiciera una entrevista... el Señor Gutiérrez no estaba en el país, por lo que fue imposible ponerlo en contacto con él"¹⁰².

Algunas entrevistas dadas en el programa han coadyuvado a desnudar o aclarar una situación. Tal fue el caso de la entrevista realizada a Miguel Cavallo, exdirector de la compañía Renave*, quien -ese mismo día- el periódico Reforma publicó la verdadera identidad del funcionario y las acusaciones hechas por parte de la autoridad española -el Juez español Baltazar Garzón- contra él por tortura y genocidio contra miles de españoles durante la dictadura militar entre 1976 y 1983 en Argentina -periodo en el que era oficial de la Marina-.

El noticiario lo entrevistó antes de abordar el avión con destino a Argentina, poniendo al descubierto su posible fuga del país, a pesar de haber declarado al noticiario que sus intenciones de partir hacia su país natal eran para solicitar una carta de no adeudos judiciales.

¹⁰² Charla con Jorge Larrauri, Co-productor de Monitor de la Mañana 09 de noviembre 2000.

* Empresa concesionaria para llevar a cabo el Registro Nacional de Vehículos, hasta antes de la cancelación a dicha concesión, en el sexenio de Ernesto Zedillo Ponce de León.

El vuelo Mexico-Argentina que abordó hacía una escala en la Ciudad de Cancún, sitio en el que la Policía Federal Preventiva, a petición de la INTERPOL, lo detuvo para ser presentado ante las autoridades federales en la Ciudad de México y así responder sobre los cargos que se le atribuyen. Actualmente y una vez que las autoridades españolas hicieran una solicitud formal de extradición, las autoridades mexicanas estudian el caso para conceder tal petición.

José Gutiérrez Vivó al ser entrevistado por Abraham Zabudowsky en su noticiario "De la A a la Z" en Radio 13, comentó que la única entrevista que le había faltado realizar había sido al sub-comandante Marcos, "lo buscamos para invitarlo al estudio pero fue imposible que accediera, debido a la situación reinante en aquellos momentos", refiriéndose al estallido del conflicto en Chiapas.

En las constantes transmisiones internacionales JGV y su equipo han podido entrevistar a altos funcionarios de los diversos países que visitan y quienes son responsables, en esos momentos de los temas de su interés, ello con la ayuda intervención de los cancilleres mexicanos en el extranjero y/o representaciones de aquellos países en nuestro país.

Cabe señalar, y según con lo encontrado en el libro de Guillermina Baena Paz, para la realización de una buena entrevista se requiere de un entrevistador capaz y un entrevistado didáctico, dúctil, es necesario que el entrevistado sepa responder para que pueda existir una buena interacción; de ahí que el noticiario, en su mayoría, entreviste a los responsables directos de algún acontecimiento o acción –los portagonistas-.

2.3.2 Colaboradores y sus participaciones.

En 1978, el noticiario dio cabida al comentarista radiofónico. Entre las primeras personalidades que se contaron fue: Manuel Buendía, quien se encontró colaborando con **Monitor** hasta su muerte, Ernesto Julio Teissier, Julio A. Millán, Mauricio González de la Garza y Margarita Michelena.

Ernesto Julio Teissier, comentarista político, colaboró desde 1973 y hasta finales de los 80 con el noticiario. “La gente espera que alguien le diga la verdad... nosotros –comentaristas y periodistas- tenemos dos alternativas, una es hacer dinero o bien se dedica a cumplir su deber y hacerse respetar por la gente -hablando de políticos-, a pesar de ser golpeados y sacados del juego como me tocó”¹⁰³.

Comentarista, que a decir de José Gutiérrez es, responsable de la penetración, credibilidad y crecimiento del servicio **Monitor** en el ámbito del comentario político; “un hombre que para todos aquellos que lo escuchaban, de alguna manera, era la única voz en la radio que decía las cosas con los ‘pelos en la mano’, un hombre que tenía los conocimientos, la experiencia, el tamaño, la voz para expresar las cosas en un México en donde no se podía decir muchas cosas en contra del mundo de la política. Gracias a Ernesto Julio Teissier, Red y **Monitor** lograron dar enormes pasos dentro de la radio mexicana y la credibilidad del medio”¹⁰⁴, de la democracia y la libertad de expresión en este país y en los medios.

En México, “los asuntos económicos sólo se leían en los diarios, en las revistas, pero no solamente no se analizaban, no se explicaban y mucho menos se criticaban, **Monitor** creó para ello los espacios económicos”¹⁰⁵, evolucionando

¹⁰³ Aseveración de José Gutiérrez en el Programa “25 años en 25 horas”. 2 de septiembre de 1999. por Radio Red AM y FM

¹⁰⁴ JGV Ibidem.

¹⁰⁵ Ibid.

tiempo después como las mesas económicas, con algunos comentaristas de gran prestigio como el primero en hacerlo: El economista Julio A. Millán, Director de Consultores Internacionales.

Para este analista, el tratar los asuntos económicos en México era “casi un tabú, era un bien muy escaso en términos económicos y por eso, incluso, escandalizaba... Recuerdo que comenzamos hablar –a finales de la década de los setentas- del proceso de la atonía económica, de la económica ficción, hablábamos mucho de la economía subterránea, y la petrolización de la economía que vino después”¹⁰⁶.

En 1980, en **Monitor** se tuvieron las primeras participaciones del historiador Enrique Krauze. Para dicho personaje, el noticiario “no sólo ha acompañado el desarrollo político en México, el naciente progreso político de México, sino que ha sido un factor determinante en él... Tradicionalmente la vida política en México no pasaba por la radio y la televisión; en todo caso, tímidamente por las revistas y los periódicos.

“Fue **Monitor** quien empezó a abrir el espacio de lo que para todos los teóricos de la libertad y de la democracia es la libertad fundamental: la de expresión... La función de **Monitor** ha sido un factor determinante en la búsqueda de la libertad de expresión y de crítica”¹⁰⁷ radiofónica.

Los colaboradores pueden tener participaciones de comentario o bien invitados a participar en las constantes mesas de discusión y análisis.

Es difícil citar a todos los colaboradores que el programa ha tenido, pero algunos de ellos han sido y son:

¹⁰⁶ Julio A. Millan entrevistado por JGV en el Programa ibidem.

¹⁰⁷ Enrique Krauze ibidem.

Gloria Abella Armengol	Manuel Arrieta Akel.
Mario Borghino Ibarra.	José Luis Calva Téllez
Jorge G. Castañeda	Ignacio Catalán
Ernesto Cervera Gómez.	Guitell Chernitzki
Carlo Coccioli	Arrigo Coen Anitúa
José Antonio Crespo Mendoza	Lucía Chávez Piña
Nestor de Buen Lozano	Andrés de Luna Olivo
Rolando Díaz Loveing	Anilú Elías Paullada
Fátima Fernández Christlieb	Francisco Gil-Villegas Montiel
Arieh Goldberg	Mauricio González Gómez
Jaime González Graf	Mónica González Jiménez
Blanca González Rosas.	Juan Pablo González Sandoval
Victor Gordo	Luis Manuel Guerra Garduño
Ricardo Guerra Tejeda	María Elena Hoyo
Mauricio Jalife Daher.	Enrique Krauze
Pablo Latapí Sarre.	Alberto Lifshitz
Ignacio Marván Laborde	Jean Meyer
José Luis Morales Baltazar	Vicente Morales Villagran
Carlos Monsiváis	Miguel Olimón
Feggy Ostrosky	Luis Pazos
Sergio Peña	Ramón Pieza Rugarcía
Ugo Pippitone.	Enrique Quintana López
Rafael Ramírez Heredia.	Gabriel A. Regino
Iván Restrepo.	Patricia Rivera
Alejandro Rosas	Luis Rubio
Josúe Sáenz	Sara Sefchovich
Alva Senzek	Esther Shabot
Cecilia Soto	Paco Ignacio Taibo II
Pedro Tello Villagrán	Lázaro Tenorio

Alfredo Thorne

Isabel Turrent

Alfonso Zárate Flores

Raúl Trejo Delarbre

José Manuel Villalpando

*Lista realizada después de escuchar algunas participaciones de los mismos y como resultado de nuestra investigación. Muchos de los comentaristas y analistas han sido antes y después de sus participaciones en el noticiario personas de renombre en cada uno de sus rubros; incluso, algunos se han convertido, con el paso de los años, en secretarios de Estado y directores de gran prestigio, de ahí, su preparación tomada en cuenta para sus colaboraciones con el noticiario.

La salida de algunos de estos comentaristas de sus participaciones puede resumirse a las siguientes consecuencias:

1. Por adquirir cargos públicos.
2. Por manifestar inquietudes diferentes a las de los conductores, y principalmente, con José Gutiérrez Vivó.
3. Por difundir e ir en desacuerdo y discordancia de la línea editorial de la estación.
4. Al ser superados por otras personalidades, esto a consideración de la dirección de la empresa.

Para finales de 1999 **Monitor**, cuenta con "sesenta comentaristas"¹⁰⁸ en diversos temas.

¹⁰⁸ Grupo Infored. Ibidem. Pág.188.

2.3.3 Mesas Informativas

A través de los años el noticiario radiofónico introdujo un formato, poco usado o poco difundido por otros medios mexicanos pero muy conocidos por algunos internacionales como lo es la radio española que entre sus espacios informativos da cabida a las llamadas tertulias. Las tertulias son las mesas de discusión y debate.

El informativo noticioso comenzó a desmenuzar y analizar la información para su crítica, a pesar de que “la libertad de expresión era limitada, acotada y al paso de los años uno de los elementos que **Monitor** logró poner sobre el mapa, a base de muchos riesgos de empresa y personales, fue el combatir abiertamente a un sistema, hablar de errores y los excesos de un sistema político desde el ámbito radial. Creo que ahora –mediados de 1999- podemos pensar en que realmente ha desaparecido, casi en su totalidad, la censura oficial”¹⁰⁹.

A decir por José Gutiérrez Vivó, las mesas son producto de una reflexión, al darse cuenta de que “no había confrontación de ideas, que lo que una persona decía era la verdad absoluta. Y como el país se está volviendo plural, teníamos que volver plural el noticiario... de esta manera, **Monitor** introdujo las mesas a la radio de México, trayendo a los especialistas en diferentes temas para aportar mucho más a una noticia determinada”¹¹⁰. Así, el auditorio escucha dos o tres opiniones calificadas y saca sus propias conclusiones.

En el campo de la producción y programación, las transformaciones ocurridas en las últimas décadas del noticiario han estado encaminadas al incremento de la audiencia y su participación, que al fin de cuentas eso es lo que hace tener mejores ganancias.

¹⁰⁹ Elisa Robledo. El hombre que cambió la radio. Revista Época Pág. 58.

¹⁰⁹ Noticias Medcom. Ibidem. No. 37 Pág.27.

La incorporación de la información vial, entrevistas en un estudio móvil, las transmisiones fuera del estudio, las asesorías médicas, psicológicas y legales, así como la canalización de demandas a instituciones responsables, han sido factores fundamentales para la presencia e influencia de **Monitor** en las cúpulas del servicio público.

Temáticamente hablando, el programa no sólo abarca propuestas informativas, se ocupa de una multiplicidad de temas que vinculan tres problemáticas cruciales en la vida cualquier ciudadano: su experiencia con el gobierno de la ciudad (gestión de servicios, seguridad pública, corrupción, etc.), sus condiciones de vida (ecológica, medio ambiente) y una diversidad de asuntos ligados al ámbito de la emoción (salud, sexualidad, pareja, familia, alcoholismo, drogadicción, soledad, etcétera).

Monitor ha tenido gran cantidad de mesas tanto de análisis como de debates... ha sido el caso de la acontecida el 8 de marzo de 2000, en la que se encontraron presentes Lic. Jesús Silva Herzog del PRI, Santiago Creel del PAN y Andrés Manuel López Obrador del PRD, contendientes por la gobernatura del Distrito Federal. Los candidatos expusieron de manera abierta sus propuestas para combatir el desempleo y la inseguridad pública. Todo esto bajo la visión analítica del maestro Zárate Flores y la conducción de José Gutiérrez Vivó.

Después de dar un vistazo a los medios impresos, al día siguiente de la mesa de debate, algunos de los comentarios encontrados en las notas hacían referencia a lo manifestado por ellos en **Monitor**:

- Periódico Reforma:

“ahora si predominaron las propuestas. Los calificativos estuvieron por primera vez ausentes”.

- Periódico Novedades.

“A diferencia de los debates de los últimos días que derivaron en agresiones, los tres aspirantes a la jefatura de gobierno, expusieron soluciones concretas de manera cortés y respetuosa, en el noticiario **Monitor**”.

- Periódico El Universal.

“Entre los candidatos a la jefatura del Gobierno del D.F. se dio una tregua. El tono del encuentro sirvió hasta para hacer bromas en el programa radiofónico.”

Frente a las elecciones de Gobernador del Estado de México, el noticiario, en su emisión de la noche, abrió un espacio para que los candidatos a dicha gobernatura expusieran sus propuestas y existiera una apertura de comunicación entre los ciudadanos mexiquenses; el Lic. Montiel, candidato ganador de la contienda no aceptó la invitación. Sin embargo, el Sr. José Luis Durán del Partido Acción Nacional y el Sr. Higinio Martínez Miranda del Partido de la Revolución Democrática asistieron a cada espacio, confrontando sus ideales partidistas así como las formas y maneras de dirigir una gobernatura. Este ha sido un recurso muy utilizado por la mayoría de los medios radiofónicos, salpicando ya a la televisión.

Para José Gutiérrez Vivó, algunas de las características que han hecho del noticiario uno de los más escuchados es:

“La primera es que hacemos un servicio para el auditorio, esto es, le damos al público lo que demanda y lo que es útil. Además es muy importante la forma de decírselo; al ser nosotros un medio, necesitamos hacer un esfuerzo de

comunicación para que la información, que normalmente es compleja llegue al público y la entienda con rapidez, y que, a través de esta fórmula se convierta en un radioescucha que no puede vivir sin su noticiario, porque le dice la verdad y le explica a fondo en un nivel que le resulta comprensible. La tercera característica es nuestro estilo particular, porque estamos convencidos de que uno de los elementos básicos para tener éxito en esta actividad no es solamente tener la noticia, sino cómo se da... Puedo decir que 75 por ciento de la gente que ha trascendido en México, de alguna manera tuvimos la suerte de que colaboraran con nosotros en Red"¹¹¹.

Las diversas situaciones políticas que ha envuelto al país en los últimos años, sin duda, han obligado a replantear las actividades económicas; frente a ello, la Mesa Económica es un espacio de análisis de los principales –a consideración de Grupo Infored- hechos y temas económicos tanto nacionales como internacionales: el índice inflacionario, la calidad de vida de los ciudadanos, los impuestos, las tasas de interés, los problemas comerciales que afectan a México... entre muchos otros temas.

La Mesa Política que se reúne la mayoría de los miércoles –hasta principios del año 2001. -, es un espacio en el cual se debate, se estudia y se analizan, por parte de algunos comentaristas en la materia, los aspectos predominantes del poder político en el país. Uno de los frecuentes participantes es el Licenciado Jaime González Graf y el Maestro Alfonso Zarate.

El hablar de mesa, y no propiamente de un mueble, es hablar de mesas de estudios, análisis e incluso de debates, por parte de los invitados en las que manifiestan sus diversos puntos de vistas, los cuales una vez encontrados son generadores de discusión y con ello información suministrada al público para que

¹¹¹ Elisa Robledo. Op.cit. Pág. 58.

cada radioescucha saque sus conclusiones. Son mesas temáticas de los principales, a consideración del titular del programa y su equipo de producción, padecimientos de los individuos, familias, estados y país; política, económica y socialmente hablando.

Para Jorge G. Castañeda, actual Secretario de Relaciones Exteriores, y con anterioridad colaborador del noticiario, las mesas son un ejercicio muy enriquecedor para el público radioescucha; “más que la confrontación de puntos de vista y su pluralidad, el público radioescucha aprende algo muy importante y que no es muy común en México... uno puede cambiar de punto de vista sobre algo en función de lo que otros digan, otros quienes saben o tienen opiniones o elementos que uno no tiene”¹¹².

En opinión del Dr. Ernesto Lammoglia, conductor del programa radiofónico “Kelly, Lammoglia y la familia” que se transmite por Grupo Radio Fórmula, gracias a un programa de radio y su forma de hacer las cosas –**Monitor** y las mesas- “las ciencias de las conductas empezaron a desmitificarse, los mexicanos comenzaron a sentir a creer y a apreciar que todo aquello que pensaban y sentían tenían un valor; no sólo es lo económico, político y sociológico lo que cuenta.

“El convertir la información médica en noticia radiofónica mucho de la salud de los mexicanos empieza a cambiar, porque el mexicano se siente accesible a la información acerca de cómo cuidarse, como comprometerse con su vida, con su salud, con su familia y con sus emociones... Ésta es la virtud de las mesas de discusión de **Monitor**... aquí todos salimos aprendiendo algo más, aquí todos salimos aprendiendo algo de nosotros mismos”¹¹³.

¹¹² Aseveración de Jorge G. Castañeda en el Programa ibidem.

¹¹³ Opinión del Dr. Ernesto Lammoglia en el Programa ibidem.

Mientras tanto, en opinión del politólogo Jaime González Graf, las mesas han evolucionado de la siguiente manera y que apuntan su destino: de la información al análisis, a la opinión, a la controversia y al debate. "En mis primeras intervenciones en Radio Red, venía a dar información, el mundo de México estaba cerrado a la información política, uno veía venir al programa a esta mesa como la enorme oportunidad de poderle decir a los demás lo que uno observaba en la realidad política... venir era dar datos, a proporcionar información.

"Después comenzamos con el análisis, con el enorme temor a decir las cosas de manera abierta... algunos de nosotros nos hemos llevado los jalones de orejas por parte del Estado cuando decimos y escribimos algunas cosas... vimos cómo se nos restringía y censuraba la capacidad de poner en juego nuestra opinión a través de la radio.

"De la opinión pasamos a la controversia, cuando varios analistas nos juntamos en este espacio para discutir y debatir sobre un determinado tema. Las mesas tienen como destino el avanzar del debate, sin desaparecer, a la propuesta"¹¹⁴.

