



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LAS ALIANZAS RADIOFONICAS EN EL DISTRITO
FEDERAL Y LAS NUEVAS TECNOLOGIAS
PARA EL SIGLO XXI (1990-2000)**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A**

JOSE DE LA LUZ RIVERA GALAVIZ

DIRECTOR: LIC. ANDRES SILVA GOMEZ



MEXICO, D. F.

2004



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

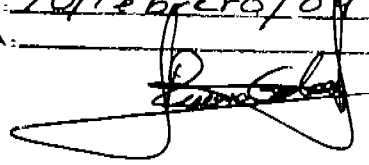
NOMBRE: Rivera Galariz

Jose de la Cruz

FECHA: 10/febrero/04

FIRMA: _____

A MIS SINODALES



Por el tiempo dedicado, sus valiosos comentarios y sugerencias en la revisión y conclusión de este estudio.

Lic. Andrés Silva Gómez

Lic. Guadalupe Medina Ortíz

Lic. Rolando Chávez Moreno

Lic. Magdalena Ávila Lara

Mtro. Hugo Sánchez Gudiño

Agradezco de manera particular, a mi asesor **Lic. Andrés Silva Gómez**, sus palabras de aliento, la paciencia que tuvo disciplinándome, para que no claudicara en mi propósito.

DEDICATORIAS

A mi padre, Ramón Rivera Sánchez, porque su Incandescencia continúe iluminándome

Para mi hija, Dora Luz Antonieta Rivera Miranda

Con cariño a mi Madre, Enedina Galaviz Vda. De Rivera, por haberme dado la vida

Para mis hermanos: Ramón Francisco, María de Jesús y Beatriz

Dedico este trabajo de forma muy especial a mi Angelita de la guarda María de la Luz Muñoz, quien en todo momento siempre estuvo a mi lado con una palabra de aliento, de apoyo incondicional en los momentos difíciles, sin ella, no hubiera sido posible terminarlo.

A La Sra. Ma. Eugenia Lemus Moreno, como sombra benéfica y alentadora de todos mis proyectos.

Al Maestro y amigo: Gabriel Sosa Plata coautor intelectual de este crimen, cuya sugerencia y conocimiento en el tema, me motivaron a desarrollarlo.

Para el Lic. Francisco M. Campuzano Lamadrid: Por su palabra de oro, por su amistad de oro, por su corazón de oro.

Para usted doctora, terminé este trabajo antes de que finalizara el siglo de los descubrimientos, de que vieran el primer atisbo de luz las nuevas tecnologías: a Guillermina Baena Paz.

Con todo mi reconocimiento a la familia Laris Rodríguez, de manera especial al: Lic. José, Dr. Eduardo, Juan Bosco, Fernando, y Refugio.

A la Lic. Alicia Rangel Jiménez: Todo, todo, todo, Duele, este Amor a Contrapunto.

A los compañeros de degeneración: Lic. Alberto Esquivel Villar y la compañera Pamela Levinstein (Ma. Elena Ramírez Maldonado).

A mi Tío: Sr. Raúl Romero Rivera, Concesionario de la X E H T, Radio Huamantla.

Introducción	1
1. Factores que influyen en la formación de Alianzas Radlofónicas	5
1.1 Factores económicos y de competencia	8
1.2 Cadena Crystal-Cima-Somer	16
1.3 Organización Radiorama-Grupo Siete	19
1.4 Radiodifusoras Asociadas-Radiópolis	22
1.5 Grupo Radio Centro-Televisa-Grupo Acir	25
2. Fusiones Representativas	28
2.1 Grupo Radio Centro se fusiona con Radio Red	28
2.2 Núcleo Radio Mil-Stéreo Cien	36
2.3 M.V.S. Comunicaciones-Grupo Imagen Comunicación en Radio	39
2.4 Grupo Acir-Agentes de Radio y Televisión	43
3. Las Adquisiciones	46
3.1 Radio S.A.-Grupo Imagen Comunicación en Radio	47
3.2 Radiodifusoras Asociadas-Radio 6. 20	49
3.3 Organización Radiorama-Núcleo Radio Mil	53
4. Perspectivas y Escenarios en la Radio	54
4.1 Proceso operativo de las nuevas tecnologías	54
4.2 Radio Abierta (las subportadoras)	58
4.3 Radio Restringida	61
4.4 Radio e Internet	64
4.5 Radiodifusión Sonora Digital "DAB"	69
4.6 Las concesiones y la normatividad	78
Conclusiones	85
Glosario	90
Bibllografía	94
Hemerografía y otras fuentes documentales	97
Revistas consultadas	98
Entrevistas personales	99

INTRODUCCIÓN

Alrededor del mundo notamos fusiones y megallanzas en todos los sectores de la producción, las hay entre empresas desconocidas que sorpresivamente absorben a otras con capitales más pequeños o incluso de igual monto con el fin de robustecer su presencia en el mercado, la marcha es inexorable hacia una oferta ilimitada de opciones tecnológicas y de contenidos que competirán por el tiempo y la preferencia del usuario, que ahora se presenta como un ser desinhibido e ilimitado en su poder, esto ha cambiado el modelo que actualmente opera en el sector de las telecomunicaciones.

En lo que podríamos llamar la década de la crisis, (los noventa del siglo XX), la radio en el Distrito Federal, se enfrentó a un panorama ensombrecedor, justo a mediados de ésta, se hizo presente una situación que afectó a todos los medios de comunicación, más de cuatro mil empleados fueron despedidos, y no sólo eso; algunas empresas que se consideraban solventes cerraron en definitiva.

El llamado error de diciembre y un cúmulo de factores económicos que de él emanaron, impactó directamente a la industria sin chimeneas, principalmente en su infraestructura, ya que este medio vive de comercializar sus espacios y por tanto está sujeto a las variables del mercado publicitario principalmente.

Por otra parte, los insumos requeridos para el quehacer radiofónico en México, provenientes en su mayoría de los Estados Unidos de Norteamérica (equipos de audio, consolas, cintas magnéticas, grabadoras de carrete abierto, micrófonos, entre los principales), vieron incrementados sus costos por la volatilidad financiera en nuestro país.

Esta situación generó un caos entre los concesionarios que habían adquirido equipo o estaban por hacerlo, ya que la forma de pago siempre se ha efectuado en dólares. La situación agobiante era la falta de liquidez. En este tenor, el año de 1995 fue calificado como nefasto para la publicidad, su organismo rector, la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, consideraba que se necesitarían dos o tres años para poder lograr la recuperación y un incremento como en años anteriores. Consecuencia de esto, como se mencionó; fue el despido masivo y la nula creación de empleos en el sector.

Los efectos de esta crisis económica se hicieron sentir en todos los corporativos radiofónicos, recortaron sus presupuestos y le dieron las gracias a conductores y comentaristas de prestigio. El esquema planteado es fácilmente apreciable ante la urgente necesidad de los grupos radiofónicos para lograr acuerdos y alianzas y así afrontar de manera menos desventajosa la crisis imperante. Lo anterior no sólo comprueba la hipótesis principal de este trabajo al plantear que: "Las alianzas radiofónicas, surgen como una consecuencia de la crisis económica", sino que la reafirma.

Ante esta disyuntiva, y debido a la ausencia de información sobre el tema, el trabajo que a continuación se presenta pretende señalar los aspectos relevantes que han llevado a los concesionarios radiales a establecer estrategias con el fin de, no solamente salir de este problema sino también, lograr el fortalecimiento de sus empresas por medio de acuerdos, alianzas, fusiones, la renta y venta de estaciones.

Lo relevante en esta década se puede ubicar en tres aspectos fundamentales: En lo histórico, fin de milenio. En lo social, el surgimiento de diversos grupos guerrilleros como el Ejército Zapatista de Liberación Nacional, El Ejército Popular Revolucionario etcétera. En lo político, el asesinato del candidato del Partido Revolucionario Institucional a la presidencia de la República Luis Donaldo Colosio Murrieta. En lo económico, la devaluación del peso frente al dólar.

En el capítulo uno se citan las características de las primeras alianzas y se ofrece una serie de elementos que han impulsado su creación, así como la forma en que los grupos radiales, catalogados más fuertes, han tenido la necesidad de aliarse para hacer más llevadera la crisis económica, incluso la pretendida operación entre la filial en radio del grupo Televisa con dos corporativos considerados sólidos en sus finanzas y por último la compra del Sistema Radlópolis por parte del corporativo español Promotora de Informaciones (Prisa S.A.), propiedad de Jesús de Polanco.

En el segundo capítulo se da una descripción detallada de las fusiones que se generaron principalmente a partir de la mitad de esta década, grupos como Radio Centro y Radiodifusión Red unieron esfuerzos y capitales, el primero para consolidarse como el corporativo con más estaciones en el Distrito Federal, el segundo, con el objetivo de asegurar su presencia en el dial capitalino en una, cada vez, más clara competencia. Núcleo Radio Mil y Stéreo Cien, se fusionaron con dos objetivos específicos, el primero para mejorar su situación económica y el segundo para fortalecer su liderazgo en la banda de F.M., formando parte de ello las frecuencias 100.9 y 89.7, Agentes de Radio y Televisión hizo lo propio, con Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (Grupo Acir), la diferencia como se verá en este capítulo es que la fusión fue ventajosa para las dos partes.

En el tercer capítulo se habla de las Adquisiciones entre grupos radiales. Grupo Imagen y Radio S. A., Dos de ellos: Organización Radiorama y Radiodifusoras Asociadas, ingresaban a este mercado, no obstante tener una gran presencia en el interior de la República, se analiza también brevemente, su historia y el proceso de estas operaciones.

Es preciso señalar que Organización Radio Fórmula propiedad de Rogerlo Azcárraga Madero, no entró en ningún tipo de negociación, se enfocó a consolidar sus estaciones probando con diversos tipos de formato en las dos frecuencias, un ejemplo clásico fue la ubicada en los 1470 kilociclos, pasaba de Radio Cañón, a la

Tremenda, de la Tremenda a Tercera Cadena Nacional, y así por el estilo; por ende conductores y comentaristas entraban y salían, los cambios en este periodo fueron sólo en su estructura interna, hoy se erige como uno de los corporativos más sólidos en sus finanzas y en audiencia.

El capítulo cuatro está dedicado a las nuevas tecnologías y su normatividad, se plantea la diferencia entre la radio analógica y la digital, se menciona el funcionamiento y las bondades de las Subportadoras y la manera en que son utilizadas por empresas particulares para el envío de información a baja velocidad, se describen los avances, el uso y la comunión entre la radio, como vehículo de información, y la Internet como herramienta y complemento de las nuevas tecnologías. Un apartado especial merece la Radiodifusión Sonora Digital, catalogada como la radio del futuro; se establecen los puntos de vista de los diferentes actores, usuarios a mediano y largo plazo y sus controversias debido a características técnicas y de intereses políticos y económicos. Finalmente, el tema de las concesiones se atiende de forma descriptiva, no obstante existir una acalorada polémica al respecto entre las instituciones involucradas.

En la realización de este trabajo se utilizaron diversas fuentes tales como: información bibliográfica; hemerográfica y entrevistas personales a los concesionarios de este medio; la experiencia personal, fue de suma importancia debido a un conocimiento más verídico del tema tratado;

1.- FACTORES QUE INFLUYEN EN LA FORMACION DE ALIANZAS RADIOFONICAS

El proceso de Globalización que vive América Latina se enmarca en las políticas dictadas por los Estados Unidos en materia económica y tecnológica fundamentalmente, en la octava década del siglo XX que según datos de la Comisión Económica para América Latina (CEPAL), es la década perdida; resulta natural que el Continente del cual formamos parte es fiel testigo de los cambios en las estructuras políticas y sociales en Europa y Asia, resurge la democracia y un profundo sentimiento nacionalista, la caída del Muro de Berlín y la apertura que inicia Gorbachev en la URSS, hacen pensar a nuestros vecinos del norte en reafirmar su posición Imperialista en toda Latinoamérica.

Los años ochenta no son años perdidos para los asiáticos; Japón, Hong Kong, Tailandia, entre otros con renovados bríos enfocan sus esfuerzos a la producción en serie, surgen como los exponentes de la revolución tecnológica, invaden el mercado con los Videojuegos y los aparatos electrónicos, las Antenas Parabólicas son ya de uso común. En Holanda es creado el Disco Compacto cuya característica principal es un mayor almacenamiento de información y una mejor calidad de sonido.¹ El mercado de las telecomunicaciones está pujante.