En opinión de este politólogo, Gutiérrez Vivó "es un fenómeno, como él no hay tal personaje en la radio" *, por los alcances y penetración que ha forjado a lo largo de sus años al frente de un servicio radiofónico de noticias.

2.3.4 Transmisiones a nivel Nacional e Internacional.

Para realizar alguna transmisión, tanto dentro como fuera del país los requerimientos son verdaderamente altos, por los aspectos técnicos y humanos a

¹¹⁴ Reflexión de Jaime González Graf en el Programa ibidem.

necesitarse, por el conformar el objetivo del viaje, la viabilidad de cubrir los altos costos de las producciones por parte de los patrocinadores y, más aún, las ganancias que pueden obtenerse.

Monitor comenzó a transmitir desde el extranjero a control remoto el 27 y 28 de septiembre de 1979, desde la ciudad de Nueva York. El presidente en turno José López Portillo habría de pronunciar un discurso en la Organización de las Naciones Unidas (ONU), en el que propondría un Plan Mundial de Energía; sin duda, oportunidad de proyección internacional para un país productor de petróleo cuyo cliente principal era su vecino del norte y momento justo en que el gobierno mexicano buscaba abrirse comercialmente a otros países, entre los que se encontraban Suecia, Francia, Japón, España; para la venta del principal energético.

En aquellos días, José Gutiérrez y Carlos Aparicio (ya como conductor de **Monitor** de medio día y Reportero) transmitieron el programa desde un edificio de las Naciones Unidas. El programa estuvo rodeado de las frases más importantes del discurso pronunciado por el entonces presidente, el análisis de aquellas aseveraciones y entrevistas realizadas tanto a funcionarios mexicanos como extranjeros.

Las transmisiones nacionales e internacionales que se consolidaron a partir de la primera no sólo se han gestando a partir de los momentos más importantes en la historia de cada continente, país o ciudad, sino informar al auditorio –desde su perspectiva- sobre la cultura, la vida social, la actividad económica y la política de diversas regiones.

* Aseveración de Jaime González Graf en breve charla sostenida con el autor de la presente tesis en la comida de fin de año de Grupo InfoRed, “Restaurante La Cava”, 10 de diciembre de 1999.

La segunda transmisión que llevó a cabo el equipo de **Monitor** fue, en el otoño de 1981, para cubrir el Diálogo Norte-Sur, en Cancún, donde dirigentes de 22 países del primer y tercer mundo habrían de reunirse para dialogar acerca de la situación del orden económico mundial.

El equipo del noticiario, hasta principio del 2001, ha tenido 47 transmisiones de programas especiales, incluidas las dos primeras emisiones, explicadas con anterioridad:

3. Desde Jerusalén: el 27 y 28 de marzo de 1985.
4. Desde Europa: 6-10 Madrid, 11-13 Londres, 15-17 Bruselas, 18-19 Bonn, 20-22 de junio de 1985 París.
5. Desde Kuwait: La Reunión de periodistas convocadas por las Naciones Unidas en Mayo de 1986.
6. Desde América: 7 y 8 Lima, 10-11 Buenos Aires, 14-15 Sao Paolo, 17-18 de Julio de 1986 Washington, D.C.
7. Desde Washington: La Reunión entre De la Madrid y Reagan el 13 y 14 de agosto de 1986.
8. Desde Asia: 1º-3 Tokio, 4-6 y 8 de diciembre de 1986 Pekín.
9. Desde Los Ángeles California: "El Mexicano que se fue" 19 y 20 de marzo de 1987.
10. Desde Acapulco Guerrero: La Cumbre Norte-Sur el 25-27 de noviembre de 1987.
11. Desde Europa: 30 y 31 de mayo y 1º Moscú, 2-3 Leningrado, 6-7 Helsinki, 9-10 de junio de 1988.
12. Desde Asia: 5-6 Singapur, 8-9 Hong Kong, 12-14 de septiembre de 1988 Seúl.
13. Desde Washington: "Las elecciones de E.U.A." 3 y 4 de noviembre de 1988.
14. Desde Tijuana, Baja California Norte: el 20 de febrero de 1989.
15. Desde París: 13 y 14 de julio, los "Doscientos años de la Revolución Francesa". "Reunión Cumbre en la capital de Francia". Desde Madrid: De los Felipes a

- Felipe González, la realidad histórica y actual de España, 17 y 18 de julio de 1989.
16. Desde Europa: "Las realidades de Europa del Este", día 5 en Berlín, 7 Praga, 9 Budapest, 12-13 Varsovia, 16-17 de marzo de 1990.
 17. Desde el Vaticano: "Todos los caminos llevan a Roma", 3 y 4 de mayo de 1990.
 18. Desde Japón y Australia: 18 y 19 Tokio, 22 y 23 de junio de 1990 Sydney.
 19. Desde Europa: 30 de abril y 1º Moscú, 6 y 7 de mayo de 1991 Berlín.
 20. Desde Sudamérica: 3 y 4 Lima, 6 y 7 Santiago de Chile, 10 y 11 Buenos Aires, 13 y 14 de junio de 1991 Río de Janeiro
 21. Desde Davos, Suiza: "Primer Foro Económico Mundial": 29 y 30 de enero, 1 y 2 de febrero de 1992.
 22. Desde Guadalajara, Jalisco: "La Cumbre de Hispanoamérica" 18 y 19 de julio de 1992.
 23. Desde los Estados Unidos de Norteamérica: "Las Elecciones" 3 y 4 de noviembre de 1992, Los Ángeles, Dallas, Houston y Little Rock.
 24. Desde Davos, Suiza: "2º Foro Económico Mundial", 28-30 de enero, 1º y 2 de febrero de 1993.
 25. Desde Europa: 29 y 30 de marzo en Moscú, 1º y 2 Barcelona, 3 de abril de 1993 en Roma.
 26. Desde Asia: 24 y 25 Seúl, 27 y 28 Pekín, 31 de mayo y 1º Kuala Lumpur, 3 y 4 de junio de 1993 Hong Kong y Cantón.
 27. Desde Mérida, Yucatán: "3ª visita de Su Santidad Juan Pablo II", 11 y 12 de agosto de 1993.
 28. Desde Asia: Diciembre de 1993 en Pekín y Tokio.
 29. Desde Davos, Suiza: "3er Foro Económico Mundial" 27, 29 y 31 de enero y 1º de febrero de 1994.
 30. Desde La Habana: "La verdadera Cuba", 24 y 25 de octubre de 1994.
 31. Desde Asia: 7 y 8 en Taipei y Taiwan, 10 y 11 en Bangkok y Tailandia, 14 en Yakarta e Indonesia y 16-18 de noviembre de 1994 en Singapur.

32. Desde San Cristobal de las Casas, Chiapas: "El levantamiento armado, conflicto chiapaneco" 16 y 17 de enero de 1995.
33. Desde Davos, Suiza: "4° Foro Económico Mundial". 2,3,6 y 7 de febrero de 1995.
34. Desde Guerrero: "Todo lo que está pasando en Guerrero", 27 de febrero de 1995.
35. Desde Santiago de Chile: "Recetas de Chile", en 13 y 14 de marzo de 1995.
36. Desde Ciudad Juárez y Chihuahua: "La frontera norte" 22 de mayo de 1995.
37. Desde Cancún: "Se nos fue el avión del turismo" en 26 y 27 de junio de 1995.
38. Desde Asia: "Conferencia Mundial sobre la Mujer y Regreso al futuro", 4 y 5 Pekín (Beijing), 7 y 8 de septiembre de 1995 en Tokio.
39. Desde Davos, Suiza: "5° Foro Económico Mundial" 26 – 28, 30 y 31 de enero de 1996.
40. Desde Turquía, Israel y Rusia: 3-7 Estambul, 10 y 11 Jerusalén, 13 y 14 de junio de 1996 Moscú.
41. Desde Davos, Suiza: "6° Foro Económico Mundial" 31 de enero de 1997.
42. Desde América Latina: 14 y 15 Caracas, 17 y 18 Bogotá, 21 y 22 Buenos Aires, 24 y 25 de abril de 1997 Sao Paolo.
43. Desde el oeste del país: "El huracán no ha terminado" 21 de octubre de 1997 Acapulco y Oaxaca.
44. Desde Asia: 10 y 11 Tokio, 13 y 14 Shangai, 17 y 18 Hong Kong, 20 y 21 de noviembre de 1997 Singapur.
45. Desde Davos, Suiza: "7° Foro Económico Mundial" 29-30 de enero, 1°-3 de febrero de 1998.
46. Desde Davos, Suiza: "8° Foro Económico Mundial" 28-30 de enero, 1 y 2 de febrero de 1999.
47. Desde Davos, Suiza: "9° Foro Económico Mundial" 28 30 de enero y 1 y 2 febrero 2000.

2.3.5 Información Vial

La complejidad de la vida cotidiana en la Ciudad de México ha convertido al automóvil en uno de los factores clave para el desarrollo y éxito de las actividades personales y profesionales que realizan todos los que habitan las grandes urbes. Trasladarse de un punto a otro, en diversos momentos del día y con los motivos más diversos, absorbe una cantidad de tiempo cada vez mayor. Muchos de los viajes se realizan en automóvil y, generalmente, sin más compañía que un aparato de radio.

La información del tráfico ciudadano se dio, por primera vez, a finales de los años 60, casi diez años antes de su aparición e Radio Red, con casi dos años de permanencia en algunas estaciones del grupo Radiópolis, ACIR y Organización Orfeón. Su desaparición se acentó, cuando las radiodifusoras no podían sostener los altos costos que implicaba la infraestructura del servicio. De hecho, la aparición y desaparición del servicio vial se dio antes de la compra de la frecuencia XERCN por parte de la familia Serna.

Para 1978, la información vial hace su aparición en el noticiario, para lo cual se llevó a cabo un convenio con la Asociación Mexicana de Automovilistas, a través de sus 44 unidades de aquel entonces. Poco tiempo después, la información también pudo ser proporcionada por los camiones de la red de distribuidoras de gas doméstico, quienes -a través de un equipo de comunicación móvil- reportaban los sucesos del tránsito encontrado a su paso.

Al interior de la compañía, el hablar del Ingeniero Jorge A. Olea es hacer mención de la información vial y policiaca. Él ha sido uno de los artífices en la creación del concepto Red Vial.

El primer helicóptero que se contó para proporcionar dicha información corrió a cargo del patrocinio de Petróleos Mexicanos que comenzó a funcionar desde 1979 y hasta 1981. Para los años venideros, la compañía alquiló una avioneta y su piloto para realizar tal inspección del tránsito y así poderla difundir, aunque haya sido de manera intermitente.

A la mitad de la década de los 80 la empresa, en aquel entonces RPM, adquirió el primer helicóptero. En 1986 compraron un helicóptero más, y con ello comenzaron los reportes viales con mayor frecuencia hasta que Manuel Camacho Solís, entonces regente de la Ciudad de México, acompañado por Clemente Serna Alvear, entonces Presidente de RPM y José Gutiérrez Vivó, inauguró el servicio de la "Red Vial" el 17 de febrero de 1992; integrada por cinco reporteros viales en motocicletas, dos helicópteros y una central de cómputo que, desde entonces, sirve para coordinar los reportes del tránsito ciudadano.

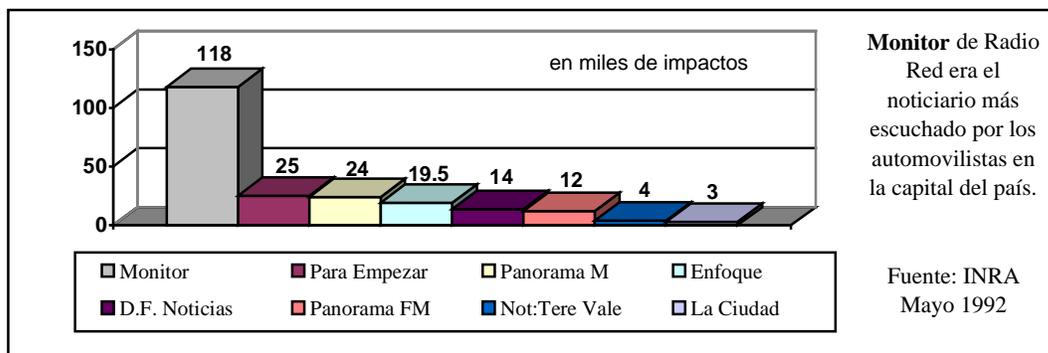
"Un estudio de la Asociación Nacional de Anunciantes de México realizado en enero de 1985 sobre las estaciones más sintonizadas por los conductores de vehículos particulares en la capital señala que en esa fecha la estación con mayor rating fue la XEW, que alcanzó 2.4, seguida por XEQR "Radio Centro" con 2., y XEPH con 1.8; XERED obtuvo 1.6 y XEABC y XEL 1.5 cada una"¹¹⁵.

La compañía ha sido la primera en conformar un equipo de reporteros especializados en la vialidad que proporciona desde aire y tierra dicha información.

El 31 de agosto de 1992 la compañía adquirió el tercer helicóptero destinado para la información vial.

¹¹⁵ Alva de la Selva. Op.cit. Pág.79.

Para mediados de 1992, **Monitor** se encontraba a la cabeza de todos los demás noticiarios escuchados por los automovilistas:



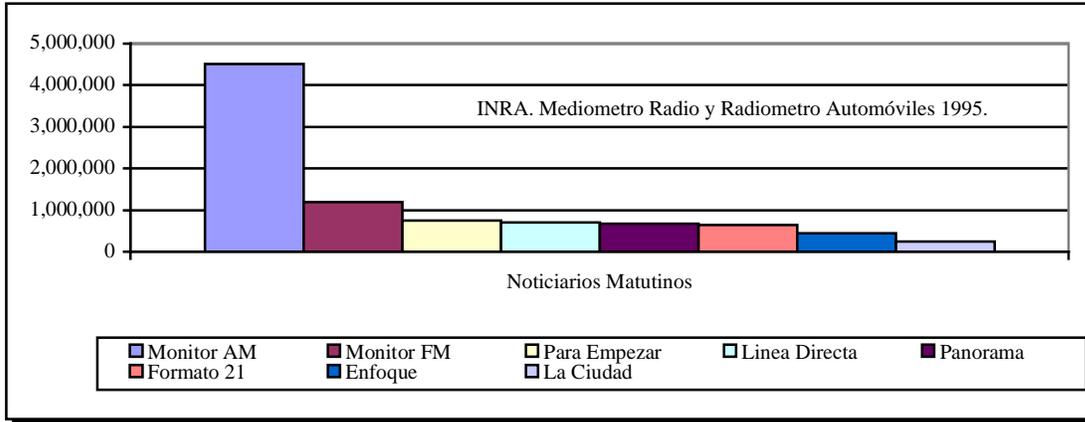
*Ninguno de los noticiarios anteriores, a excepción de **Monitor** proveía la información vial.

Para 1993, se integraron cinco reporteros más a la Red Vial, para hacer un total de diez "viales" –como son conocidos en la empresa-.

A raíz de que se introdujo a la radiodifusión mexicana este tipo de servicio, comenzaron a brotar equipos de reporteros que buscaron copiar y/o hacer lo suyo para su difusión. Entre los grupos radiofónicos que pretendieron dar este tipo de información fueron: Grupo Radio Centro y Grupo Radio Mil, entre los más destacados.

Dada la venta de las estaciones –Alfa Radio, Radio Red AM y FM- a Grupo Radio Centro en 1994-1995 los reporteros viales de Formato 21 se integraron a InfoRed, con lo que el equipo de reporteros en motocicletas se elevó a 16 elementos.

Para 1995, la presencia del noticiario en los automotores, según los datos estadísticos de INRA era la siguiente:



En 1997, se presentó la primera reportera vial en motocicleta. Actualmente, son 20 reporteros en moto que cubren la información del tránsito vehicular, de los cuales hasta ahora –año 2 mil- tres son mujeres.

El servicio de la Red Vial no sólo es la información que se proyecta en los "Monitores" y sus participaciones en los cortes comerciales a través de sus reportes viales, sino que ha ampliado su difusión en 12 estaciones más, así como el proveer de información a las asesoras viales de *RED -servicio que se explicará posteriormente- para la orientación vial por medio de la telefonía celular.

"La Radio es un negocio en movimiento", este fue el nombre de un estudio realizado por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM) en 1993 y en el cual se demostró la fuerte presencia que tiene la radio en los diferentes medios de transporte utilizados en la Ciudad de México.

A cuatro años de distancia, la ARVM presentó otra investigación en la que se incorporaba una nueva metodología que permitió conocer el impacto de la Radio. Este último estudio reveló lo siguiente.

"En el valle de México se desplazan diariamente 5 385,000 personas en automóviles. Mientras viajan en automóvil, el 61 % de las personas escuchan radio

Por tanto, los conductores de automóviles representan un mercado potencial muy importante para los más diversos productos y servicios, ya que son auditorios cautivos para la radio dado el tránsito de la ciudad.

El trabajo de investigación demostró que el 69% de los transportes de carga y el 85% de los colectivos, incluidos taxis, que circulan en el Valle de México cuentan con este medio de comunicación.

Por todo ello, la información vial ha tenido gran relevancia entre la información general, ha ocupado un importante espacio y atención por parte de los dueños de las empresas así como de los anunciantes.

Para uno de los reporteros sobresalientes de la Red Vial, como lo es Cesar Velázquez, “el crecimiento automovilístico de la ciudad, el profesionalismo para trabajar, el oportunismo y nuestro compromiso de servir, son las bases del éxito y penetración que la Red vial tiene en el público radioescucha y en los anunciantes, la prueba de ello son nuestros patrocinadores (TELCEL, AFASA VW, ASEGURADORA EL ÁGUILA, BANCO BITAL, GENERAL MOTORS, LLANTAS TORNELL, etc) quienes son empresas muy fuertes que saben en donde invertir su capital publicitario.”¹¹⁶

2.3.5.1 Compromiso y riesgo.

El político y presidente –en aquel entonces- del Comité Ejecutivo del PRI, Licenciado José Francisco Ruiz Massieu, fue asesinado el 28 de noviembre de 1994 al salir de un desayuno del hotel Casa Blanca, ubicado en calle la Fragua entre la avenida Reforma y Plaza de la República.