Sin embargo Latinoamérica está en la óptica de la crisis económica, la inestabilidad política es evidente, la inconformidad social se plasma en los movimientos armados a lo largo y ancho del Continente y en México se pasa del Populismo a la Renovación Moral de la Sociedad, esa sociedad que le hizo frente

¹ El Universo de la Radio No. 3, "CD: la nueva memoria", Hernández, Lomelí Francisco, 1996, p. 95.

a la catástrofe acaecida en 1985, sola y sin ayuda del gobierno federal, la sociedad se renovó, surge la solidaridad en momentos como éste, reaparece entonces un amigo, fiel compañero en espera de comulgar con esta sociedad; un hecho desafortunado y fortuito le dio a la radio su lugar como medio de información, bajo esta perspectiva y con una crisis generalizada, los empresarios de este medio comienzan a pensar en la forma de solventar este panorama; por un lado se da el llamado Boom de los noticieros consolidándose con las históricas elecciones federales para presidente de la República en 1988 y por el otro, el constante y evidente rezago en el ámbito de las nuevas tecnologías para poder competir en un cuadrante cada vez más especializado, son los actores en el escenario radiofónico del Distrito Federal. Crisis Económica y Competencia comparten créditos con un invitado especial: Las Alianzas.

En el sentido literal del término, alianza significa unión de dos cosas que concurren para un mismo fin, pacto o convención, etcétera, a su vez, existen diferentes tipos de alianzas, entre las principales ubicamos a las políticas, religiosas, sociales, económicas, y comerciales. Las dos últimas, serán tratadas con detenimiento, puesto que el constante proceso de modernización tecnológica y la inestabilidad económica ocasionada por diversos factores en nuestro país, ha originado que los grupos radiofónicos más representativos ubicados en el Distrito Federal, hayan tenido la necesidad de "allarse", y/o "fusionarse"; para solventar la difícil situación en la que se han visto inmersos.

Para entender mejor el significado de Alianza sobre este tema, es necesario tener la perspectiva en términos jurídicos del Lic. Francisco Campuzano Lamadrid, especialista en la materia: alianza es, "La asociación de dos o más personas físicas o morales para que a través de la unión de esfuerzos y aportación de capital, experiencia y recursos humanos y materiales se logre un objetivo común"²

² Entrevista al Lic. Francisco Campuzano Lamadrid, Exdirector jurídico de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, lunes 3 de junio del 2002.

Es preciso señalar para los motivos de este trabajo la diferencia entre Alianza, Cadena o Grupo, ya que en la mayoría de las ocasiones las personas confunden su significado, ya que éstas, son Empresas cuyo objetivo específico es representar comercialmente los intereses de estaciones de radio y televisión ante los compradores de publicidad, sean agencias o los propios anunciantes quienes se benefician de los servicios de estas cadenas, para conseguir espacios publicitarios en emisoras ubicadas en todos los estados de país. Estas cadenas o grupos no son dueños de todas las estaciones representadas, gran parte de ellas sólo utilizan los servicios que les brindan estos corporativos. Pero, no existe ningún compromiso para que se conviertan o pasen a ser propiedad de la cadena que además les brinda a sus representadas asesoría jurídica, técnica, de programación, análisis de audiencias, y mercadotecnia. "También les facilita a los medios de las agencias de publicidad, la contratación de estaciones del interior, que no sería igual si el medio tuviera que contratar con cada una de las estaciones".³

³ Entrevista a María Eugenia Lémus de Sánchez. Directora de Relaciones Públicas de Radiodifusoras Asociadas S. A. de C. V. miércoles 5 de junio de 2002.

1.1- Factores Económicos y de Competencia

A mitad del siglo XX la radiodifusión de nuestro país tomó otros derroteros, con el surgimiento de la televisión, la radio ya no sólo competía con la radio; pues ahora la T.V. se había convertido en el medio de comunicación más importante para los Gobiernos de Miguel Alemán y Adolfo Ruiz Cortínez; justo en esta época, la familia O' Farril no se conformaba con instalar estaciones de radio durante la gestión de Miguel Alemán, sino que además tuvo la primera concesión televisiva en México, la de XHTV-TV Canal Cuatro. La azarosa historia de la radiodifusión nacional es caracterizada por etapas de Bonanza, de Incertidumbre, y de recurrentes Crisis Económicas.

Posterior al surgimiento de la televisión y con la experiencia derivada de los incipientes grupos y cadenas radiofónicas formadas a lo largo de los años cuarenta, los concesionarios radiales encaminaron sus esfuerzos y capitales para hacer de la radio un medio redituable y poder disminuir así, la grave situación económica que propició la T. V. ya que este medio ganaba una gran cantidad de prosélitos pues no sólo tenía voz, sino también imagen.

Los sesenta son el escenario para que la radio expresara su sentir, al definirse claramente en ocho familias la propiedad de este medio electrónico, los grupos se conformaron como se indica.

Grupo Radio Centro: Francisco Aguirre, Luis Rodríguez, Fernando Gómez Aguirre.

Núcleo Radio Mil: Adrián Lajous Martínez, Guillermo Salas Peyró, Teófilo Bichara Zimerl, Luis Marcelino Farías Carlos Flores A.

Grupo Azcárraga-Alemán. División Radio: Rómulo O. Farril, Víctor Hugo O. Farril, Emilio Azcárraga Jr. Pablo Macedo Pizarro, Alejandro Siegrist Clamont, John James, Dupuis Jacobson.

Grupo Morales: Guillermo Montesinos Lavin, Guillermo Morales Blumenkron.

Grupo Radio Trece: José Luis Fernández Jr., Alberto Jaubert, José Luis Fernández, Andrés García L., Arturo Zorrilla Martínez.

Grupo Monterrey: Representado por Alejandro Garza Laguera.

Grupo Azcárraga-Alemán. División Televisión: Rómulo O. Farril Jr., Miguel Alemán Velasco, Emilio Azcárraga V., Laura Azcárraga de Díaz Barroso, Laura Milmo de Azcárraga, Carmela Azcárraga de V., Emilio Azcárraga Mllmo, Hilda Avila de O. Farril, Guillermo González Camarena.

Grupo Radio Programas de México: Joaquín Vargas, Clemente Serna Alvear.