¹¹⁶ Conversación del autor de la tesis con Cesar Velázquez, reportero de la Red Vial desde 1992, en las Instalaciones de Infored, junio de 1998

Hilario Almaráz, reportero vial desde 1993, al encontrarse en esos momentos muy cerca del lugar ganó la nota, frente a otros medios de comunicación e incluso se trasladó a bordo de la ambulancia que transportaba al político a un hospital. En conversación sostenida con el autor de la presente investigación el reportero comentó: “Fue muy comentado por todos los ámbitos este asesinato y la manera en que fue cubierta la noticia por mi parte, esto me dio aliento para seguir esforzándome día con día, tratando de ser siempre el mejor, el primero en ganar las notas”¹¹⁷.

El 27 de Julio de 2000, **Monitor** en su emisión Tarde Noche transmitió la información acerca de un operativo policiaco que se llevó acabo en la zona de Tepito. El enviado a cubrir la información fue el reportero de la red vial Iván Macías, quien inició su reporte con una entrevista en exclusiva, desde el lugar, al Jefe de Seguridad Pública de aquel sector.

Esta persona comenzó a explicar que el motivo de aquella movilización policiaca era por la venta de droga en dicha zona. Antes de que el entrevistado terminara de hablar se desató una balacera que puso en peligro la vida de las personas que ahí se encontraban.

Durante el tiroteo, el Jefe del sector recibió un impacto de bala al tratar de cubrirse para repelar la agresión, y esto fue, porque la entrevista se estaba dando en medio de un estacionamiento, siendo un campo abierto para los tiradores que desde una azotea comenzaron a descargar sus armas contra ellos.

El Ingeniero Jorge A. Olea manifestó, en entrevista con la revista interna de la compañía que: “Algunas veces acudimos a sitios donde hay una tragedia y, con

¹¹⁷ Conversación del autor de la tesis con Hilario Almaráz, reportero de la Red Vial desde 1993, Op.cit. mayo de 1998.

autorización de nuestra empresa, nos involucramos en otras tareas como trasladar a hospitales de emergencia en nuestro helicóptero a personas lesionadas. Por ejemplo en una ocasión en la que hubo un problema de intoxicación en la Academia de Policía dimos el apoyo llevando a tres o cuatro estudiantes al hospital Darío Fernández del ISSSTE. Entonces en una u otra forma, a parte de brindar información vial, ayudamos a la gente que así lo requiere en caso de accidente"¹¹⁸

Para Carlos Joaquín, Coordinador del turno matutino y fundador de la Red Vial, "el servicio no goza de privilegios ante ninguna autoridad. Sin embargo, la rápida respuesta que se obtiene –por parte del equipo de la Red Vial- es lo que ha permitido tener presencia, credibilidad y sobretodo las puertas abiertas para la obtención de una mejor información. Cabe comentar que la Red Vial en muchos de los casos que son reportados a las autoridades llegamos antes que ella".

Un ejemplo de ello, fue el asesinato del magistrado Abraham Polo Uscanga ocurrido en 1995; la Red Vial fue el primer medio de comunicación en dar la noticia y transmitir desde el lugar, a través de uno de sus reporteros, quien describió la escena del crimen, ya que unos minutos después la policía –a su llegada- acordonó el departamento (despacho) para no permitir la entrada a ningún reportero.

La tarea fundamental del Ingeniero Jorge Olea es dar la información vial desde los aires; es el primer reportero en llegar e informar la situación reinante tanto de algún accidente como de su afectación al tránsito. En muchas ocasiones, el Ingeniero Olea ha tenido que descender del helicóptero para recabar información.

Un claro ejemplo de ello, ha sido las explosiones de los coches pipa (que en menos de tres años han ocurrido dos) y los innumerables choques en la autopista

¹¹⁸ "Un nuevo Servicio Nocturno de la Red Vial". Noviembre 1994. Noticias RED Número 35. Pág.14.

México-Puebla y México-Querétaro. Cabe mencionar, que él es el único reportero con autorización por parte de la Dirección General de la compañía para emitir opiniones frente al papel de las autoridades en materia de seguridad.

2.3.6 Información cada hora.

Los Metropolitanos es la evolución de los Radio Reportes que tuvieron también su nacimiento en lo que fue Radio Programas de México.

El Concepto transformado, principalmente por su cobertura informativa y su presencia cada hora, nació en el mes de abril de 1989 bajo la coordinación del Lic. Alfonso Gómez Herrera; desde entonces, son transmitidos los 365 días del año, en la frecuencia XERED "Radio Red".

Los resúmenes Metropolitanos son meramente informativos y abarcan la información más relevante tanto nacional como internacional. "Para su realización se cuenta con más de 200 personas entre reporteros de información general, reporteros viales e internacionales, y equipo de producción"¹¹⁹.

Dicho concepto informativo de cada hora es utilizado por la mayoría de los grupos radiofónicos en sus emisoras. La principal ventaja competitiva que existe en este tipo de espacios es la cobertura que pueda tener el servicio.

La compañía InfoRed no es la única que brinda ésta asistencia, Grupo Radio Fórmula, Grupo Radio Centro, Grupo Acir y Nucleo Radio Mil son algunos de los que dan dicho espacio informativo. La diferencia entre cada uno de ellos radica en la capacidad de cobertura que pueden tener cada uno de los grupos, ya que en

¹¹⁹ Resumen de Noticias metropolitanas. <http://www.infored.com.mx/metropolitano/html/metointro.html>.

algunos se presentan una o dos notas, mientras que en otros presentan cinco, seis o siete notas con intervenciones en vivo de reporteros generales, viales, nacionales e internacionales.

2.3.7 Avances Informativos.

A lo largo de la madrugada existen Avances Informativos además de los Metropolitanos; dichos avances son transmitidos cada media hora a partir de la 01:30 y hasta las 05:30, y son semejantes a la información proporcionada cada hora. La temática a informar es general.

2.3.8 Monitor en los deportes.

La presencia de **Monitor** en los deportes no ha sido tan relevante como lo es en las noticias de otros géneros, a pesar de haber contado con uno de los mejores conductores radiofónicos.

Antes de iniciar con la actividad deportiva dentro de los espacios del noticiario, cabe señalar que en Radio Red, han existido diversos programas dedicados a los deportes, tanto en su conjunto de manera individual. Ángel Díaz de León conducía Por el mundo de los Toros y el deporte en el que además de la información sobre el tema, realizaba entrevistas con figuras del medio; Por su parte, Alberto Cardeña Z. conducía Gigantes del deporte, un programa ameno donde se narraban anécdotas del deporte de todos los tiempos. El propio coordinador de los espacios deportivos en Monitor comenzó con una serie de programas dedicados al comentario e información deportiva, como lo fueron: Estrella deportiva y Análisis deportivo.

Puede manifestarse que la vida deportiva en la historia de **Monitor** comenzó propiamente a principios de los años 80, bajo la coordinación de Miguel Aguirre Castellanos.

Pero ¿quién era él?: nació el 16 de junio de 1941, en la ciudad de México. Realizó sus estudios hasta la preparatoria.

En el mes de julio de 1958, ingresó al diario Esto, donde se encargó de las crónicas de los juegos de la segunda división, y la información diaria de la Federación Mexicana de Fútbol, desde el viejo edificio en Abraham González.

En 1959, ingresó como redactor deportivo en la segunda edición de Últimas Noticias de Excélsior, que dirigía Don Enrique Borrego. En marzo de 1960, Don Manuel Seyde lo invitó a participar como redactor, en la sección deportiva de Excélsior.

En 1965, fue designado Jefe de la Plana Deportiva de la primera edición de Últimas Noticias de Excélsior. En 1966 participó en la fundación de Lunes de Excélsior y en enero de 1972 el señor Julio Scherer García, Director general del mencionado diario, lo nombra Jefe de la Sección Deportiva de este diario, reemplazando a Don Manuel Seyde, su maestro.

En agosto de 1976, deja Excélsior para ingresar después a "El diario de México", donde ocupó las jefaturas de las secciones deportiva internacional y policiaca. Para marzo de 1977, ocupó el cargo de Director del Diario Ovaciones. En mayo de 1982, se convierte en columnista de la sección deportiva de El Universal Gráfico. Dos años después fue nombrado Jefe de la Sección Deportiva de la Agencia Mexicana de Noticias: Notimex.

El 7 de septiembre de 1981, ingresó a Radio Programas de México y en compañía de Ricardo Torres iniciaron en Radio Red el programa Estrella Deportiva, que se transmitía diariamente a las ocho de la noche.

Dentro de este programa, tuvo mucha aceptación la serie de reportajes especiales desde la ciudad de los Angeles, con el famoso pitcher mexicano Fernando Valenzuela.

En junio y julio de 1982, transmitió desde distintos puntos de España, los perfiles más interesantes del Campeonato Mundial de Fútbol, suministrando información a los Monitores además del programa Estrella Deportiva.

El 8 de septiembre de 1983, fue contratado para hacerse cargo de los comentarios deportivos en las tres emisiones de **Monitor**.

El 16 de octubre de 1983, inició en Radio Red el programa dominical Análisis deportivo de la RED, que se transmitía de nueve a once de la mañana.

Miguel Aguirre Castellanos y su equipo de colaboradores: Ricardo Torres, Jesús García Sandoval, Leopoldo González y Daniel Esparza condujeron varios programas en Radio Red:

Al Aire Libre, Desayuno con las Figuras del Deporte, Pulso Deportivo, La Red Deportiva del Sábado, La Red Deportiva Dominical.

Miguel Aguirre fue un decidido impulsor del alpinismo, de los deportistas que él bautizó como plusválidos y del fútbol amateur. *"Gracias no sólo por llamarme plusválida, gracias por atreverte a conocernos y gritas a los cuatro vientos cuánto valemos y podemos"**

* Comentario de "Paty", joven con ceguera. Boletín Infored Edición Especial. "Miguel Aguirre Castellanos" 30 Marzo de 1999.

Entre los principales eventos cubiertos por Miguel Aguirre como reportero, figuran los mundiales de fútbol desde Chile 1962 hasta Francia 1998, y cuyas experiencias fueron plasmadas en un libro que escribiera en 1998: Los Mundiales, La Fantasía del Siglo. Cubrió los eventos más importantes del ciclismo Internacional de 1964 a 1998, así como los Juegos Olímpicos desde México 1968 hasta Atlanta 1996. Los acontecimientos deportivos de mayor relevancia ocurridos a partir del verano de 1981 fueron cubiertos por él y su equipo para **Monitor** y Radio Red hasta el 22 de mayo de 1999, día de su muerte.

En alusión a su deceso, se llevó a cabo una misa transmitida a través de **Monitor** de la noche y un programa especial realizado el domingo 30 de mayo en la Red Deportiva Dominical.

El 24 de Junio de 1999, el comité directivo de la empresa InfoRed, encabezado por la Licenciada Alicia Ibargüengoitia, además de JGV, informaba a la familia del desaparecido Miguel Aguirre Castellanos la decisión de la empresa para denominar al estudio móvil con su nombre.

El equipo que encabezaba siguió con la transmisión de la información deportiva, a pesar de no tener los mismos alcances; ya que sus colaboradores eran más reporteros que comentaristas.

La cobertura de los últimos Juegos Olímpicos del siglo, en la ciudad de Sydney, Australia, realizada por el equipo de deportes fue poco relevante. La transmisión estuvo permeada por fallas en la producción, transmisión y la falta de preparación periodística de algunos integrantes del propio equipo.

Durante la jornada olímpica, la radiodifusión mexicana quiso ser objeto de una transformación gremial, ya que Televisa Radio informaba la compra accionaria

de Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio), dos grupos radiofónicos con gran importancia y presencia radial. Sin embargo, dicha transacción debía estar ser aprobada por la Comisión Nacional de Competencia. Resolución que, para principios del mes de diciembre, fue decretada como no posible, ya que se veían prácticas monopólicas por parte del Grupo Televisa.

Grupo ACIR había albergado el programa “Los protagonistas en vivo” conducido por José Ramón Fernández*, desde 1990. Dada la posible fusión entre ambos grupos, el conductor de dicho programa deportivo, quien no comulga con la empresa Televisa y sus formas de hacer las cosas, preveía su eminente salida de las filas de la familia Ibarra (propietarios de ACIR). Dada tal situación, Grupo InfoRed aprovechó para hacer extensiva su oferta a Fernández para proveer sus servicios, a lo que aceptó.

José Ramón Fernández y parte de su equipo de los protagonistas se integraron a Grupo InfoRed, a partir del 15 de febrero de 2001. Este acto, con el posicionamiento de los mismos en su nueva etapa, coadyuvará con el noticiario y la empresa para fortalecer el rating y las percepciones económicas.

El compaginar a lo mejor en información deportiva con lo mejor en noticias, será un atractivo para el mercado publicitario. Fusión o estrategia mediática que dará mucho de qué hablar y será, por supuesto, un tema relevante para algún trabajo de investigación venidera.

* José Ramón Fernández es uno de los comentaristas deportivos en televisión con alto índice de rating y credibilidad.

2.4 Monitor como Sistema de Servicios

El noticiario ha conformado una red de servicios, que, de alguna manera, se han compaginado con los intereses del noticiario –servicio informativo- para el público en general, con el fin de ayudarlos en sus necesidades personales y comunitarias. Estos se han denominado de la siguiente manera:

- **Monitor** su contacto
- **Monitor** su salud
- **Monitor** su solución
- **Monitor** en su celular
- * RED

2.4.1 Monitor Su Contacto.

En 1978, **Monitor** ofreció dar seguimiento a las quejas que la ciudadanía manifestaba en sus llamadas. De este paso, siguió la modalidad de ampliar el contacto con las instancias oficiales, es decir, en poner ante las autoridades las quejas que son reportadas a los teléfonos del noticiario por parte de la ciudadanía. El servicio personalizado en un principio se le denominó “ServiRed Su Contacto” y en su última etapa cambió su nombre por **Monitor** Su Contacto.

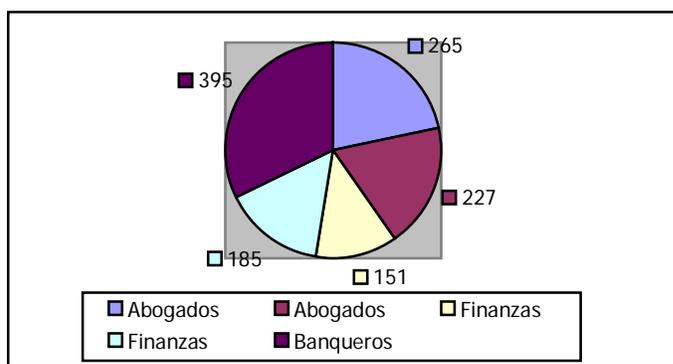
“ServiRed, su contacto” nace como una alternativa para dar respuesta a diversas necesidades de millares de personas del Distrito Federal y la zona conurbada, quienes planteaban demandas –y lo siguen haciendo- a las diversas dependencias del gobierno de la ciudad, en materia de orientación, asesoría y

servicios. "así 'ServiRed, su contacto', se establece como una respuesta de confianza, credibilidad y preferencia del público radioescucha de la Red"¹²⁰.

En aquellos tiempos, mediados de los 80, el servicio se proporcionaba de tres maneras: por vía telefónica, por fax y a través de la Unidad Móvil que diariamente se ubicaba en diversos puntos del área metropolitana, llevando siempre un especialista en los temas que más afectaban a la ciudadanía.

"ServiRed, Su Contacto" entre 1997 y 1998 cambió a "**Monitor** Su Contacto", con lo que la gente pudo identificar aún más el servicio personalizado que se proporcionaba.

Por mencionar algunos datos: "**Monitor** Su Contacto" en la última semana del mes de marzo de 1999 alcanzó 1223 llamadas de los radioescuchas para consultar y ser asesorados por los diversos especialistas que estuvieron en turno:



Fuente: Boletín Informativo de InfoRed marzo 1999. Número 60.

Cecilia Vargas, responsable del servicio y con una antigüedad de poco más de 25 años en la empresa, manifestó: "Un día llegue a mi casa y me di cuenta que había una fuga de agua en el edificio. Como no tengo en casa los teléfonos para

¹²⁰ "InfoRed. ServiRed, Su Conacto". Revista Medcom. Número 37. Enero 1995. Pág. 14.

reportar estas anomalías, llamé a 'Locatel' para ver si podían ayudarme, y le pregunte al operador. ¿Señor cree que sea necesario reportar la fuga a la Dirección General de Construcción y Operación Hidráulica?... él me contestó: no señora, yo le recomiendo que mejor lo reporte a Monitor Su contacto... me quede callada, pero por dentro me moría de la risa"¹²¹.

2.4.2 Monitor Su Salud

Este es un servicio que consistía en brindar orientación en materia de salud tanto física o emocional, proporcionada por médicos especialistas y psicológicos.

El horario de atención era de 5:45 a 10:00am.

2.4.3 Monitor Su Solución.

Servicio cuya finalidad era la orientación en tareas e información a niños de primaria, secundaria y educación especial apoyándoles a través de 12 maestros de diferentes especialidades y certificados por la Secretaría de Educación Pública.

El horario de atención era de 17:00 a 21:00 hrs.

"No resolvíamos las tareas de los niños, sino que los orientábamos a encontrar la información y en algunos casos se la proporcionábamos de la biblioteca que pudimos consagrar. El servicio era total y absolutamente personalizado, un maestro para cada llamada"¹²².

¹²¹ Boletín Informativo. "Cecilia Vargas" _ Grupo InfoRed. Marzo 1999. Número 60

Estos últimos dos servicios han tenido una suspensión debido al cambio físico de las instalaciones que se dio durante 1999 y primer trimestre del 2000 de la empresa. Ahora, una vez que ya se reanudaron las actividades en las nuevas oficinas, dichos servicios no se han reanudado debido a la revalorización de cada concepto.

2.4.4 Monitor en su celular.

Para las elecciones históricas de México acontecidas el dos de Julio el noticiario habilitó una nueva forma de difundirse, una nueva forma de tener alcance y presencia, esto fue a través de la telefonía celular, desde la cual uno podía consultar la información más actual hasta los momentos de cada consulta. Era algo así como una contestadora que lo ponía al tanto.

2.4.5 *RED.