Los grupos señalados son representados por quince firmas entre las que destacan: Sociedad Mexicana de Radio, Grupo ACIR, RUMSA, Radio Cadena Nacional, Radlorama, Agentes de Radio y Televisión, Organización Impulsora de Radio, Corporación Mexicana de Radio, Radlodyfusoras Asociadas, Ravepsa, entre las principales. Estos corporativos detentan gran parte de las concesiones en nuestro país siendo el primero Radlorama con un aproximado de 160 estaciones, un grupo no menos importante es ACIR, le sigue Radlodyfusoras Asociadas y así sucesivamente. Iniciaba en esta época lo que sería a través de los años, la ruta por la que ha transitado la radlodyfusión nacional.⁴

⁴ Uno más Uno, "Quince firmas controlan, más del 80%de las radlodyfusoras en México", Velasco Ugaldé Enrique, sábado 10 de junio de 1989, p. 24.

No obstante la inserción de esquemas novedosos en el cuadrante capitalino, una delineada segmentación de auditorios, y el ofrecimiento de paquetes publicitarios atractivos; la pertinaz crisis económica afecta a la radio comercial. Los primeros indicadores son percibidos justo a la mitad de los años ochenta, el descenso de la facturación publicitaria se reflejó al coincidir factores de índole natural, y lo que ya parece una norma; que cada fin y principio de sexenio, nuestro país es presa de inestabilidad política y económica, necesitamos del reconocimiento oficial de los Estados Unidos de Norteamérica, esto aunado a la consecuente devaluación de nuestra moneda frente al dólar. El sistema Neoliberal implantado por Carlos Salinas a su arribo a la Presidencia de la República, generó incertidumbre entre los empresarios de la radio, motivo por el cual la compra, venta, renta y fusiones de corporativos radiales comenzaron a ser de uso común en este sector de las comunicaciones.

Así el periodo de fin de siglo es caracterizado por una profunda inestabilidad económica, una reflexión sobre esta difícil situación se antoja pertinente. Por los acontecimientos anteriormente citados principalmente a mitad de los noventa, el panorama radiofónico de la capital se replantea, las modificaciones en este mercado obligan a la competitividad, por esto: "en el año de 1995 apreciamos cuando menos 9 cambios de formato en estaciones de grupos considerados fuertes y no sólo eso, conductores y programas sufrieron modificaciones considerables".⁵

⁵ Cfr. Revista Mexicana de Comunicación, "Focos de emergencia para la radio mexicana", Sosa Plata Gabriel, febrero-abril, 1996, p. 13.

El Tratado de Libre Comercio en nada ha beneficiado a la industria radifónica, la desleal competencia ocasionada por un mundo global, hace prácticamente imposible que cualquier empresa mexicana compita con Taiwan, Japón o Corea, puesto que estos países poseen una gran capacidad de producción y comercialización, ya que si México fabrica un juguete para venderlo en el mercado en 100 pesos, los países asiáticos lo comercializan en 40 o 50 pesos, esto obviamente es fruto de la libre competencia. En materia de radio, los empresarios se vieron en la necesidad de investigar a profundidad el mercado segmentándolo, administrando sus ventas, y dándole un gran impulso a las relaciones públicas para una mejor comercialización de sus espacios, de esta forma los concesionarios fueron saliendo temporalmente de una crisis que ha acompañado a la radio a través de los últimos años.

La competitividad y la modernización tecnológica han originado que los grupos radiales más fuertes enfoquen sus baterías a revitalizar sus estaciones de amplitud modulada, ofreciendo a los anunciantes formatos y programaciones habladas casi en un cien por ciento, otras estrategias han dado como resultado que los que compran radio se vean beneficiados porque se les ofrece un perfil de estación donde se tenga la certeza de que su producto o servicio impacte al público específico y en los horarios acordados abatiendo así los costos.

A pesar de todo, los ciclos en la radio se hacen presentes en el último trienio de los noventa, los índices en la facturación publicitaria han tenido altibajos debido en gran parte a circunstancias o coyunturas como las campañas políticas para los cargos de elección popular, pero "la radio, al igual que el resto de las industrias, vivió un colapso grande, "un salto hacia atrás", pero no peor que los demás sectores de la economía. Fue proporcional y sí, hubo un decrecimiento interesante que va de un rango de no menos de 30 por ciento y hasta un 50 por ciento en algunos casos. (...) la crisis golpeó al sistema de A.M. que vio disminuida su facturación en comparación con "su hermana la F.M.", y es que al ver disminuidas

sus ventas, los anunciantes dejaron por un tiempo de promocionar sus productos a través de la radio y esto impactó de manera importante a la industria".⁶

La década de fin de siglo es partícipe de las transformaciones de la industria del entretenimiento. A partir de 1994 y durante 1995 se realizaron por enésima ocasión ajustes administrativos, técnicos y operativos que buscaron la nulificación de la crisis económica originada por los acontecimientos violentos al inicio de 1994.

De esta manera Grupo Radio Centro se fusionó con Radiodifusión Red y Corporación Medcom; Grupo ACIR, con Agentes de Radio y Televisión (ARTSA), y Sociedad Mexicana de Radio (SOMER) con el Núcleo Radio Mil, además que Organización Radlorama (empresa líder y con más estaciones en el interior del país), hacía sentir su presencia en el distrito federal con la compra de dos estaciones al Núcleo Radio Mil. Radio Onda y Dimensión 13.80, las dos de amplitud modulada.

Al igual que la televisión, la radiodifusión nacional en los años noventa y principalmente a mediados de estos, ha tenido constantes movimientos, tan intensos que han modificado el modelo de este medio de comunicación, la compraventa de estaciones, las fusiones y alianzas estratégicas se han convertido en acciones tan normales entre los dueños de esta industria, que estas características se atribuyen a la disminución de los ingresos en la venta de espacios publicitarios.

La concentración en pocas manos se ha profundizado desde 1992 y la tendencia sigue, tales movimientos fueron impulsados principalmente por grupos con capital mexicano, o también de corporativos que decidieron comprar acciones en empresas de radio extranjeras. No obstante la tendencia se ha revertido y los capitales extranjeros provenientes en su mayoría de los Estados Unidos de

⁶ El Nacional, "La Radio ante el reto de ser más creativa", Cervantes, Jorge, lunes 2 de junio de 1997.

Norteamérica, son los que han estado adquiriendo porcentajes en los grupos radiales de nuestro país.