Los problemas de Tránsito que presenta diariamente nuestra gran ciudad, además de las ganancias que se pudieran obtener, generaron el servicio *RED de InfoRed y Telcel.

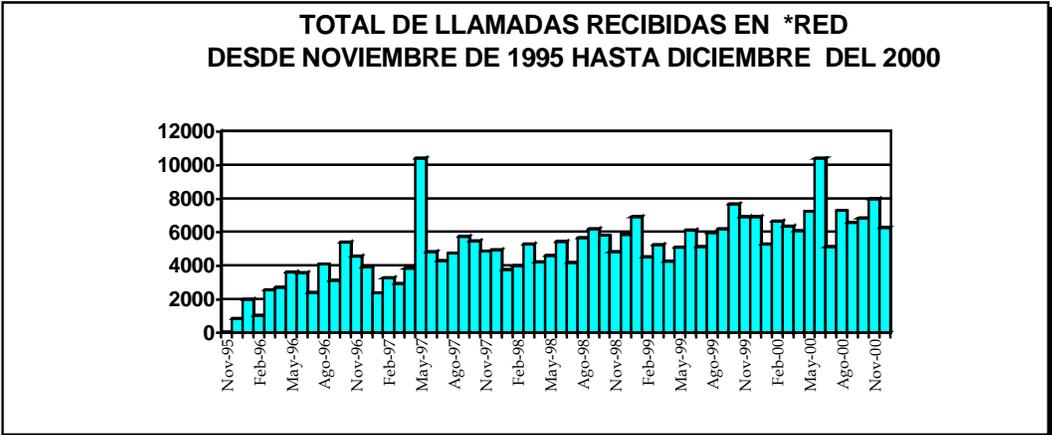
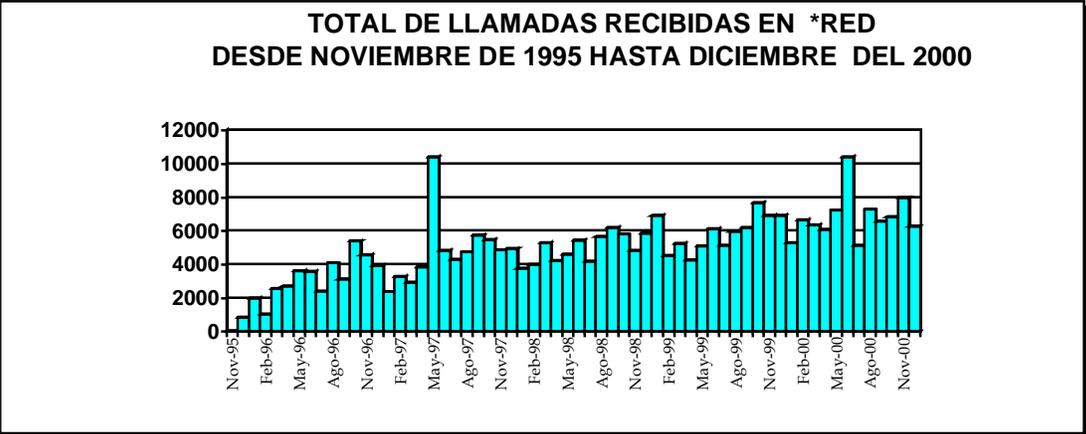
Es un servicio que Grupo InfoRed ha venido 1° de noviembre de 1995, con la finalidad de ofrecer rutas de vialidad alternas para los usuarios de Telcel, quienes con sólo marcar desde su celular * 733 reciben el servicio de orientación vehicular.

¹²² Comentario sostenido en breve charla con el autor de la tesis por el Sr. Jorge Pacheco, Auxiliar del Servicio Monitor Su Solución. Diciembre de 2000.

Con el paso del tiempo el servicio fue ampliando su cobertura y orientación a servicios alternos tales como: teléfonos de emergencias, de restaurantes, bares, hospitales, llamadas de emergencias, asaltos, personas atropelladas, extraviadas, choques, volcaduras, incendio de autos y forestales, entre otra información que es requerida y proporcionada por los mismos usuarios.

Los acontecimientos ciudadanos en materia de caos que presenta la urbe capitalina han dado lugar al incremento de llamadas y minutos registrados en * 733.

Según con los datos investigados: De noviembre de 1995 a Septiembre de 2000 se recibieron poco más de 289 mil 821 llamadas y 525 mil 573 minutos.



*fuente: "Informe Mensual (noviembre de 2000) que provee el área de *RED a la Dirección General de Información.

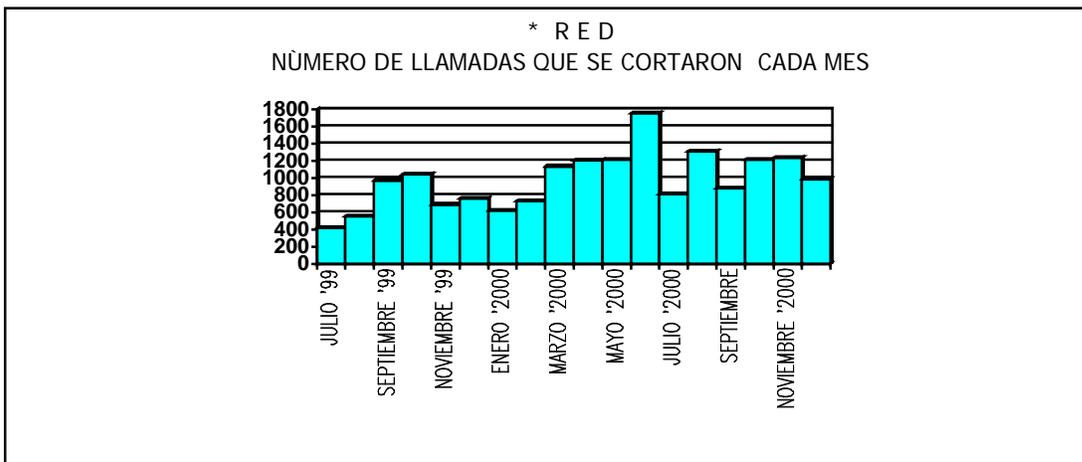
Los bloqueos, días de contingencia, marchas, lluvias, incendios, sismos, e incluso erupciones (como las del Popocatepetl), son situaciones que contribuyen al incremento o decremento de llamadas. Para Lorena Flores, asesora vial, el servicio ofrecido "proporciona tranquilidad, veracidad y menor estrés en las personas que solicitan la orientación"¹²³.

*RED está conformado por cuatro asesoras viales, divididas en dos turnos, que son abastecidas de información vehicular por parte de la Red Vial.

Semanalmente, se reciben un promedio de 2 mil llamadas, dato que puede variar más-menos dependiendo de la situación vial que haya presentado en la semana. En materia de minutos, se contabiliza de 3 mil a 4 mil aproximadamente.

Uno de los principales problemas que ha enfrentado *RED es la calidad de la señal celular, ya que la falta y mala recepción han provocado índices considerables de llamadas perdidas, afectación que quizá no perjudica en términos monetarios pero sí en la calidad del servicio.

¹²³ Comentario de Lorena Flores, asesora vial desde el inicio del servicio. 15 de diciembre de 2000.



“Nuestra principal característica es la veracidad y credibilidad que hemos podido consagrar. La información que proveemos está debidamente fundamentada en la Red Vial, Cruz Roja, CAPUFE, Casetas, Secretaria de Turismos, Policía Federal de Caminos, entre muchas otras fuentes de información”¹²⁴.

La calidad de este servicio no es el más idóneo, ya que en diversas ocasiones se ha podido captar la falta de conocimiento por parte de algunas de las asesoras viales que en lugar de orientar desorientan a diestra y siniestra, aseveración con base en una investigación realizada para calificar la eficiencia y calidad del servicio, llevada a cabo entre los meses de diciembre del 2000 y enero de 2001 por parte del autor de la tesis, y con una frecuencia de seis llamadas por semana, tanto en la mañana y tarde, durante 4 semanas.

¹²⁴ Ibid.

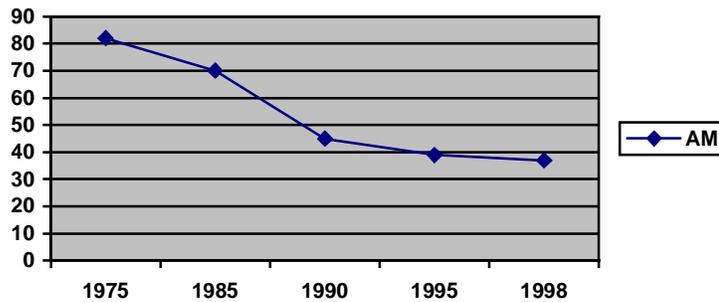
Capítulo III. Competidores Radiales.

Como se ha comentado con anterioridad, el noticiario **Monitor** es el programa noticioso de larga duración con mayor número de años que ningún otro en la radiodifusión Mexicana, así como uno de los 10 programas con mayor tiempo en el cuadrante radial.

Para 1998, en la radio del Valle de México, se podían escuchar 22 noticiarios, transmitidos a través de 33 frecuencias; 11 de ellos eran transmitidos tanto en la banda de Amplitud Modulada como de Frecuencia Modulada:

1. **Monitor.**
2. Para Empezar.
3. Enfoque.
4. Cúpula Empresarial.
5. Detrás de la Noticia.
6. Panorama Informativo.
7. José Cárdenas Informa.
8. Eduardo Ruiz Healy.
9. López Dóriga.
10. Radio UNAM informa.
11. Antena Radio.

La transmisión simultánea de bandas por parte de estos noticiarios ha sido en respuesta a que de 1975 a 1998 la banda de AM ha descendido en un 50% de radioescuchas, sólo basta observar la siguiente tabla:



*Fuente: Una Historia que sí suena. ARVM. Pág. 296.

De acuerdo con los datos publicados por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, las preferencias informativas las comparte tanto los hombres como las mujeres, pertenecientes a los niveles socioeconómicos:

- A/B con un 35 %
- C con un 29%
- D con un 36%

Por su naturaleza -el sonido-, la radio permite ser más escuchado en las mañanas que en el resto del día, "el horario matutino es el preferido por los radioescuchas de los noticiarios, al contar con 69% de la audiencia, frente al vespertino que alcanza 17%, seguido del horario de la noche con 14%"¹²⁵.

La participación del público radioescucha a través de los diferentes canales como lo es el teléfono, fax, correo postal y el e-mail, se ha convertido en un elemento que da fortaleza a la radio como verdadero medio de comunicación. La estructura, el lenguaje, el fondo y su forma de los noticiarios han generado que sus tendencias se enriquezcan cada vez más de este elemento. De ahí, que no estemos muy lejos para escuchar la radio, meramente, de servicio.

¹²⁵ ARVM. Una Historia que sí suena. Pág. 259

La credibilidad y confianza que un radioescucha da al noticiario de su preferencia es factor fundamental para el incremento de su rating y penetración, pues entre más radioescuchas tenga mayor será su penetración tanto social como en las cúpulas del poder.

A lo largo de poco más de 26 años la oferta noticiosa ha surgido “al por mayor”, y en palabras de Martín Espinoza*, no se descarta la proliferación de los noticiarios en el cuadrante con el fin de contrarrestar la presencia y captación de radioescuchas que **Monitor** ha tenido. “no dudo que haya –hasta antes de la caída del Partido Revolucionario Institucional del poder en México- un sustento del aparato gubernamental para la proliferación de los noticiarios”¹²⁶.

Según con los datos manifestados en el libro Volver a los Medios. De la crítica a la Ética de Raúl Trejo Delarbre, y a decir por el autor del mismo: “**Monitor** tiene más de la mitad de la audiencia matutina en la zona metropolitana de la Ciudad de México. Eso significa, según algunas estimaciones, cuatro o cinco millones de personas todos los días”¹²⁷. Asimismo, en dicha publicación el autor hace referencia a lo publicado por Ciro Gómez Leyva, “Los Días de la Radio”, en Reforma, México, lunes 3 de octubre de 1994:

Noticiario	Estación	Conductor	INRA	NIELSEN
Monitor	Radio Red*	José Gutiérrez V.	19.7	3.46
Para Empezar	Stereorey	Pedro Ferriz de Con	1.0	0.48
Panorama	Acir*	José Cárdenas	4.3	0.36
Buenos Días	XEDF-FM	Guillermo Ochoa	3.2	n.d.
Línea Directa	XEDF-AM	Eduardo Ruiz Healy	2.9	0.36

* Titular del noticiario **Monitor** de Medio Día y Coordinador de Información.

¹²⁶ Aseveración de Martín Espinoza el 8 de diciembre de 2000, en charla sostenida en la comida de fin de año de Grupo InfoRed.

¹²⁷ Raúl Trejo Delarbre. Volver a los Medios de la Crítica a la Ética. Ed. Cal y Arena, México 1997. Pág.234.

Perfiles de la Noticia	R-790	J.M.Navejera / F.Prieto	1.2	0.29
Fórmula Financiera	R.Fórmula	Oscar M.Beteta	1.2	n.d.
Enfoque	Stereo 100	Enrique Quintana	0.6	0.22
Formato-21	F-21	Varios	0.5	n.d.

*noticieros transmitidos en AM y FM

INRA: rating promedio de las seis a las nueve de la mañana, de lunes a viernes en julio de 1994.

NIELSEN: rating en enero y febrero de 1994.

Aunque se ha mencionado con anterioridad a la empresa INRA (International Research México, S.A de C.V.) y se le ha citado por sus estudios de niveles de audiencia, es preciso hacer mención que el Mediometro INRA, como así le llama, es un estudio de carácter cuantitativo que investiga las audiencias de la Radio, en el que se emplean "las más avanzadas técnicas de estadísticas y la experiencia acumulada de años, bajo un constante análisis de los estratos socioeconómicos y la distribución geográfica en el Área Metropolitana del Valle de México"¹²⁸.

Los datos que son presentados en el Mediometro son basados en entrevistas personales aplicadas de acuerdo a una selección de perfiles sociodemográficos en determinada ubicación.

Con base en los últimos datos del año 2000 –noviembre- manifestados por la empresa INRA, y sustentados en el conteo de 1995 y proyectados a 1999 por parte del INEGI, el rating de las estaciones más escuchadas en el área metropolitana y sus 17 municipios conurbados* está diversificado de la siguiente manera:

¹²⁸ Mediometro Radio, Integramedios Cd. De México. INRA. Noviembre 2000. Pág. 3

* El Universo del MEDIOMETRO INRA, esta conformado por personas mayores de ocho años que viven en el Distrito Federal y en los treinta municipios conurbados del Estado de México: Acolman, Atizapan de

En **Amplitud Modulada** de Lunes a Viernes de 7 a 20 hrs.

Audiencia Global.

Frecuencia	Sintonía	Rating	Personas	Share	Grupo
XERFR-AM	970	1.21	171,521	4.53	ORF
XERED-AM	1110	0.86	121,595	3.21	GRC
XERC-AM	790	0.62	88,264	2.33	GRC
XEDF-AM	1500	0.52	73,468	1.94	ORF
XEAI-AM	1470	0.35	49,945	1.32	ORF

Audiencia Mediometro-Radio

Frecuencia	Sintonía	Rating	Personas	Share	Grupo
XERFR-AM	970	1.056	149,279	5.23	ORF
XERED-AM	1110	0.679	096,049	3.36	GRC
XERC-AM	790	0.542	76,590	2.68	GRC
XEDF-AM	1500	0.430	60,834	2.13	ORF
XEAI-AM	1470	0.320	45,210	1.58	ORF

Audiencia Radio Automóviles.

Frecuencia	Sintonía	Rating	Conductor	Personas	Share	Grupo
XERED-AM	1110	1.760	12,165	25,546	2.73	GRC
XERFR-AM	970	1.532	10,591	22,242	2.38	ORF
XEPH-AM	590	1.265	08,743	18,360	1.97	NRM
XECMQ-AM	1150	0.957	06,617	13,896	1.49	GRC
XEDF-AM	1500	0.870	06,016	12,634	1.35	ORF

Zaragoza, Coacalco, Cuautitlan, Cuautitlan Izcalli, Chalco, Chiautla, Chicoloapan, Chinconcuac, Chimalhuacan, Ecatepec, Huixquilucan, Iztapalucan, Jaltenco, Los Reyes la Paz, Melchor Ocampo, Naucalpan, Nezahualcoyotl, Nicolas Romero, Papalotla, Tecamac, Teoloyucan, Tepetlaoxtoc, Tepoztilan, Texcoco, Tezoyuca, Tlanepantla, Tultepec, Tultitlan y Valle de C.

En **Frecuencia Modulada** de Lunes a Viernes de 7 a 20 hrs.

Audiencia Global

Frecuencia	Sintonía	Rating	Personas	Share	Grupo
XEQR-FM	92.9	1.42	200,682	5.30	Radiopolis.
XEJP-FM	93.7	1.42	200,682	5.29	GRC
XERC-FM	97.7	1.21	171,440	4.53	GRC
XEDF-FM	104.1	1.11	156,994	4.14	ORF
XHFO-FM	92.1	1.11	156,514	4.13	GRC
* XHRED-FM 88.1		0.98	139,271	3.68	GRC

*Se encuentra en la octava posición.

Audiencia Mediometro-Radio.

Frecuencia	Sintonía	Rating	Personas	Share	Grupo
XEQR-FM	92.9	1.281	181,074	6.34	Radiopolis.
XEJP-FM	93.7	1.082	152,990	5.36	GRC
XEDF-FM	104.1	1.007	142,389	4.99	ORF
XERC-FM	97.7	1.007	142,355	4.99	GRC
XHMRD-FM	104.9	0.818	115,616	4.05	MVS
* XHRED-FM 88.1		0.387	54,716	1.92	GRC

*Se encuentra en la décima octava posición.

Audiencia Automóvil.

Frecuencia	Sintonía	Rating	Conductor	Personas	Share	Grupo
XHRED-FM	88.1	5.824	40,264	84,555	9.05	GRC
XHFO-FM	92.1	3.759	25,986	54,570	5.84	GRC
XEDA-FM	90.5	3.645	25,202	52,923	5.67	IMAGEN

XEJP-FM	93.7	3.267	22,589	47,436	5.08	GRC
XHDL-FM	98.5	2.677	18,509	38,869	4.16	IMAGEN

Nota: Se calculó en dicha investigación que el "universo" de radioescuchas en ambas frecuencias en el Valle de México ascendió a 7 millones 577 mil 788 personas. Asimismo, cabe recordar que un punto de rating equivale al 1% del universo encuestado.