El grupo radial con más estaciones en el Distrito Federal, Grupo Radio Centro perteneciente a la familia Aguirre, fue protagonista al dar a conocer que el 50 por ciento de sus acciones que incluso cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores y la de Nueva York, serían adquiridas por la compañía Chancellor Media por un aproximado de 237 millones de dólares, de tal cantidad la empresa estadounidense pagaría 81.5 millones de dólares a los dueños de Grupo Radio Centro y que a su vez Chancellor invertiría 39 millones en efectivo y entregarían a la compañía acciones comunes con un valor aproximado de 116.5 millones de dólares.⁷

Como referencia, este corporativo estadounidense forma parte de Hicks, Muse, Tate & Furst, con oficinas en la ciudad de Dallas Texas y que a su vez adquirió un porcentaje de las acciones de MVS Multivisión, por un total de 120 millones de dólares.⁸

Antes de llevarse a efecto esta operación, Hicks entró en negociaciones con Grupo ACIR propiedad de la familia Ibarra para tratar de conseguir entre el 30 y 49 por ciento de sus acciones pero sólo se quedó en eso, ya que no se pudo llevar a la práctica dicha operación.

Con 315 estaciones de radio operadas por Capstar en segmentos de mercado que van de los pequeños a los medianos, y 99 manejadas por Chancellor en mercados de mayor cobertura, Hicks se erige como la firma con el mayor número de radiodifusoras en los Estados Unidos dejando de lado a la ya conocida y prestigiada CBS y que tiene en su haber 169 estaciones, Hicks tiene presencia en

⁷ Cfr. El Financiero, 11 de julio de 1998, p. 9.

⁸ Cfr. El Norte, 15 de abril de 1997., y Reforma, -sección negocios-, 13 de febrero de 1996.

más de 80 mercados en la Unión Americana y sus Ingresos son superiores a los mil trescientos ochenta y nueve millones de dólares al año.⁹

Un movimiento no menos importante se da entre los dueños de Grupo ACIR, que vendieron el 40 por ciento de sus acciones a la empresa estadounidense Clear Channel Communications, en abril de 1999. Clear Channel es un corporativo con una gran presencia en Estados Unidos y que es poseedor de 184 radiodifusoras, entre propias administradas y afiliadas ocupando el tercer lugar en este país, cuenta también con 18 estaciones de televisión, y ostenta el 29 por ciento de Hettel Broadcasting, que es el grupo líder de la radio hispana en la Unión Americana y al igual que Chancellor tiene acciones en grupos radiales en el extranjero en países como Australia, China, Nueva Zelanda, y la República Checa.¹⁰

De esta manera, el pago por el porcentaje de Grupo ACIR, fue de 57 millones y medio de dólares en efectivo y, acorde con la resolución de la Comisión Federal de Competencia, (organismo encargado de dirimir este tipo de controversias), expedida el 16 de enero de 1999 la adquisición fue aprobada porque Grupo ACIR tendrá recursos frescos para eficientar su actividad radial amén de que su participación en el mercado mexicano no deberá cambiar.

Las actividades del Grupo ACIR, están enfocadas a tres áreas principalmente, Radio Acir que opera 164 estaciones de radio de las cuales aproximadamente 100 son de su propiedad, las restantes son administradas o afiliadas, su filial Televisión Internacional (TVI) Comunicaciones cuenta con ocho sistemas de televisión por cable que bañan con su señal ciudades con un promedio de 200 a 300 mil habitantes. La división Multitrunking Comunicaciones proporciona servicios de radiocomunicación privada principalmente en la zona del pacífico.

⁹ Cfr. U. S. News, 26 de enero de 1998.

¹⁰ Véase la página en Internet www.Clearchannel.com 1999.

Aunado a su acuerdo con Clear Channel, Grupo ACIR cuenta con otros socios en nuestro país, en marzo de 1996 el Grupo financiero Inbursa, a través de Inbursa, sociedad de inversión de capitales (SINCA) propiedad de Carlos Slim se hizo del 49.5 por ciento de las acciones del grupo radiofónico con el objetivo de solucionar los problemas de liquidez del corporativo. Del mencionado porcentaje, 30 por ciento fue el que se le vendió a Clear Channel, en tanto la familia Ibarra se desharía de un 10 por ciento adicional.

Con esta operación el Grupo ACIR estaría conformado según el periodista Darío Celis de la siguiente forma: Clear Channel 40 por ciento, la familia Ibarra 40 por ciento, y Sinca el 20 por ciento de un total de cien.¹¹⁻¹²

La radio mexicana es presa de la Globalización en un intento por competir en el campo de los negocios. La participación extranjera en los grupos radiofónicos del país es real, en un mundo antes no pensado se dan innumerables intercambios con los grandes consorcios de Estados Unidos en donde estos invierten y ofrecen programaciones no sólo de estos dos países sino que también de Sudamérica e incluso de Europa, casos específicos Sistema Radiópolis y Promomedios de Occidente.

¹¹ Cfr. El Financiero, 6 de febrero de 1998.

¹² Un análisis detallado de estos movimientos se encuentra en la Revista NEO, Vol. 2, No. 11, febrero-marzo, 1999, p.p. 16-23.

1.2 Cadena Crystal-Clima-Somer

Este movimiento se da en los inicios de 1993, aunque no fue por mucho tiempo, es prudente citarlo ya que dos de los involucrados Sociedad Mexicana de Radio (SOMER) y Grupo Siete, han adquirido estaciones en el interior del país y en el Distrito Federal, la Incursión de éstos en el espectro capitalino data de dos décadas características en la radio mexicana, por un lado Sociedad Mexicana de Radio, inicia actividades en abril de 1966 asesorando a sus afiliados en lo concerniente a la producción de programas de radio, de campañas publicitarias, e instando a sus agremiados a la instalación de una tecnología de vanguardia en sus equipos, su fundador es Edilberto Huesca Perrotín en colaboración con Jesús González, Francisco González, Héctor Perelra, y Adrián Ojeda.

En 1977 SOMER obtiene la concesión para operar en la capital del país Radio Maranatha (hoy Stereo 100) ocupando los 100.1 megahertz, actualmente la firma cuenta con estaciones propias en el interior del país en plazas importantes como Guadalajara, Cuernavaca, Cuautla, Taxco, Orizaba y Tamaulipas. El noticiario Enfoque es el informativo característico de la estación del Delfín, Stereo 100 ubica el perfil de su auditorio entre los 24 y 45 años de edad y que gusta de la buena música y de estar bien informado.¹³

Por su parte el Grupo Siete es encabezado por Francisco Javier Sánchez Campuzano quien lo fundó en 1977, se integra por tres rubros en el campo de la información. Una División Editorial con los diarios Cambio Hermosillo, Cambio Tijuana, y Cambio Nogales, también maneja la Revista Playboy México.