3.1 Edición Matutina.

En materia informativa y por hora, los principales programas noticiosos comparten el rating, según la empresa encuestadora, de la siguiente manera:

Noticiarios Matutinos en Amplitud Modulada:

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	6-7	7-8	8-9	9-10
		Horario			
José Gutiérrez Vivó en Monitor	XERED 1110	1.34	1.98	1.69	1.46
Ricardo Rocha en Detrás de la Noticia	XEL 1260	0.09	0.33	0.44	0.41

De ahí en fuera todos los programas existentes en esta banda modulada se encuentran muy por debajo de los anteriores índice. Incluso la transmisión del noticiario:

Pedro Ferriz de Con en Imagen	XELA 830	0.00	0.02	0.02	0.01
-------------------------------	----------	------	------	------	------

Noticiarios Matutinos en Frecuencia Modulada:

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	6-7	7-8	8-9	9-10
		Horario			
José Gutiérrez Vivó en Monitor	XERED 1110	0.70	1.00	0.97	0.77

Oscar M. Beteta en Radio Fórmula	XERFR 103.3	0.36	0.58	0.64	0.65
Ricardo Rocha en Detrás de la Noticia	XHM 88.9	0.17	0.30	0.40	0.55
*Pedro Ferriz de Con en Imagen	XELA 90.5	- - -	0.23	0.35	0.46
Raúl Peimbert en Para Empezar	XHMVS 102.5	0.09	0.13	0.13	0.10

*Este noticiario empieza su transmisión a las 7 y termina a las 11 de la mañana, pero su competencia directa con los demás es de 7 a 10 am.

3.2 Edición Medio Día.

Noticiarios de Medio Día en Amplitud Modulada:

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	13-14	14-15 Horario
Joaquín L. Dóriga en Radio Fórmula	XERFR 970	1.03	0.79
Martín Espinosa en Monitor	XERED 1110	0.47	0.33
Carmen Aristegui en Imagen Informativa	XELA 830	0.03	0.02

Noticiarios de Medio Día en Frecuencia Modulada:

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	13-14	14-15 Horario
Joaquín L. Dóriga en Radio Fórmula	XERFR 103.3	0.91	0.82
Guillermo Ochoa en Panorama Informativo	XHSH 95.3	0.56	0.43
Martín Espinosa en Monitor	XHRED 88.1	0.24	0.22
Carmen Aristegui en Imagen Informativa	XEDA 90.5	0.24	0.22
Jorge Fdez. Menéndez en Para Empezar	XHMVS 102.5	0.09	0.06

3.3 Edición Tarde Noche.

Noticiarios de Tarde Noche en **Amplitud Modulada:**

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	17-18	18-19	19-20	20-21
José Cárdenas en Radio Fórmula	XERFR 970	-----	0.27	0.19	0.09
Javier Solórzano en Imagen Informativa	XELA 830	-----	0.0	0.0	-----
Enrique Muñoz en Monitor	XERED 1110	0.13	0.18	0.16	0.10
Abraham Zabudovsky en Radio 13	XEDA 1290	-----	0.03	0.01	0.01

Noticiarios de Tarde Noche en **Frecuencia Modulada:**

Conductor y Nombre de programa	Frecuencia y Sintonía	17-18	18-19	19-20	20-21
José Cárdenas en Radio Fórmula	XERFR 103.3	-----	0.64	0.54	0.24
Javier Solórzano en Imagen Informativa	XEDA 90.5	-----	0.15	0.16	-----
Enrique Muñoz en Monitor	XHRED 88.1	0.16	0.13	0.15	0.08
Guillermo Ortega en Para Empezar	XHMVS 102.5	-----	0.07	0.05	0.04

3.4 Edición Media Noche.

Noticiarios de Media Noche en **Amplitud Modulada:**

Monitor de Media Noche con Miguel Velasco Corona es transmitido en el 1110 de AM. registra 0.05 puntos de rating frente al programa transmitido en ese mismo horario por Grupo Radiofórmula en el 970 de amplitud modulada, quien alcanza 0.07 puntos. Son estas dos frecuencias las de mayor índice de audiencia la hora de 00:00 a 01:00 hrs.

3.5 Principales Grupos y Agencia Radiofónica en materia Informativa

La disputa por el rating ha sido factor fundamental de toda estación al responder a intereses monetarios.

El noticiario **Monitor**, del cual se ha hablado de manera amplia en esta investigación, ha tenido gran rivalidad por parte de algunos otros espacios noticiosos y viceversa. Incluso, ha dejado de presentar la ventaja que poseía en años anteriores. Sin embargo, la captación y penetración que tiene gracias a sus servicios, tales como la Red Vial y formas de hacer las cosas, lo han "sujetado" a ser uno de los noticiarios más escuchados y, sin duda, el de mayor antigüedad, tanto en ocupar los primeros lugares de audiencia como en el dial radiofónico.

Pero quiénes son los grupos y agencia que han dado cabida en sus espacios programáticos a la información noticiosa y que han buscado incrementar su audiencia:

3.5.1 Grupo Radio Fórmula.

Es la compañía que opera, en el Valle de México, a cinco radiodifusoras, dos de FM, 103.3 XERFR, 104.1 XEDF, y tres de AM, XERFR 970, XEAI 1470 y XEDF 1500.

Entre las personalidades que han poseído las emisoras destacan: Don Emilio Azcárraga Vidaurreta y Azcárraga Milmo, así como Don Arsenio Tuero.

Aunque algunas de estas emisoras tienen su origen en los años treinta, su historia, como parte de Radio Fórmula, comienza en 1968, año en que Don Rogerio Azcárraga Madero comienza la operación de ellas, todas de corte musical,

obteniendo éxito en aquellos años, principalmente con su idea de introducir el género de Rock ´n Roll en la radiodifusión mexicana.

En 1987, Grupo Radio Fórmula comenzó a introducir en su programación los noticiarios.

José Cárdenas, Don Fernando Marcos, Don Pedro Ferriz Santacruz, Luis Ignacio Santibañez, Luis Cáceres, León Michel, Jorge Zúñiga, entre otros, fueron los impulsores del género noticioso en el grupo.

“Tras el bloque noticioso, se formó el bloque o barra femenina con Maxine Woodside y Alfredo Palacios. El éxito de los programas de estos dos grandes comunicadores fue inmediato y marcó un nuevo rumbo en la programación femenina de la radio y en el periodismo de los espectáculos, periodismo que día a día se vuelve más importante en todos los demás medios de comunicación, como la televisión, la prensa, las revistas, etc”¹²⁹.

Para comienzos de 1990 se incorporaron a las filas del grupo los periodistas Eduardo Ruíz Healy, Joaquín López Dóriga, Héctor Lechuga, Agustín Barrios Gómez, Oscar Mario Beteta, Alfredo Domínguez Muro.

En materia deportiva Radio Fórmula ha tenido comentaristas de alto renombre, como lo fueron y son: Ángel Fernández, Fernando Marcos, Alfredo Domínguez Muro, Raúl Orvañanos, Heriberto Murrieta y Aldo Fernández, Nacho Trellez, "el Tigre" Sepúlveda, etc.

El Grupo cambió el formato musical de la XEDF-970 y de 103.3 FM a un formato hablado (News-Talk Radio).

¹²⁹ Grupo Radio Formula. www.radioformula.com.mx "Historia".

“Al hacer los estudios sobre la demografía de la audiencia entre las estaciones AM´s comparándola con las FM´s en formatos hablados, se encontró que la demografía de 25 a 44 años escuchaba Frecuencia Modulada; en cambio, la demografía de 35 a 55 escuchaba AM, o sea Amplitud Modulada”¹³⁰.

Basándose en lo anterior, Radio Fórmula actualmente transmite simultáneamente la programación hablada en “Radio Fórmula AM 970” y en “Radio Fórmula FM 103.3”, semejante a lo que hizo Radio Red con sus ambas frecuencias tanto en AM y FM.

3.5.2 Panorama Detrás de la Noticia.

Esta agencia Informativa es comandada por el periodista Ricardo Rocha, quien ingresa a la UNAM en 1968, donde estudia la Licenciatura en Administración de Empresas, título que habría de obtener años más tarde. Nunca ha ejercido su carrera, ya que antes de terminarla decidió incursionar en la actividad periodística.

En 1972, ingresa a Grupo Televisa, donde se desempeñó como redactor, reportero, corresponsal de guerra, conductor y productor de programas como "Punto Final", "En Contacto Directo", "Reportaje" y "Nuestras Realidades".

En 1977, cubre durante dos meses la revolución Sandinista en Nicaragua, lo que le vale el Premio Nacional de Periodismo.

“En 1980 diseña y conduce "Para Gente Grande". Revista semanal televisiva en la que en sus dos etapas sumaria de 14 años conviven la poesía, la música, los reportajes, los editoriales de grandes escritores y la entrevista, género donde Rocha desarrolla un estilo muy personal, logrando conversar con más de 800

¹³⁰ Ibid.

mentes luminosas, entre ellas, personalidades tan contrastantes como Kurt Waldheim, la Madre Teresa de Calcuta, Eugene Ionesco, Mario Vargas Llosa, Marcel Marceau, Plácido Domingo, Carlos Fuentes, Octavio Paz, Rufino Tamayo, Alvin Tofler, Elton John, Joan Manuel Serrat, Emilio "El Indio" Fernández, John Houston, Carlos Santana, Rigoberta Menchú y José Saramago"¹³¹.

En paralelo a la conducción y producción televisiva, Rocha desarrolla una carrera ejecutiva en Televisa, que lo lleva a ocupar la presidencia de Radiópolis, la división radio de la empresa, en octubre de 1994.

Un año después, crea el concepto "Detrás de la Noticia" en radio y en enero de 1996, lo lleva también a la televisión.

"Ahí, presenta lo que el connotado periodista Miguel Angel Granados Chapa considera como los reportajes televisivos más trascendentales en la historia de este medio:

'Aguas Blancas - Toda la verdad', en el que se descubre la matanza de 17 campesinos en Guerrero, con lo que echa abajo la versión del gobierno local de que nada había tenido que ver en el acontecimiento.

'Chiapas, Crónica de una Infamia', donde advierte, dos semanas antes, la masacre de 45 indígenas en el poblado de Acteal, a manos de grupos paramilitares

'México – Secuestrado'. Un desgarrador testimonio de la ola de secuestros ocurridos en México, semanas después es detenido Daniel Arizmendi, el mas temido y peligroso secuestrador de los años recientes"¹³².

En 1999, se separa de Televisa y funda su propia agencia informativa, "Detrás de la Noticia". Establece una alianza estratégica con Grupo ACIR y a partir del 2 de Agosto de 1999. Sin embargo, durante el proceso de revisión de esta

¹³¹ Ricardo Rocha. www.detrasdela noticia.com.mx

¹³² Ibid.

investigación se ha dado una fractura entre esta agencia y el grupo radiofónico, por lo que el noticiario ha dejado de difundirse por la radio a través de ACIR, la última emisión radial del mismo se dio el 23 de febrero de 2001.

"Panorama Detrás de la Noticia" inició sus transmisiones en televisión el 15 de mayo del año 2000, a través de PCTV en su canal estelar: TVC. La Productora y Comercializadora de Televisión, S.A. de C. V. (PCTV), está integrada por 293 sistemas de televisión por cable que cubren 415 ciudades de la República Mexicana, con un total de un millón 800 mil suscriptores.

Esta segunda aparición en televisión de Ricardo Rocha, coincide con el suplemento "Detrás de la Noticia", que desde el 13 de mayo se publica todos los Domingos en el periódico El Universal, de circulación nacional. Es un suplemento sabatino de 16 páginas a todo color que tiene como propuesta principal el reportaje, el análisis y la entrevista, sobre los temas de interés general.

En lo concerniente a la radio: "Detrás de la Noticia" (DDN) cuenta con poco más de 20 reporteros, así como una red de corresponsales que cubre las ciudades más importantes de la República Mexicana. DDN tiene una alianza estratégica con la BBC de Londres para ofrecer a su auditorio noticias, comentarios y los hechos más relevantes de la vida internacional.

3.5.3 Imagen Informativa.

Grupo Imagen Telecomunicaciones tiene sus orígenes en 1962, cuando José Luis Fernández Soto forma la empresa Grupo Imagen Comunicación en Radio (GICR) para manejar las radiodifusoras XEDA AM y XEDA FM. Un año después, adquirió la empresa Radio Metropolitana S.A., concesionaria de dos frecuencias, XELA AM y

FM, las cuales pasarían a formar parte de la misma fórmula: una programación simultánea en ambas frecuencias.

A 6 años de la conformación de la empresa, la primer estación de frecuencia modulada comenzó a tener un rostro independiente a la de amplitud modulada: XEDA FM es convertida en Radio Imagen. Para principios de los años 80, la XELA FM es nombrada Stereo Classic. Para ese mismo lapso de años, Radio Imagen es convertida en Pulsar FM y Stereo Classic en Dial FM y posteriormente en Radio Activo, como hasta ahora se le conoce en el 98.5 de FM.

En el caso XELA AM, fue convertida en "Buena Música", mientras que la XEDA AM, en el 1290, fue vendida y actualmente es conocida como Radio 13 - emisora con programación hablada propiedad de la empresa Radio S.A. y en donde es transmitida el noticiario de Abraham Zabłudovsky-.

"1997 marca una nueva etapa en la historia de estos dos grupos, Grupo Imagen Comunicación en Radio, con sus –entonces- estaciones: Pulsar FM, Radio Activo y XELA, y Frecuencia Modulada Mexicana –perteneciente a la familia Vargas Gómez- con dos estaciones en el Distrito Federal, FM Globo y Stereo Rey se unen y se consolidan en una nueva empresa llamada MVS Radio"¹³³. Alianza que duro hasta finales de 1999, para dar paso al Grupo Imagen Telecomunicaciones.

Imagen Informativa es la división de noticias de Grupo Imagen Telecomunicaciones que produce servicios informativos tanto para radio como para televisión restringida, con los que "pretende contribuir al conocimiento, análisis y formación de opinión sobre hechos relevantes en la sociedad mexicana y el mundo"¹³⁴. Los noticieros son transmitidos a través de la frecuencia 90.5 Imagen

¹³³ ARVM. Op.cit. Pág.168

¹³⁴ Grupo Imagen. www.Imagen.com.mx.

–antes Pulsar FM-, en frecuencia Modulada y a través del sistema de televisión restringida sky.

Las emisiones comprenden:

- ❖ La Mañana con Pedro Ferriz de Con.
- ❖ Medio Día con Carmen Aristegui.
- ❖ Tarde Noche con Javier Solorzano.

La división informativa se define como “un noticiario independiente, de información general, que respeta la pluralidad de ideas y se apega al orden legal establecido en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos”¹³⁵. Es uno de los noticiarios nuevos en la radio mexicana; pero ello, no significa que no poseen experiencia, ya que los tres conductores fueron por más de 10 años conductores del noticiario Para Empezar de MVS Radio, quienes dejaron esa empresa para conformar, junto con algunos accionistas, el concepto Imagen Informativa.

3.5.4 Grupo ACIR.

El concepto de Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio) inicia sus operaciones el 8 de junio de 1965, al contar con cuatro estaciones radiodifusoras, la XEDQ “Radio Alegría”, en San Andrés Tuxtla, Veracruz; la XEOM en Coatzacoalcos; la XEMM en Morelia y la XEMIA de Guadalajara. Tiempo después se fueron uniendo al grupo diversas estaciones, tanto de la capital como de otras ciudades del país.

La forma que Grupo ACIR maneja las estaciones de radio se basa en cuatro modalidades legales: “estaciones propias, estaciones administradas con

¹³⁵ ibid.

participación accionaria, estaciones administradas y estaciones afiliadas... Sin importar el régimen de asociación, el grupo provee a todas y cada una de las emisoras servicios completos desde su instalación, como lo es asistencia técnica, legal y administrativa; de producción, de comercialización nacional, regional y local”¹³⁶.

A cuatro años de su inicio, el grupo contaba con un total de 22 emisoras afiliadas. Para 1982, sumaban poco más de 100, mientras que para 1985 contabilizaron 165 estaciones a lo largo del territorio Mexicano.

La información noticiosa fue comenzada en 1974, con emisiones y transmisiones para sus estaciones en la mañana, tarde y noche, en espacios de 30 minutos, así como en espacios de 30 minutos cada hora y noticias al corte de cada media hora. Para tal efecto, “se forma un cuerpo de reporteros y profesionales de la información e infraestructura noticiosa para crear Radiocomunicación Humana, agencia noticiosa de servicios internos, que manejaba noticias nacionales e internacionales para sus estaciones en el Distrito Federal”¹³⁷.

Cabe mencionar que Grupo ACIR albergó por más de 10 años a “Los protagonistas” y que actualmente ya se encuentran en Grupo InfoRed, debido a la entonces posible fusión de Grupo ACIR con Grupo Radiópolis, de Televisa, a la cual Fernández manifestó su oposición y que finalmente no se autorizó.

Este Grupo tuvo un convenio con la agencia Informativa “Panorama Detrás de la Noticia” del periodista Ricardo Rocha, para la comercialización de dicha producción. Acuerdo que tuvo vigencia desde el 2 de agosto de 1999 hasta el 23 de febrero de 2001.

¹³⁶ ARVM. Op.cit. Pág.55, 56.

¹³⁷ Ibid.

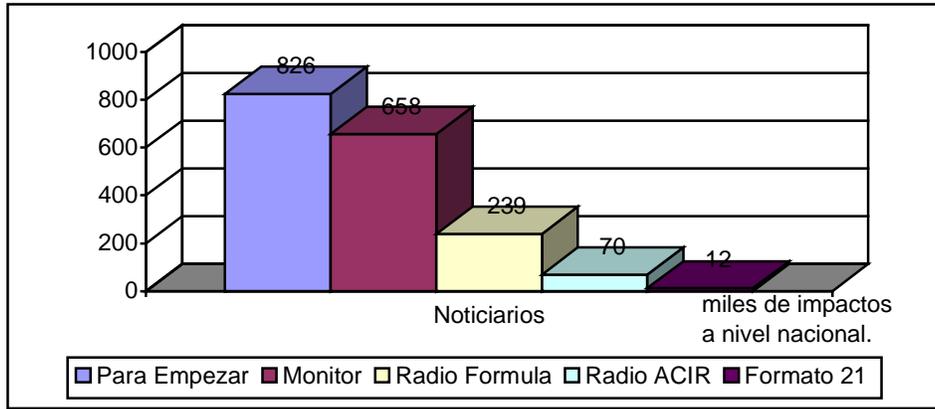
3.5.5 Grupo MVS Radio.

Fue la resultante en su momento de la fusión de dos grupos, uno de ellos, como ya se mencionó, lo que era Grupo Imagen Comunicaciones en Radio –ahora Grupo Imagen Telecomunicación- y el Grupo Frecuencia Modulada Mexicana de la familia Vargas Gómez. Después de la ruptura de dicha alianza entre ambos grupos, la familia Vargas sigue, hasta ahora –finales del año 2000-, el denominativo MVS Radio.

Los inicios de Grupo Frecuencia Modulada Mexicana, ahora MVS Radio, se dan en 1967 cuando Joaquín Vargas Gómez inició con la frecuencia XHSRO FM 102.5 “Stereorey” en México y Monterrey. Bajo el mismo concepto radiofónico que su primera estación, Vargas Gómez instaló emisoras “1968, en Guadalajara, León y Ciudad de México; 1969 en Acapulco; 1970, en Mexicali y Veracruz; 1974, en Tampico y en 1987, en Cuernavaca, entre otras, logrando para 1972 extender su cobertura con la creación de la cadena FM-Globo”¹³⁸.

“Stereorey” es una frecuencia que ha tenido en su oferta programática al noticiario Para Empezar, que hasta antes de la salida de Pedro Ferriz, Carmen Aristegui y Javier Solórzano, era uno de los tres noticiarios con mayor rating en el cuadrante radial capitalino y, según el anuncio presentado por MVS Radio fundamentado en el estudio de AC Nielsen el 4 de diciembre de 1998 en el periódico Reforma -pág.5^a- era el noticiario transmitido desde la capital más escuchado a nivel nacional:

¹³⁸ Ibid.



Base: Población de Nivel socioeconómico Alto+Medio, que escuchó noticieros en radio a nivel nacional (1,697) datos proyectados en miles, en poblaciones mayores a los 100,000 habitantes. Audiencia a cinco días. *Fuente: ACNielsen "Estudio Nacional de Penetración de Noticieros". Febrero de 1998. Margen de error máximo de $\pm 2.07\%$, bajo un nivel de confianza del 95%.

Después de la salida de los exconductores estelares, el noticiario siguió con el mismo nombre pero bajo la conducción de:

Para Empezar, emisión Mañana: Raúl Peimbert.

Para Empezar, emisión Medio Día: Jorge Fernández Menéndez.

Para Empezar, emisión Tarde-Noche: Guillermo Ortega.

Dichos espacios informativos cayeron de manera importante, después de este cambio que tuvo lugar a finales de 1999.

Estos son los principales grupos radiofónicos y empresas dedicadas a la generación de los noticieros de mayor audiencia en la zona metropolitana a finales del siglo XX.

En el presente capítulo, se ha hecho mención de los conductores de mayor renombre en el dial por sus noticiarios, pero la relación y opinión de algunos de ellos como otros fuera del dial con José Gutiérrez Vivó es la siguiente:

Con Pedro Ferriz de Con: “ha sido de poco respeto y de mucha crítica, aunque se dé de manera muy sutil, los comentarios siempre han existido por la gran rivalidad existente entre ambos... a Pedro no le agrada la forma de hacer las cosas de JGV y menos aún la manera de decir las mismas”¹³⁹, según la exjefe de información de Para Empezar, Guillermina Gómora, por más de cinco años.

Para Ricardo Rocha* “Pepe merece un reconocimiento muy importante por su significativa labor; fue él quien planteó una serie de fórmulas radiales que ahora están en auge. Desde hace ya muchos años devino en una opción muy válida de discusión sobre asuntos de interés nacional y local. Creo que hay que reconocerlo por un rasgo de mínima honestidad; fue él quien colocó los cimientos que han permitido un repunte en la actividad radial”¹⁴⁰.

Para la periodista Elisa Robledo **Monitor** y su creador “son punto de partida hacia la actual proliferación de noticieros radiofónicos... José Gutiérrez Vivó es el hombre que cambió la radio”¹⁴¹.

¹³⁹ Comentario realizado por Guillermina Gómora en breve charla con el autor de la presente tesis. Octubre de 2000.

* Ricardo Rocha: Originario del barrio de Tepito, en la Ciudad de México, estudió la licenciatura en Administración de Empresas en la UNAM. Sin embargo, su vocación periodística lo motivó a iniciar desde muy joven su carrera en los medios de comunicación. En el periodismo ha sido redactor, reportero, enviado especial, jefe de información, editorialista y conductor, lo mismo en prensa escrita que en radio y televisión. Ha escrito en revistas de circulación nacional como *Siempre*, *Nexos* y *Este país*. En televisión condujo los noticiarios “Punto Final” y “Contacto Directo”; sobresalió con un programa de perfil social: “Reportaje”. Las series culturales “Para gente grande” y “En vivo” le dieron el reconocimiento de la sociedad mexicana. Su trayectoria en radio no ha sido menor, desde 1975 ha estado en el ambiente radiofónico como conductor de diversos programas. Recibió el Premio Nacional de Periodismo en 1984. Hasta febrero del 2001 era el conductor del noticiario radiofónico “Detrás de la Noticia” emisión matutina que se transmitía en la frecuencia 88.9 FM de Grupo Acir.

¹⁴⁰ “El Curioso Impertinente”. La Jornada. 21 d Octubre de 1995 pág. 12

¹⁴¹ Elisa Robledo. Op.cit.

Para Sergio Sarmiento, analista político, conductor y ejecutivo de Tv Azteca, José Gutiérrez Vivó "es el maestro a pesar de que tiene un estilo muy fuerte, que a veces puede ser abrupto y dominante, es la persona que ha establecido reglas de la Radio Moderna"¹⁴².

A Carmen Aristegui, conductora de la emisión Imagen Informativa de Medio día, le gusta mucho el estilo que posee Gutiérrez Vivó, "Monitor es un gran acierto"¹⁴³.

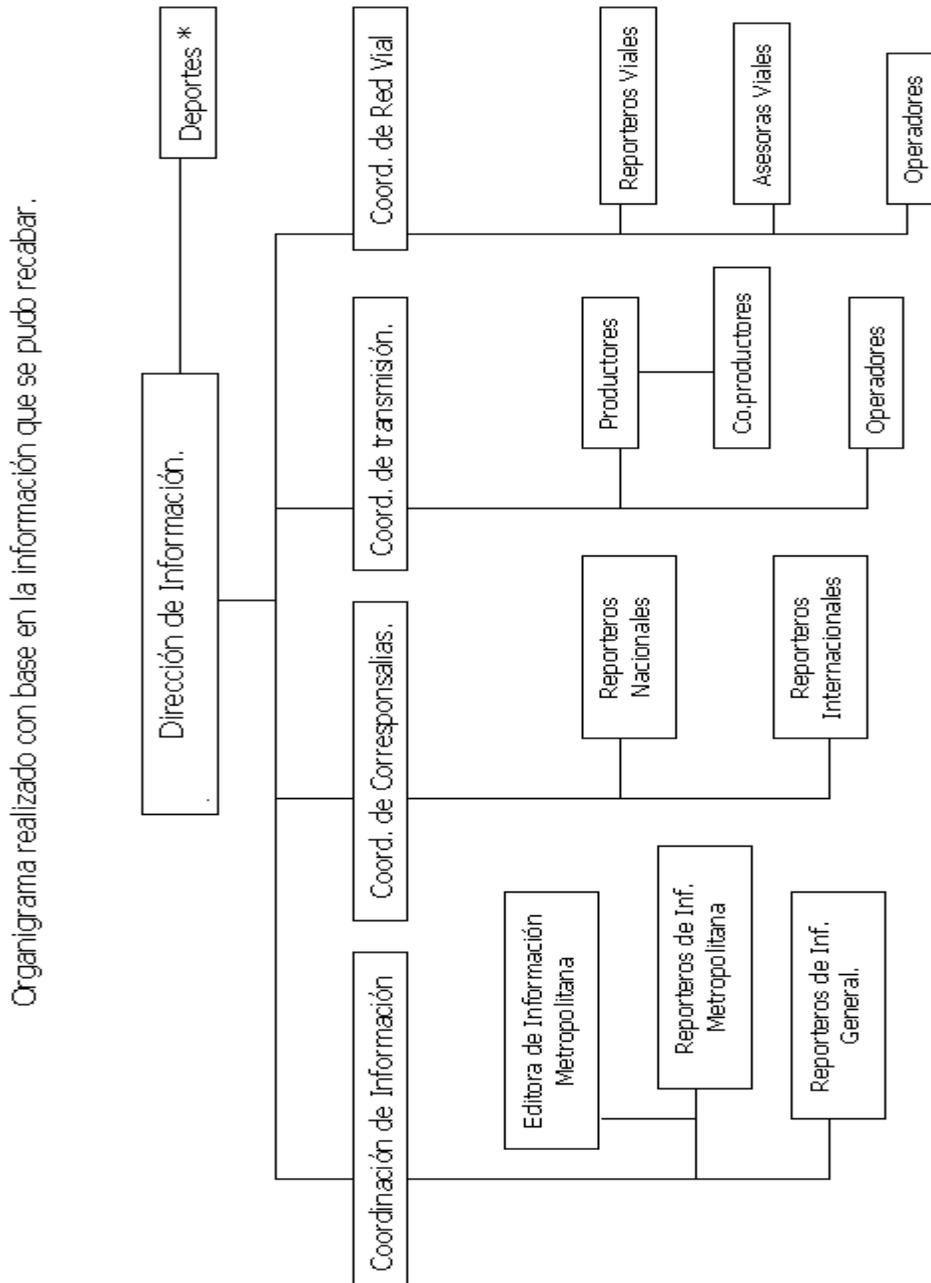
Sin embargo, así como hay personas que manifiestan abiertamente su admiración por él, hay comunicadores, periodistas, políticos, empresarios, investigadores y ciudadanía en general que muestran su descontento con el estilo del conductor, al grado de denominarlo como fascio -en alusión al régimen fascista- por su papel al frente de InfoRed y por lo "regañón" que es en su programa. Sin lugar a duda, es un personaje sumamente polémico por su fondo y forma de ser frente a sus micrófonos.

¹⁴² Adriana Garay. "Sus colegas opinan". Reforma Secc.E. 6 de septiembre de 1999.

¹⁴³ Ibid.

Capítulo IV. El Modo de Caminar informativamente.

Aunque el fondo es el mismo en comparación con algunos otros noticiarios radiofónicos, la forma de trabajo puede ser diferente y es que en materia informativa el modo de caminar de Grupo InfoRed responde a la siguiente manera:



* En los deportes no se tiene información, dada la llegada de José Ramón Fernández y su equipo a las filas de Grupo InfoRed.

4.1 Dirección de Información.

Como es posible observar en el Organigrama, que hasta finales del año 2000 se venía ejerciendo, la manera en que camina Grupo InfoRed en la producción de los noticiarios es encabezada por la Dirección de Información. Dicha área tiene la encomienda de responder a la expectativa empresarial de tener informado al público radioescucha de los eventos, sucesos y noticias de manera puntual, previo al análisis y comentario que puedan ameritar.

La Dirección de Información es encabezada por la Lic. Yéssica Miranda, exproductora ejecutiva del noticiario en su edición matutina por más de medio lustro, quien maneja los hilos, junto con el Coordinador de Información y sin duda con JGV, de la cobertura, manejo y análisis de la información noticiosa.

Objetivos y Funciones:

- Posicionar a **Monitor** como líder informativo.
- Participar en la elaboración de la línea editorial de los noticiarios, así como de la información que se da en los "Metropolitanos".
- Planear y Coordinar los eventos especiales.

La dirección de información es la cabeza de todo lo que pasa al aire. Bajo su cargo, se encuentran los coordinadores de las áreas de noticias.

4.2 Coordinación de Información.

Está a cargo de ordenar y coordinar el seguimiento de la información que llegan a la mesa de trabajo. En palabras de Martín Espinoza, encargado de la coordinación, "esta área buscar visualizar y adelantarse a los sucesos. Necesito palpar la situación y leer entre líneas para saber por dónde pueden venir los cañonazos noticiosos"¹⁴⁴. El coordinador debe estar completamente enterado de todo lo que pasa informativamente hablando.

Objetivos y/o funciones generales:

- Dar las órdenes de trabajo a los reporteros de información general y metropolitana.
- Coordinar la información que cubrirán los reporteros de los diferentes rubros:
 - Presidencia.
 - Sector Privado.
 - Sector Energético.
 - Educación.
 - Salud.
 - Policiaca.
 - Laboral y Sindicatos.
 - Cámara de Diputados y Senadores
 - ... entre otras.
- Dar línea sobre el manejo de la información, es decir, establecer por dónde y de qué manera se le va a hacer llegar la información al público.

¹⁴⁴ Converación del autor de la Tesis con Martín Espinoza. 02 febrero de 2001. Instalaciones de InfoRed.

- Establecer un contacto con la información metropolitana, la cual está a cargo de un editor que hace las veces de coordinador de información, quien impone y propone la línea que a su juicio se debe seguir en el manejo de la misma.

4.2.1 Editor de Información metropolitana.

Un área que es también muy importante y que depende directamente de la Coordinación de Información es la Edición de Información Metropolitana, la cual se encarga de coordinar a los reporteros designados a las fuentes del gobierno del D.F. y su zona conurbada.

La persona encargada de la edición debe tener el conocimiento necesario de los temas sociales con mayor interés para la población capitalina, con el fin de darle la adecuada cobertura y difusión.

Para esta área, las llamadas del público radioescuchas son tomadas como de gran valor, al considerarlas como termómetro de la realidad.

4.3 Coordinación de Transmisión.

Sobre esta coordinación recae todo el peso en cuanto a la calidad en las transmisiones de los noticiarios y de los informativos de cada hora. El coordinador se encarga de llevar el orden y realizar un puente mediador entre los reporteros, productores, conductores y operadores; además, realiza una evaluación permanente de los contenidos difundidos.

Objetivos y/o funciones generales:

- Llevar el control de calidad en materia de contenidos de las emisiones del noticiario.
- Coordinar a los reporteros en cuanto a tiempo y orden en sus participaciones.
- Mantener el ritmo temático de los programas.
- Generar una estrecha comunicación entre los productores de las distintas emisiones de Monitor con el fin de obtener un mejor producto al aire.
- Coordinar a los operadores de transmisión y grabación para una mejor efectividad laboral.
- Responsable de la logística de las emisiones.

4.4 Coordinación de Corresponsalías.

Esta coordinación que depende de las necesidades informativas, así como de las situaciones reinantes en el ámbito nacional e internacional cuenta con 63 corresponsales nacionales y 79 internacionales permanentes, además de los flotantes o temporales que son contratados para narrar alguna situación en específico.

Objetivos y/o funciones generales:

- Mantener una vinculación permanente entre las necesidades informativas de InfoRed y cada uno de los corresponsales nacionales como internacionales.

- La Jefatura no solo coordina la cobertura de los principales eventos noticiosos en cualquier punto del interior de la república o del mundo, sino también debe anticiparse a los acontecimientos mismos, para la capacidad de cobertura una vez que se presenten; por supuesto, todos aquellos que pueden preverse.
- Generar una relación positiva entre cada uno de los corresponsales y la empresa, con la finalidad de que se sientan parte de la misma y apoyen cuando se les requiera.
- Solicitar la cobertura de informaciones específicas, especiales o por encargo, así como recibir, analizar y discriminar las propuestas que cada uno de ellos elabora cotidianamente.
- Analizar el contexto nacional e internacional, para que la jefatura sea capaz de proponer los contenidos –en su área- que alimenten cada uno de los noticiarios.
- Ampliar la red de corresponsales a fin de cubrir las poblaciones donde no los hay, o bien renovar las existentes cuando dejen de funcionar.
- Tener una comunicación abierta y constante para que se retroalimenten las partes con propuestas, sugerencias e informes.

Para el coordinador de corresponsalías, la comunicación entre las diversas áreas es fundamental, “ya que de alguna manera nos encontramos ligados entre sí porque de lo contrario no tendríamos una buena cobertura en la información y por consiguiente un mal servicio a nuestro auditorio”¹⁴⁵.

¹⁴⁵ En breve charla sostenida con Javier Negrete, Coordinador de la área de corresponsalías, y el autor de la presente tesis. Enero del 2001.

Entre algunas de sus funciones está la búsqueda de los sucesos más importantes, ocurridos a nivel nacional e internacional que puedan proveer la gama de “reporteros”, o mejor conocidos como corresponsales, para su clasificación y selección de la información para su difusión.

4.5 Coordinación de Red Vial.

Entre sus principales funciones está el coordinar las áreas que dependen de dicho servicio informativo, como lo es *RED, las órdenes de trabajo de los reporteros viales y operadores.

Objetivos y Funciones generales:

- Consolidar a la Red Vial como un servicio oportuno y de calidad.
- Coordinar las áreas de información vial para un mejor desarrollo informativo.
- Comprobar la veracidad de la información que, a veces, es suministrada a través de algunas fuentes extraoficiales.
- Dar línea a los reporteros para cubrir alguna nota.
- Llegar antes que cualquier otro medio informativo al lugar en donde se genere la nota, a pesar de no ser información vial, para darla a conocer de inmediato –los reporteros de esta área presentan dos grandes ventajas frente a los demás: Una, es que su medio de transporte es la motocicleta; dos, es el conocer perfectamente la ciudad-.

El coordinador debe estar pendiente de los principales sucesos para darles un seguimiento, así como a visualizar las posibles afectaciones en materia de tráfico que puedan causar alguna manifestación, bloqueo, persecución y operativos.

El consejo editorial, presidido por el Director General de InfoRed e integrado por la mayoría de los coordinadores así como algunos directores de áreas, sesiona cada semana para determinar los parámetros a seguir frente a la cobertura y difusión de la información, dando como resultado la línea editorial de la compañía.