La División en la Pantalla Chica se conforma por el Canal Dos de Matamoros, Canal Dos de Hermosillo, este corporativo cubre con sus señales gran parte de la frontera con los Estados Unidos de Norteamérica y mantiene convenios con la

¹³ Asociación de Radiodifusores del Valle de México, "Una Historia Que Sí Suena". ARVM, 1973-1998, P.P. 303-305.

Cadena Telemundo, además de estar asociado con los Canales 46 y 57 de San Diego California.

En el Rubro de la Radio, sus antecedentes datan de 1979 cuando su dueño adquiere la estación X E R O K Radio Cañón en el 800 de amplitud modulada en la plaza de Ciudad Juárez Chihuahua, con una potencia de 150.Mil Watts bañando con su señal varios estados de la Unión Americana, México, y Centroamérica.

La expansión de este grupo en el campo radial tiene sus orígenes a partir de 1983 con la adquisición de X H F O – FM Crystal FM. Dotándola de un formato con baladas románticas y con 300.Mil Watts de potencia, la voz que la identificaba era Ricardo Altamirano y que a su vez se desempeñaba como Director Artístico. Una década posterior el corporativo se hace de cinco emisoras en la costa del pacífico.

Pero no sólo eso, el área de influencia en los estados vecinos al Distrito Federal se ubica en Malinalco, Coacalco, y la capital del Estado de México Toluca; en donde el concepto Crystal se hace sentir también en Pachuca y sus alrededores al alcanzar el 60 por ciento de la audiencia en estos estados.¹⁴

El Grupo Radio Cima propiedad de Pedro Estrada Martínez y en unión con Francisco Javier Sánchez Campuzano crean la Cadena Crystal – Cima el primero de febrero de 1992 que aglutinaba con esta alianza 80 radiodifusoras en 21 estados de país. En marzo de 1993 se les une el grupo comandado por Edilberto Huesca Perrotín poseedor de SOMER, que ostentaba 33 estaciones entre propias y afiliadas, se conforma así la Alianza Crystal - Cima - Somer con un total de 113 estaciones en su haber, pero como suele suceder cuando hay intereses tan fuertes, Sánchez Campuzano decide separarse en mayo de 1995 quedando la cadena Cima – Somer con 110 estaciones 60 en F.M. y las restantes en A.M.¹⁵

¹⁴ IBID. p.p. 119-121.

¹⁵ Revista Mexicana de Comunicación, No. 45. "Grupos, cadenas y alianzas estratégicas en la radio", agosto-octubre de 1996, p. 26.

Uno de los objetivos específicos de estas alianzas es acaparar el mercado publicitario ofreciendo a sus agremiados megapaquetes a un menor costo y con una cobertura mayor, otro de los fines es incrementar su poderío como grupos para hacerle frente a la cada vez más crítica situación en un mercado contraído y con escasas posibilidades de sobresalir si no es aliándose o como se plantea más adelante, fusionándose.

1.3 Organización Radiorama - Grupo Siete

Reza la máxima, para que la cuña apriete debe ser del mismo palo, los fundadores de Organización Radiorama son egresados de una de las escuelas forjadoras de radiodifusores en nuestro país, Organización Radio Centro, al igual que el Núcleo Radio MIL. Javier Pérez de Anda y Francisco Javier Sánchez Campuzano son los magnates de Radiorama y Grupo Siete respectivamente.

La experiencia adquirida en Radio Centro y una inquietud por aportar sus conocimientos en este medio, hicieron que Javier Pérez de Anda, junto con Adrián Pereda López conformaran el 9 de diciembre de 1970 La Organización Radiorama, el equipo fue complementado con la adhesión del Lic. Casio Carlos Narváez Lidolf, quien laboraba en el área jurídica de Organización Radio Centro y que a la postre sería presidente de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), Alfonso Sanabria se hizo cargo de la parte técnica, y Rafael Zepeda Prieto de la dirección artística.

Los inicios de esta empresa no eran halagüefos, la misma Organización Radio Centro ofrecía los servicios que pretendía la naciente Organización Radiorama. Cadenas como Radiodifusoras Asociadas (RASA), Radio Cadena Nacional (RCN), y otras ya acreditadas en el sector de la representación comercial, eran las poseedoras del mercado nacional.

Los esfuerzos de Organización Radiorama se vieron coronados en el norte de nuestro país al conseguir la representación de la X E TO en Tampico Tamaulipas propiedad de Alfonso Sanabria Esparza. Al paso del tiempo Radiorama comenzó a representar emisoras en Mexicali (XEAO, XERM), en Ciudad Juárez (XEPZ), Matamoros (XEMS), y en Tuxtla Gutiérrez (XEON), uno de los grandes atractivos de Radiorama consistía en gestionar trámites a los radiodifusores de provincia ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y la Secretaría de Gobernación.

Actualmente Radiorama se erige como la única cadena que ostenta el mayor número de estaciones entre propias administradas y afiliadas con el 80 por ciento del mercado nacional y con una cobertura en 76 plazas. Es de destacar que gran parte de estas radiodifusoras están localizadas en la zona fronteriza con los Estados Unidos de Norteamérica acaparando un segmento muy representativo de la población hispana.¹⁶

La expansión de Radiorama se cristaliza a mediados de 1994 al comprar al Núcleo Radio Mil dos de sus estaciones en amplitud modulada, Dimensión 13.80, y Radio Onda en los 1530 kilohertz, esta operación se efectuó debido a la difícil situación económica que enfrentaba el grupo caracterizado por el canguro. La compra de estas dos emisoras le significó a Radiorama un pago por un aproximado de 10 millones de dólares, la venta incluyó un terreno de 5 mil metros ubicado en la zona de Iztacalco en donde se encontraba la planta transmisora.¹⁷

No obstante, en mayo de 1995, Radiorama vendería la frecuencia X E U R 1530, a Grupo Siete comandado por su socio Francisco Javier Sánchez Campuzano.

¹⁶ Op. Cit. Una Historia que si suena, p.p. 261-263.

¹⁷ La Jornada, "Radio Mil. - Radiorama: alianza estratégica", 9 de agosto de 1994, p. 27.