La estructura informativa ha tenido un giro considerado y es que al interior de las filas de la compañía se han dado fuertes manifestaciones de inconformidad por el trato, forma de hacer las cosas.

En menos de dos años ha existido poco menos de una decena de reporteros viales y de información general han salido de dicha compañía, y de los cuales, la mayoría han dejado su malestar e inconformidad latente por el mal trato, la nula respuesta a sus necesidades y la falta de compromiso por parte de la empresa en cuestiones de profesionalismo. Lo anterior, ha sido con base en las aseveraciones que manifestaron exreporteros de Monitor al autor de la presente investigación, y quienes han pedido anonimato. Ante tal situación que agobiaba a la empresa, se ha puesto en marcha una comunicación directa entre los empleados con el director de la misma, a través de diversos canales.

De manera extraoficial, se sabe que para principios del año 2001 InfoRed llevará a cabo una reingeniería de puestos, procesos y funciones, con el fin de "dar lo mejor de sí como empresa".

Capítulo V El Bulbo de Monitor.

5.1 Estructura General de los Programas.

Como es fundamento de todos los programas de larga duración, por lo menos de una hora, el inicio de cada uno de ellos comienza con un resumen, es un espacio breve con las noticias más importantes y que serán desarrolladas a lo largo del programa. Posteriormente, viene el desglose de las notas conforme a la logística que cada productor, conductor o empresa le dan a cada noticiario, introduciendo las participaciones de comentaristas y el análisis de la información.

En el caso de **Monitor**, y como fue revelado por Karina Aguilar, productora del noticiario, la forma de elaborar un noticiario responde a la siguientes forma:

1. Se elabora un corte informativo, en el que todos los reporteros, tanto generales, metropolitanos, nacionales e internacionales, dictan la cabeza de sus notas informativas para ser evaluadas y consideradas en la emisión más próxima.
2. Una vez que los productores, ejecutivo y co-productores, revisan y evalúan la información del corte, se realiza una bitácora -que funge como un guión- bajo la cual se da el "orden" del programa, aunque como es un programa realizado en vivo y que está alerta de las contingencias ésta bitácora por lo general siempre se desfasa. En este paso, por así decirlo, se toma en cuenta todo aquello que fue elaborado previamente para ser difundido, tales como algunas investigaciones y reportajes especiales.

Una de las funciones importantes del productor ejecutivo es detectar cuáles son las temas importantes para los radioescuchas y de ahí concertar alguna entrevista con los responsables y protagonistas del suceso.

3. A los reporteros se les da una orden y hora –sujeta a cambios- para la emisión de su información.
4. Dar tiempo y espacio para las temas deportivos, que por lo general se encuentran en una sección cada hora dentro del noticiario.
5. Asimismo, el programa a los colaboradores y/o analistas del noticiario, quienes realizan sus comentarios con base en las informaciones más destacadas de sus rubros. (económico, político, social, internacional, médico, etc.)

Cuando la pre-producción ha finalizado y al momento de estar al aire, la bitácora que se tenía prevista se ve alterada de manera notoria, ya que existe información que se está generando en esos momentos y que debe transmitirse de inmediato, como lo es la información vial, declaraciones comprometedoras y que no están previstas.

En teoría, el esquema informativo se rige de la siguiente manera: tres participaciones de reporteros generales por uno de vialidad, sin embargo esto la mayoría de las veces no se cumple, porque la información rebasa el tiempo y/o importancia.

Los patrocinadores tienen cuatro espacios por hora en cada emisión, lo cual también es hipotético, ya que todo está sujeto al dinamismo informativo existente en cada emisión del noticiario. (observar hojas del “Reporte de Bitácora de Patrocinios”, anexo).

Muestra de bitácora comercial de **Monitor** en AM

Muestra de bitácora comercial de **Monitor** en FM.

Es muy frecuente escuchar que las emisiones del programa se extiendan del tiempo establecido por la carga e importancia de las informaciones que van surgiendo.

5.1.1 Monitor de la Mañana. 5:45 a 10:00 hrs.

La estructura informativa de la emisión matutina se compone de la siguiente manera:

De 5:45 a 8:00 am. Es el tiempo en el que la difusión informativa toma un gran dinamismo. Los contenidos temáticos hacen su aparición en una verdadera mescolanza.

De 8:00 a 9:00 am. Es la hora en que se dedica el programa a desmenuzar, a través del análisis y debate, los temas que a consideración de los productores y el conductor son los más importantes y de mayor interés; para ello, cuenta con la participación de expertos, protagonistas, y colaboradores. En esta hora, se encuentran las ya conocidas "mesas de análisis".

De 9:00 a 10:00 es una hora en la que se le da una mayor participación a las noticias y comentarios menos importantes, sin que ello signifique que son los de menor interés. Es un lapso en el que la participación de corresponsales nacionales e internacionales tiene mayor espacio.

5.1.2 Monitor de Medio Día. 13:00 a 15:00 hrs.

Es posible manifestar que es ésta la emisión más dinámica, dada las horas en que se transmite y la generación de información que se genera.

La información que se transmite para este horario es suministrada, generalmente, por reporteros en vivo. El contenido de este es muy variado, temáticamente hablando. Albergan participaciones de comentaristas y analistas, cuyo espacio y tiempo para ello es, a diferencia del proporcionado en el Monitor de la mañana y Tarde-noche es muy reducido.

5.1.3 Monitor de Tarde-Noche. 17:00 a 21:00 hrs.

Es una emisión en la que se retoma lo ocurrido durante el día, sin dejar aún lado los acontecimientos dados durante la transmisión.

De 17:00 a 20:00 hrs. Es el tiempo en que se ve inmerso todo tipo de información, desde la información de espectáculos hasta la participación de algunos comentaristas y analistas.

Es una emisión que da, a diferencia de las demás, mayor participación a la información vial.

La última hora del programa, por lo general, es dedicada a realizar mesas de análisis y/o participación de algún invitado especial.

5.1.4 Monitor de Media Noche. 00:00 a 01:00 hrs.

Emisión de media noche en la que se lleva a cabo un compendio de lo ocurrido hasta esos momentos de los temas con mayor importancia. Las participaciones de los reporteros son, en su mayoría, grabadas y con la intervención, siempre en vivo

del reportero que cubre el horario nocturno cuya fuente por lo general es la policiaca.

5.2 Esquema Técnico-Humano.

En las emisiones de Mañana, Medio Día, Tarde-Noche y Media Noche existe un equipo de soporte técnico-humano conformado de la siguiente manera.

4 Ingenieros en sistemas de cómputo.

6 Ingenieros de audio.

2 Operadores de comercialización.

Equipo de mantenimiento y limpieza.

8 Operadores Grabadores.

5 Operadores de transmisión.

Equipo humano que se encuentra diversificado a lo largo de las distintas emisiones con el fin de cubrir las imperfecciones y requerimientos que puedan ocurrir previa y durante los noticiarios.

Capítulo VI. La tinta en el papel

Como se ha manifestado con anterioridad, uno de los componentes para el armado de un país, sin duda, son los medios de comunicación y más aún cuando se trata de un programa de análisis noticioso. Los factores que pueden sustentar el éxito que puedan obtener un programa radiofónico como éste, debe estar basado en el compromiso que tiene con su audiencia.

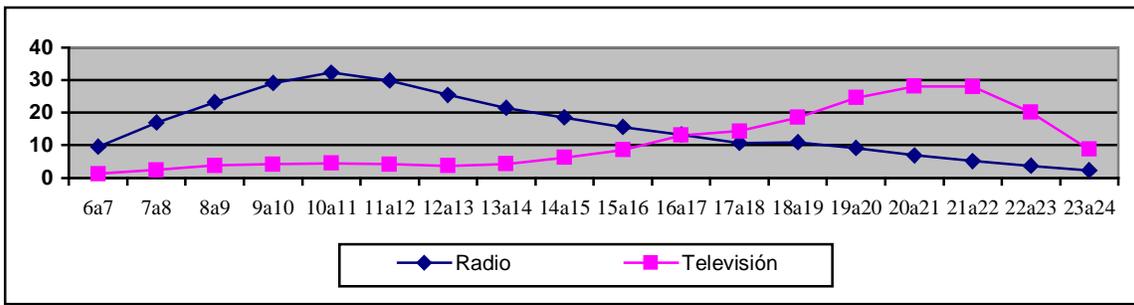
La credibilidad es un recurso necesario para cualquier noticiario y es que justo ese factor es el que lo hace tener vida y presencia.

Los medios de comunicación tanto impresos como electrónicos son fundamentales para el desarrollo y promoción del estado-gobierno. Esto no debe ser traducido como manipulación, aunque exista, a pesar de los diversos intereses y distintos compromisos apropiados por los dueños de los medios.

6.1 Cuál ha sido la función de Monitor.

La radio, de acuerdo con el estudio de INRA en noviembre del 2000, es el medio de comunicación electrónica con mayor penetración y alcance. De ahí que los programas radiales y más de corte noticiosos tengan mayor penetración y alcance a ciertas horas.

De acuerdo con lo manifestado por la empresa encuestadora, el encendido de Radio y TV en el Valle de México de lunes a domingo, de 6:00 a 24:00 se presenta de la siguiente forma:



	<u>6:00a7:00</u>	<u>7:00a8:00</u>	<u>8:00a9:00</u>	<u>9:00a10:00</u>	<u>10:00a11:00</u>	<u>11:00a12:00</u>	<u>12:00a13:00</u>
<i>Radio</i>	9.56	16.98	23.24	29.05	32.23	29.8	25.45
<i>TV</i>	1.28	2.42	3.77	4.16	4.45	4.16	3.72
	<u>13:00a14</u>	<u>14:00a15</u>	<u>15:00a16</u>	<u>16:00a17</u>	<u>17:00a18</u>	<u>18:00a19</u>	<u>19:00a20</u>
<i>Radio</i>	21.44	18.56	15.59	13.28	10.7	10.87	9.11
<i>TV</i>	4.27	6.21	8.54	13.07	14.32	18.48	24.53
	<u>20:00a21</u>	<u>21:00a22</u>	<u>22:00a23</u>	<u>23:00a24</u>			
<i>Radio</i>	6.89	5.12	3.69	2.29			
<i>TV</i>	28.1	28	20.08	8.77			

Es posible apreciar que la importancia de la radio como medio de comunicación es más relevante en comparación con la televisión durante las mañanas, y a no ser por el repunte de la televisión por la tarde también lo sería durante todo el día. Sin embargo, hay que analizar lo siguiente: El alcance total de la radio asciende a 92.64% mientras que la Televisión es de 76.62% de una población de 14,140,600 individuos (mayores de 8 años) receptores; es decir, la radio tiene mayor penetración que el televisor.

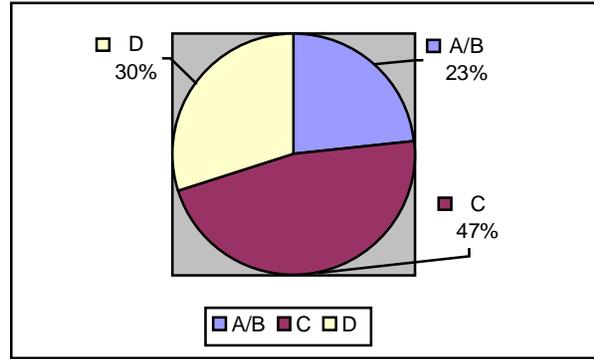
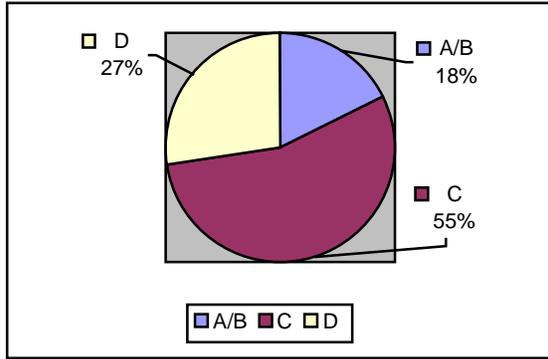
Las mañanas son las de mayor alcance por parte de la radio; de ahí, que los espacios matutinos sean los más disputados tanto por los conductores como por los patrocinadores. En el ámbito de las noticias, como fue presentado en capítulos anteriores, los mayores ratings, por parte de algunos noticieros radiofónicos, son alcanzados en sus emisiones de la mañana.

El universo de receptores del noticiario se diversifica de la siguiente manera:

En Mediómetro-Radio:

En Amplitud Modulada

En Frecuencia Modulada



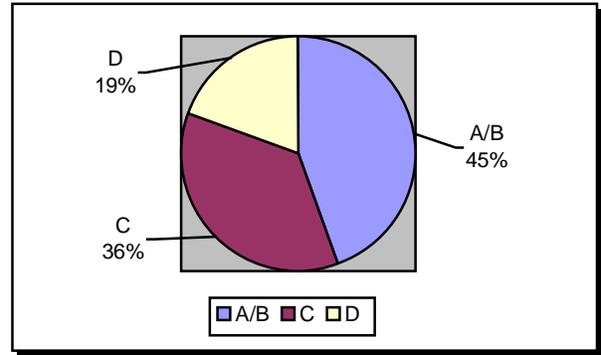
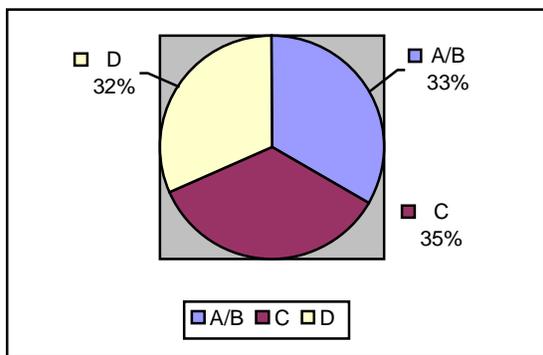
*Fuente: International Research México, noviembre 2000. Mediómetro-Radio. Ratings de Personas por niveles socioeconómicos. De Lunes a Viernes de 7 a 20 hrs.

En "Radio hogares" la penetración que tiene el noticiario, según la fuente, se conforma por una mayoría del nivel socioeconómico "C", seguido del nivel "D" y para finalizar con el "A/B".

En Vehículo-Radio.

En Amplitud Modulada.

En Frecuencia Modulada.



*Fuente: International Research México, noviembre 2000. Mediómetro-Radio. Ratings de Personas por niveles socioeconómicos. De Lunes a Viernes de 7 a 20 hrs.

A diferencia del Mediómetro-Radio, en los radioescuchas de vehículos se ve equilibrada en el caso de amplitud modulada, mientras que en frecuencia modulada el nivel socioeconómico A/B es el que encabeza a dicho universo.

Con base en el breve panorama radial obtenido por la fuente es posible manifestar que los radioescuchas del programa noticioso en Amplitud Modulada tienen un estrato económico medio. Sin embargo, en el caso de Frecuencia Modulada, y en particular de los receptores que oyen el noticiario en sus vehículos son acaparados por el nivel socioeconómico alto. Por tanto, el campo receptivo de **Monitor** se ve diversificado por gente de alto poder adquisitivo, de mando y poder de compra; de gente media y media baja.

La función de todo noticiario es el servicio informativo que provee. Es entonces, que, cabe preguntarse: ¿servicio a quién?. Y esto es por los compromisos e intereses que pueda tener. Debe recordarse, que la Información es poder y no por algo existe una acepción que dice: "el cuarto poder es la prensa*."

* entendida ésta como medios de comunicación en su conjunto.

No debe olvidarse que Grupo InfoRed, como toda empresa de comunicación, responde a intereses económicos; esto, sin dejar aún lado los intereses y compromisos que pueda tener con la sociedad para llevar a cabo un servicio social y de calidad.

El papel que ha realizado a lo largo los años en que ha estado al aire, sin duda ha sido un papel relevante, y no sólo por el hecho de ser un programa de difusión noticiosa, sino por las innovaciones y servicios que ha inventado y perfeccionado, tales como "**Monitor** Su Contacto", la Red Vial, "**Monitor** Su Solución", * RED, "**Monitor** Su Salud", temas abordados en capítulo anteriores.

Para la compañía InfoRed, el noticiario ha tenido una clara función, al cambiar:

"Los medios –electrónicos-, porque la apertura que inició **Monitor** es hoy la amplia avenida por la cual transitan la auténtica libertad de informar, la posibilidad de servir al auditorio con la verdad, la capacidad de dar a la comunicación un sentido genuino -en la prensa se puede decir que ha sido otra la situación-"¹⁴⁶.

"La radio porque las innovaciones de **Monitor** han servido una a una, para ofrecer al auditorio cada vez mayores y mejores servicios, una cobertura noticiosa más creíble y confiable, y una gama de alternativas que no existían hace 25 años"¹⁴⁷.

"El país, porque la noticia en México se concebía, hasta hace un escaso cuarto de siglo, como meros boletines escuetos y parcos que no permitían profundizar o acercarse a conceptos y motivos; el rumor era la manera tradicional de informarnos, y la democracia parecía no haber hecho aún su entrada en nuestra vida cotidiana"¹⁴⁸. Este acto no es posible ser atribuido a un solo informativo y medio, ya que el empuje, si bien no lo realizan todos, lo llevan a cabo más de dos medios de comunicación.

Como es bien conocido en el ámbito periodístico, en las principales oficinas públicas se tiene un constante monitoreo de los principales diarios y noticiarios tanto televisivos y radiales.

Monitor ha tenido la función de termómetro y, en cierta forma, el palpitar de un sector de la ciudadanía por los alcances que ha presentado. Sin embargo, no

¹⁴⁶ Grupo InfoRed. Op.cit. Pág.4.

¹⁴⁷ Ibid.

es el único en ser considerado por los nichos gubernamentales como tal, ya que la incursión y presión que han ejercido otros noticiarios han provocado una constante lucha por el acaparamiento de los radioescuchas y, con ello, ser tomados en cuenta, en mayor grado, por los artifices del país.

El papel que ha llevado a cabo este noticiario para los mismos medios de comunicación es sencillo, como lo han sido los demás para él mismo. En ocasiones, ha sido el que marca el paso y en otras el que sigue el paso. Tal es el caso de la declaración realizada por José Gutiérrez a Cristina Pérez “la dinámica de la radio es distinta a la de la prensa, no podemos abocarnos solamente a un caso específico, tenemos que mantener el interés de un gran público y más vale que nos concentremos en tener toda clase de productos informativos”¹⁴⁹.

Lo anterior ha llevado al programa, principalmente la emisión de la mañana, a seguir el paso de otros como lo son los medios impresos; esto, sin dejar de reconocer el tratamiento que **Monitor** da a la información.

Cabe recordar que la radio es un medio que posee la inmediatez a diferencia de los impresos, por lo que la delantera en difusión y cobertura noticiosa podrá tenerse siempre en el espectro radial, ellos sin garantizar su tratamiento.

¹⁴⁸ Ibid.

¹⁴⁹ Cristina Pérez Stadelman. Op.cit.

Conclusiones.

La radio fue el primer medio de comunicación electrónico y de masas que se introduce en la sociedad mexicana. Ha sido un elemento fundamental para la conformación y desarrollo del país, ya que este sistema de difusión cuenta con el más alto grado de confiabilidad y presencia entre los mexicanos.

El dejarse acompañar por la radio es una costumbre y/o una necesidad por parte de los capitalinos, ya sea para informarse, entretenerse o simplemente para estar acompañado. Este medio ha servido como instrumento de enlace entre la diversidad de auditorios.

La ciudad de México es una de las principales urbes con mayor número de estaciones radiales, de ahí que la calidad programática en los cuadrantes pudiera verse enriquecida debido a la fuerte competencia radiofónica existente. Sin embargo, los formatos utilizados por los radiodifusores son semejantes y pocos novedosos e innovadores. En realidad, hay poca creatividad en la radiodifusión del país, favorecida esta falta por los posibles intereses de los empresarios.

La industria radiofónica ha estado en una variante siempre constante, es decir, en continuos cambios; alianza por aquí y por allá, ventas, compras, etc., A pesar de ello, la oferta programática actual no ofrece más allá de lo ya escuchado en el espectro radial. Cabe mencionar la resurrección de las radionovelas por parte de algunos radiodifusores.

A lo largo de los capítulos presentados en este trabajo de investigación se ha podido conocer la conformación de uno de los grupos radiofónicos más jóvenes en México -**InfoRed**- y uno de los noticiarios con mayor presencia, penetración e importancia en las cúpulas del poder público, privado y de la ciudadanía del valle de México: **Monitor**.

Este noticiario se encuentra dentro de los 10 programas con mayor número de años "al aire". Es el primer noticiario de larga duración en la radiodifusión mexicana. Su primera transmisión se dio el 2 de septiembre de 1974 y desde entonces se ha venido consagrando como uno de los programas noticiosos con mayor rating en la historia de la radiodifusión mexicana.

La acepción de la palabra monitor refiere a todo aquel que amonesta o avisa. Es un término acuñado en la antigüedad a todo aquel subalterno romano que tenía la misión de acompañar a un orador para facilitarle los acuerdos y presentarle los documentos a utilizar, es decir, la "mano derecha" que proveía de información a todo aquel que la necesitara. Dicha acepción parece ser la más acertada con relación al papel que realiza el programa noticioso.

La presente investigación permite conocer parte de la historia, logros y alcances del noticiario así como la conformación de su morada y la visión de sus creadores, quienes han logrado consolidarlo como el noticiario de larga duración con mayor número de años en la radiodifusión mexicana y uno de los de mayor audiencia. De igual manera, se explican los elementos que sustentan y fundamentan la realización del mismo.

Si bien, **Monitor** no ha sido el primero en crear e innovar, informativamente hablando, las formas existentes de hacer radio-noticias en México, si ha sido uno de los programas con mayor permanencia y constancia en los aspectos transformadores de este medio electrónico en nuestro país. Para los creadores y directivos del programa y empresa InfoRed el verbo innovar es lo más importante, y tales son los objetivos que, en repetidas ocasiones, ha mencionado José Gutiérrez Vivó al frente de su equipo: "en **Monitor** lo que se busca es informar para transformar". Sin embargo esto nunca asegurará el primer sitio, ya que el éxito no sólo se consigue de ello, si no de hacer las cosas bien.

El noticiario **Monitor** es un referente para estudio y análisis del comportamiento social, político y la forma de controlar a los medios por parte del aparato gubernamental.

Monitor y sus creadores han llevado consigo la innovación, situación que lo ha hecho acreedor a diversos reconocimientos en el ámbito nacional e internacional, aspectos que también se explican dentro de la presente investigación.

Grupo **InfoRed** ha introducido una serie de servicios informativos alternos al noticiario, elementos que se compaginan para realizar un mejor servicio en pro de la población: Red Vial, **Monitor** Su Contacto, **Monitor** Su Solución, **Monitor** Su Salud y * Red.

Actualmente, el grupo se enfrenta a nuevos retos, como lo están los demás grupos radiofónicos y es que si no son lo suficientemente exitosos y por ende, cifras positivas de utilidad, tendrán que verse en la necesidad de aliarse con aquellos grupos verdaderamente poderosos por su autosuficiencia. Y es que a

últimas fechas se ha podido observar los intereses por las alianzas y asociaciones de algunos empresarios de la comunicación electrónica, así como los intereses por parte de grupos empresariales por incursionar en este rubro.

El fondo y la forma del programa noticioso son elementos que sirven de apoyo para estudiar a la sociedad mexicana en proceso de transformación como lo es en los aspectos democráticos de la libre manifestación de las ideas y del libre manejo de la información en México.

Los datos encontrados en la presente investigación, son elementos de utilidad, para todo aquel que guste de analizar el comportamiento mediático y social a través de éstos.

La búsqueda intensa por exponer de manera clara y ordenada la conformación y desarrollo de **Monitor** ha dado como resultado un panorama del medio por su caminar a lo largo de sus, poco más de, 26 años.

Se ha hablado mucho de José Gutiérrez Vivó. Sin embargo, se ha tratado de dar elementos poco conocidos del principal artífice del concepto radiofónico informativo noticioso y de servicios **Monitor** y Grupo InfoRed, al recurrir a fuentes acreditadas por el propio personaje y colaboradores.

El compromiso asumido por un servidor como autor de la presente tesis fue presentar a lo largo de toda esta información, su conformación y consolidación de un modelo noticioso quien ha sido de inspiración por diversos radiodifusores y conductores.

El conocer el pasado del grupo radiofónico al que pertenece y el de sí mismo -**Monitor**- es poder entender su presente y descifrar su futuro, esto último entendido como la resultante de su constante, al consagrar poco más de un cuarto de siglo de estar informando a la ciudadanía.

Fuentes Consultadas.

BIBLIOGRAFÍA:

- ❖ ALVA de la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. Editorial El Caballito. México 1982. Primera Edición.
- ❖ ASOCIACIÓN DE RADIODIFUSORES DEL VALLE DE MÉXICO. Una Historia Que Sí Suena. México, Septiembre de 1998.
- ❖ BAENA Paz, Guillermina. Instrumentos de investigación. (Tesis profesionales y Trabajos académicos) Editores mexicanos unidos. México 1996.
- ❖ CÁMARA DE LA INDUSTRIA DE LA RADIO Y TELEVISIÓN. Directorio de la Cámara de la Industria de Radio y Televisión 2000. México 21 de Enero de 2000.
- ❖ DE ANDA y Ramos, Francisco. La Radio, El despertar del gigante. Editorial Trillas México 1997.
- ❖ FERNÁNDEZ Chrislieb, Fatima. La radio mexicana. Centro y regiones, Juan Pablos Editor. Tercera Edición. México, Marzo 1997.
- ❖ GARCÍA Roldan, José Luis. Cómo elaborar un proyecto de Investigación. Editorial Universidad de Alicante. México 1995.

- ❖ GONZÁLEZ Reyna, Susana. Manual de redacción e Investigación documental. 4ª edición, Trillas, México 1990.
- ❖ GRUPO INFORED En 25 años MONITOR transforma a la Radio. Noviembre de 1998.
- ❖ INTERNATIONAL RESEARCH MÉXICO, S.A. DE C.V. (INRA). "Estudio de Sintonía en Radio Automóviles en la Zona Metropolitana de la Ciudad de México", Noviembre 2000.
- ❖ INTERNATIONAL RESEARCH MÉXICO, S.A. DE C.V. (INRA). "Mediometro Radio, Integramedios en la Ciudad de México". Noviembre 2000.
- ❖ MEJÍA Prieto, Jorge. Historia de la Radio y la Televisión en México. México. Editorial Octavio Colmenares.
- ❖ MICROSOFT CORPORATION Enciclopedia Microsoft Encarta 99. 1993-1998.
- ❖ NEWMAN, John F. Periodismo Radiofónico. Grupo Noriega Editores. México 1991.
- ❖ TREJO Delarbre, Raúl. Volver a lo Medios. De la Crítica a la Ética. Editorial Cal y Arena. México 1997.
- ❖ Reporte de Bitácora de patrocinadores de las estaciones XERED AM y XHRED FM, Marzo de 2001.
- ❖ ROMO Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la Radio. Editorial Diana. México 1987.

- ❖ VENTÍN Pereira, José Augusto. La guerra de la Radio 1936-1939. Editorial Mitre Barcelona 1986.

TESIS:

- ❖ CÁZARES, Jovita; SÁNCHEZ, Marcela. Monitor de Radio Red, noticiario matutino líder en rating de la banda AM. Estudio de caso 1994. Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis para obtener el título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México D.F. Junio 1998.
- ❖ RAMÍREZ Alvarez, Victor Manuel. Radio Red: Su forma de hacer Radio y Monitor de la Mañana. Universidad Nacional Autónoma de México. Tesis para obtener el título de licenciatura en Ciencias de la Comunicación. México D.F. verano 1995.
- ❖ ROJAS Ma. Soledad. Llamadas al aire: una mirada de participación radiofónica. Análisis del caso Monitor de la Mañana. Universidad Autónoma de Metropolitana plantel Xochimilco. Tesis para obtener el título de licenciatura en Comunicaciones; México D.F. abril 1997.
- ❖ HERNÁNDEZ Ojesto-Martínez, Claudia. La función social de Radio Red durante los sismos de 1985. UNAM. Tesis para obtener el título de Licenciado en Comunicación. México D.F. Diciembre 2000.

HEMEROGRAFÍA:

Revistas:

- ❖ Noticias RPM. "Otro Reconocimiento para Don Clemente Serna Martínez". Número 15. Noviembre-Diciembre 1992.
- ❖ Noticias RPM. "Convenio UNAM-Radio RED". Número 19. Junio 1993.
- ❖ Noticias RED. "Nueva Frecuencia para Radio Red... el día es de 48 horas". Número 30. Junio 1994.
- ❖ Noticias RED. "Un nuevo Servicio Nocturno de la Red Vial" Número 35. Noviembre 1994.
- ❖ Noticias Medcom. "ServiRed, Su Contacto". Número 37. Enero 1995.
- ❖ Cooperación Medcom. "El Presidente habla en Monitor". Número 42. Julio 1995.
- ❖ Cooperación Medcom. "La nueva era de la comunicación en México". Medcom. Número 37. Enero 1995.
- ❖ Noticias Medcom. "José Gutiérrez Vivó; Monitor, hoy y siempre". Número 37. Enero 1995.
- ❖ Cooperación Medcom. "Dos empresas exitosas integran esfuerzos. Clemente Serna Alvear". Número 41. Junio 1995.
- ❖ Rafael Tovar y de Teresa. "La Radio es Cultura". Revista Medcom. Número 41. Junio 1995.

- ❖ Ingrid Negrete R. "Don Clemente Serna Martínez". Revista Medcom. Número 45. Octubre 1995.
- ❖ Miguel Gallareta Negrón "Con la adquisición de Radiodifusión Red GRC se consolida". Revista Medcom Número 51. Marzo-Abril 1996.
- ❖ Elisa Robledo. "El hombre que cambió la Radio". Revista EPOCA. Número 224. México D.F. julio 1999.
- ❖ Dulce María Sauri R. "Los Periodistas". Revista Etcétera, nueva época. Número 2, Diciembre 2000.

Periódicos:

- ❖ F. Siller y A. Romero. "Guadalajara, de luto". Novedades, 23 de Abril de 1992. Primera Plana
- ❖ Antonio Romero. "No somos culpables, claman los dueños de la fábrica. La Cetral". Novedades 24 de Abril de 1992. A 12 Nacional.
- ❖ R.Medina y R. Meléndez. "Funcionarios, directivoa de la Aceitera y Técnicos declaran ya". Excélsior, 24 de Abril de 1992. Primera plana y 32 A.
- ❖ M.Anaya, R. Medina, et.al "Hallan una fuga de gasolina en un ducto perforado hace tres años". Excélsior, 24 de Abril de 1992. Primera plana y 33 A.
- ❖ Ciro Gómez Leyva. "Los días de la Radio". Reforma, 3 de octubre de 1994. Pág.6A.

- ❖ Héctor León Díez. "Grupo RED: presente y perspectivas". El Nacional, Espectáculos. 19 de Diciembre de 1994. Sección Espectáculos.
- ❖ Araceli Muñoz Valencia. "Radio Centro: la transparencia ha sido una víctima". El Financiero 25 de Septiembre de 1998. Pág. 25.
- ❖ Katia D'Artiguez. "La Crème de la Crème". El Financiero 2 de Septiembre de 1999. Pág. 68.
- ❖ Adriana Garay. "Se niega a cambiar credibilidad por fama". Reforma, 6 de Septiembre de 1999. Primera plana de Gente!.
- ❖ Adriana Garay. "Sus colegas opinan". Reforma, 6 de Septiembre de 1999. Primera plana de Gente!.
- ❖ Adriana Garay. "Sus únicos objetivos: informar y transformar". Reforma 6 de Septiembre de 1999. Pág. 8E.
- ❖ Yalín Cacho López. "MONITOR Rey del Rating". El Financiero 3 de Noviembre de 2000. Secc. Negocios pág.26.
- ❖ Carlos Meraz. "Gutiérrez Vivó vuelve optimista" Reforma 5 de Enero 1999. Pág. 1E.
- ❖ María Fernanda Matus. "Subirá audiencia a 38%". Reforma 5 de Diciembre 1994. Pág. 42A.
- ❖ Cristina Pérez Stadelman. "La pasión de Gutiérrez Vivó". Excelsior 27 de Agosto 1995. Secc. Buhó Pág.1.

- ❖ "El curioso Impertinente". La Jornada 21 de Octubre 1995. Pág 12.
- ❖ Hector Rendón. "Amigos y el Último Adiós". Reforma 9 de Diciembre de 1998. Secc. Negocios. Pág. 16.
- ❖ Fernando Pedrero. "Una vida en la Radio". Reforma 9 de Diciembre de 1998. Secc. Negocios. Pág. 16.
- ❖ Infosel. "Gutiérrez Vivó duda de la alianza". Reforma Junio de 2000.

Boletines InfoRed:

- ❖ Nadia Molina. "Miguel Aguirre Castellanos". InfoRed Especial. 30 de Marzo de 1999.
- ❖ Nadia Molina. "Cecilia Vargas". InfoRed Informativo. Marzo 1999.
- ❖ Nadia Molina. "Las nuevas instalaciones de InfoRed van en marcha". InfoRed Administrativo Número 74, Octubre 1999.
- ❖ Nadia Molina. "Comienza el cambio a las mejores instalaciones de Radio en México". InfoRed Administrativo Número 84, Marzo 2000.
- ❖ Nadia Molina. "Las nuevas instalaciones de InfoRed". InfoRed Administrativo Número 86, Abril 2000.
- ❖ Nadia Molina. "Las estaciones de InfoRed". InfoRed Administrativo Número 86, Abril 2000.

- ❖ Nadia Molina. "Inauguración de las nuevas instalaciones de InfoRed". InfoRed Edición Especial Número 89, Junio 2000.
- ❖ Nadia Molina "Cifras que impresionan". InfoRed Edición Especial Número 89, Junio 2000.
- ❖ Nadia Molina. "Compromiso y Riesgo". InfoRed Administrativo. Número 92. 29 de Julio 2000.
- ❖ Nadia Molina. "Un reconocimiento por tu labor". InfoRed Informativo. Número 93, 14 de Agosto de 2000.

ENTREVISTAS Y CHARLAS:

- ❖ Hilario Almaraz. Reportero Vial desde 1993. Mayo de 1998.
- ❖ Cesar Velázquez. Reportero Vial desde 1992. Junio de 1998.
- ❖ Jaime González Graf. Colaborador de Monitor en la Mesa política. Diciembre de 1999.
- ❖ Mario Molina. Gerente de Producción de InfoRed. Julio de 2000.
- ❖ Susana Ramírez. Recepcionista de Dirección General InfoRed. Julio de 2000.
- ❖ Gullermina Gómora, Productora Ejecutiva de Monitor Tarde-Noche. Octubre de 2000.
- ❖ Jorge Larrauri. Co-productor de Monitor de la Mañana. Noviembre de 2000.

- ❖ Martín Espinoza. Conductor de Monitor Medio Día y Subdirector de Información. Diciembre 2000 y Enero 2001
- ❖ Karina Aguilar, Productora Ejecutiva de Monitor Tarde-Noche. Diciembre 2000.
- ❖ Lorena Flores. Asesora Vial desde 1995. Diciembre de 2000 y Febrero 2001
- ❖ Javier Negrete, Coordinador de Corresponsalías. Enero 2001.

DIRECCIONES WEB:

"InfoRed abre nuevas oficinas; el Ejecutivo cortará el listón."

<http://www.elfinanciero.com.mx/interior/noticias.asp?tema=04&mostrar=17232&historico=1>.

"Historia de la Radio".

<http://www.cirt.com.mx/2.html>.

"Datos estadísticos CIRT".

<http://www.cirt.com.mx/7html>.

InfoRed "Información de Buena Fuente"

<http://www.infored.com>

"Monitor"

<http://www.monitor.com.mx>.

"Resumen de Noticias metropolitanos".

<http://www.infored.com.mx/metropolitano/html/metointro.html>.

“Grupo Radio Fórmula”.

www.radioformula.com.mx.

“Detrás de la Noticia”: Ricardo Rocha.

www.detrasdela noticia.com.mx

“Grupo Imagen”.

www.imagen.com.mx