La Alianza: el periodo intersexenal (en los años noventa), provocó que el mercado radial capitalino se ajustara a las exigencias económicas de la delicada situación en la que se encontraba nuestro país, de allí que las firmas más poderosas tuvieran la necesidad de allarse como fue el caso de Organización Radiorama y Grupo Siete en abril de 1995, la negociación dio origen a la empresa **Comercializadora Multimedia de Comunicación** cuyo objetivo principal además de conjuntar esfuerzos en todo el país (Radiorama), y penetrar fuertemente en la zona conurbada con el Distrito Federal (Grupo Siete); era el ofrecimiento a los anunciantes de siete emisoras en igual número de ciudades, (Toluca, Distrito Federal, Apizaco, Coacalco, Cuernavaca, Pachuca, y Puebla), también se contemplaban los diarios Cambio de Hermosillo, Cambio de Monterrey, y Cambio de Tijuana; las revistas Playboy México, Dentista y Paciente, y San Diego, los canales de televisión, el dos de Reynosa en Matamoros, y el 33 en la ciudad de Tijuana, que como recordaremos los medios impresos y las señales de televisión son propiedad de Francisco Javier Sánchez Campuzano.¹⁸

¹⁸ Cfr. Anuncio publicado en El Financiero, por Comercializadora Multimedia de Comunicación, 22 de abril de 1995, p. 13.

1.4 Radiodifusoras Asociadas - Radiópolis

La historia de estos grupos es muy peculiar, Radiópolis es una división del corporativo Televisa, un gigante en el mercado de televisión abierta en todos los países hispanos, pero no sólo eso, esta compañía irradia su señal a través de sus emisoras colocadas en puntos estratégicos del territorio nacional como es el caso de Jalisco (7), Mexicali (1), y San Luis Potosí (1), seis de las estaciones en el estado de Jalisco fueron adquiridas al grupo Agentes de Radio y Televisión (ARTSA) pertenecientes a la familia Díaz Romo. Su influencia radiofónica va más allá de nuestras fronteras puesto que cuenta con un 25 por ciento de las acciones de Unión Ibérica de España y que a su vez es propiedad de la Cadena Ibérica con 25 emisoras entre propias y afiliadas.¹⁹

Radiodifusoras Asociadas (RASA) es una firma que nace con Don José Laris Iturbide en el estado de Michoacán. En mi calidad de productor de esta cadena radial, he tenido la oportunidad de conversar con sus directivos y de conocer su funcionamiento así como sus perspectivas a corto, mediano, y largo plazo, su fundador que aún vive, es junto con Don Guillermo Salas Peyró (fundador del Núcleo Radio Mil), de los pocos hombres que quedan y que son símbolos de la radiodifusión nacional, "La empresa de mi papá se constituyó ante el notario público Rafael Oliveros Delgado el 14 de marzo de 1956, la sociedad debería durar 50 años, el objetivo principal era contratar anuncios en estaciones de radio y televisión y todo tipo de publicidad. Nos platicó mi papá que eran tiempos difíciles, pero los que le entraron con el billete fueron Oscar Gutiérrez con 5 mil pesos, Miguel Aguilar Cortés con 45 mil, don José —su papá— desde joven era muy inquieto y tal vez por eso le entró a esto de la radiodifusión, (aportó 45 mil), mis tíos Javier y José Luis, dieron 3 mil y 2 mil pesos respectivamente, -Imagínate-

¹⁹ Cfr. La Jornada, columna "Antena", 28 de marzo de 1995, p. 26.

como les iría que casi a los dos años la empresa contaba con un aproximado de 500 mil pesos".²⁰

La Alianza: el Sistema Radiópolis es avalado por más de 65 años de experiencia, cuenta con una tecnología de vanguardia y con modernas instalaciones, está conformado por 17 estaciones, 11 en amplitud modulada, y 6 en frecuencia modulada, transmite las 24 horas del día con un promedio de 40 mil horas anuales al aire, sus emisoras abordan los hechos noticiosos, los sectores de la salud, educación, e integración familiar, sólo por mencionar algunos ejemplos encontramos "El mundo de la Mujer" con Janet Arceo, y "Reloj Musical" con Héctor Martínez Serrano, que cubren toda una gama de temas relacionados con el hombre y su entorno, tiene emisiones dedicadas a la música y a la diversión.

Radiodifusoras Asociadas: con un promedio de 70 estaciones entre propias y afiliadas cubre las plazas más importantes en todo el país, RASA cuenta con una gran experiencia para la difusión de conceptos radiofónicos y para la producción y comercialización de éstos, sus producciones abarcan a todos los sectores sociales, rescatando las costumbres, la manera de ser, de vivir, y de pensar de cada una de las regiones y los estados de la República. "Radiodifusoras Asociadas difunde diariamente 287 horas de transmisión simultánea, los 365 días del año, para ofrecer así una programación bien balanceada con noticieros, emisiones culturales, deportivas, y radionovelas - género olvidado y que vistió a la radio en su época de esplendor - desde el año de 1991 la empresa cubre vía satélite a todo el país a través del Sistema de Satélites Morelos, nosotros contamos con un Telepuerto que nos permite mandar la señal directamente sin necesidad de hacerlo a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en su centro de control".²¹

²⁰ Entrevista al Lic. Fernando Laris Rodríguez, Ejecutivo de Radiodifusoras Asociadas S.A. de C. V., y quien se encarga de los negocios de su papá, (José Laris Iturbide) en la ciudad de Morelia, Michoacán, jueves 30 de mayo del 2002.

²¹ IBID, Entrevista a María Eugenia Lémus de S.

De esta forma son integradas calidad, tradición y capacidad de producción de Sistema Radiópolis con la fuerza de penetración y alcance de Radiodifusoras Asociadas (octubre de 1996) para consolidar una alianza gracias a la extensa red de emisoras afiliadas a RASA. Los conceptos auditivos producidos por Sistema Radiópolis y Radiodifusoras Asociadas se hacen presentes en más de 13 millones de radiohogares brindando así propuestas concretas a través del poder del sonido para orientar, informar y entretener.²²

Los actores de esta alianza impactan a un público potencial de 65 millones que representa el 73 por ciento de la población total de nuestro país, el objetivo fundamental de esta alianza es **La Transmisión y Comercialización de Conceptos Radiofónicos a Nivel Nacional.**

²² Cfr. El Universo de la Radio, Vol. I, "Novedades Radiofónicas", otoño de 1996, p. 69.

1.5 Grupo Radio Centro-Televisa-Grupo Acir

Justo en el año 2000, los grupos radiales con mayor presencia uno en todo el país y el otro en el Distrito Federal, ACIR, y Radio Centro respectivamente intentaron unir esfuerzos y capitales con el consorcio Televisa. Grupo Radio Centro comenzó los escarceos con el gigante de la televisión en América Latina desde mayo del año señalado.

Pero Radio Centro no estaba tan sólido como aparentaba, once de sus trece estaciones en el Distrito Federal eran auditadas por la Secretaría de Hacienda, esto evidentemente puso en riesgo la fusión. Recordemos que estas empresas cotizan en la Bolsa Mexicana de Valores, la noticia de la auditoría se esparció, provocando la anulación de la operación, las acciones de Televisa tuvieron una caída en su precio de 5.23 por ciento con respecto a días anteriores.²³

Resultado de esta frustrada negociación es no haberse creado el grupo radial más fuerte que contaría con 17 estaciones en la plaza más competitiva del país acaparando el 45 por ciento de la audiencia. Uno de los factores que influyó en esta decisión de Televisa fue que José Gutiérrez Vivó, Director del Sistema Informativo Infored; y a su vez concesionario de Radio Consentida y Radio Variedades, se manifestó desde el principio de las negociaciones en desacuerdo.²⁴

Luego de la fracasada negociación con Grupo Radio Centro, Televisa entró en negociaciones con Grupo ACIR para fusionarse y formar el Grupo ACIR-Radiópolis, este acuerdo se daría únicamente en cuanto a estaciones de Radio. (Aparentemente).

²³ Cfr. Milenio Diario, "Auditorías a Radio Centro ahuyentan al Grupo Televisa", García Cynthia, jueves 10 de agosto del 2000, p 30.

²⁴ Cfr. La Página www.noticias.mx.yahoo.com, del 19 de septiembre del año 2000.

Así, el 18 de septiembre del 2000 en el 70 aniversario de la X E W, Emilio Azcárraga Jean y Francisco Ibarra López, anuncian la operación en la que se integraban 116 estaciones de radio en todo el país, las acciones quedaban en 50.010 por ciento para Televisa y 49.990 por ciento para Grupo ACIR. "La transacción se basó en la celebración de un contrato definitivo por parte de Grupo Televisa, con Grupo Acir Comunicaciones y con Clear Channel Communications Inc. , en el que Televisa adquirió las acciones que representan el 27.82% del capital de Grupo Acir, en un precio de 101 millones de dólares, a través de una operación de compraventa a socios de dicho consorcio".²⁵

La alianza entre estos corporativos replantea el panorama radial en el país, de aceptarse esta fusión por parte de las autoridades en la materia, se estaría ante un monopolio en los medios electrónicos, esta operación entraña otro aspecto a discusión; a Grupo Acir lo que de verdad le interesa es cristalizar sus proyectos de televisión restringida ya que "En el campo de la televisión, Grupo ACIR cuenta desde 1996 con una concesión otorgada a una de sus filiales, llamada Direct T.V. I. S. A. de C. V., para proporcionar el servicio de televisión restringida vía satélite (Direct to Home o DTH) en la república mexicana (las siglas T.V.I. significan Televisión Integral), hasta la fecha, ACIR no ha puesto a funcionar esta concesión; pero no es todo, el grupo cuenta con otras concesiones para instalar sistemas de T. V. por cable y MMDS, es decir Televisión restringida vía microondas. Grupo ACIR a través de su filial Televisión Integral Nacional S.A. de C. V. (TVI Nacional S.A. de C. V.), maneja las concesiones de 12 sistemas de televisión por cable, cinco de televisión restringida (sistema MMDS) y dos de T. V. abierta".²⁶

La transacción de llevarse a efecto fortalecería a Grupo ACIR no solamente en cuanto a emisoras en los dos cuadrantes, sino que sus perspectivas estarían encaminadas a tener presencia en los sistemas de televisión restringida o de paga

²⁵ Milenio Diario,, " Grupo Acir-Radiópolis, a la conquista del cuadrante", García Cynthia, martes 18 de septiembre del 2000, p. 30.

²⁶ Milenio Diario, "Una alianza más allá de la radio", Mejía, Barquera Fernando, viernes 22 de septiembre del 2000, p. 42.

y así establecer una competencia frontal con otros grupos como Multivisión, y Grupo Zoma (Arturo Zorrilla Martínez), entre los más representativos en este segmento.

2.- FUSIONES REPRESENTATIVAS

2.1 Grupo Radlo Centro se fusiona con Radlo Red

La radio en tanto que negocio vive de sus ingresos en materia de publicidad, una constante que se ha venido manejando a través de su historia es la disminución en la venta de sus espacios, el bajo porcentaje en estos volúmenes se debe a la contracción económica, pero no sólo eso; también en otros medios como los impresos, los despidos de personal han sido el pan de cada día, a mitad de los noventa observamos un panorama sombrío, casi dos mil personas que laboraban en los medios fueron despedidos al iniciar 1995.²⁷

Ante esto los clientes de la radio han seleccionado mejor sus presupuestos, los megaaunclantes como Bimbo, Grupo Cifra, Lotería Nacional, Comercial Mexicana, CocaCola, y empresas bursátiles entre las principales que hace algunos años saturaban los dos cuadrantes capitalinos, ahora segmentan sus presupuestos con el fin de llegar al mercado específico.

Para encarar la difícil situación económica, los grandes consorcios radiales suman esfuerzos y establecen alianzas o se fusionan como es el caso entre estas dos empresas y que se concreta el martes 9 de enero de 1996.

Para entender la importancia y trascendencia de esta operación y de cómo el gigante de la radio en el Distrito Federal ha resentido los impactos de las crisis económicas, es prudente glosar como se fue conformando este corporativo.

²⁷ La Jornada, columna "Antena", "Crisis económica y despidos en los medios", Olmos Alejandro, martes 24 de enero de 1995, p. 28.

Francisco Aguirre Jiménez tiene su primer contacto con la radio al ingresar a la emisora X E F O en la década de los cuarenta, en 1949 adquiere la Cadena Radio Continental y en 1952 funda en la capital del país Organización Radio Centro con dos estaciones Radio Centro y Radio Éxitos, provistas de la más alta tecnología de su tiempo y con novedosos enfoques de programación, rápidamente se colocaron como modelos a seguir.

El constante crecimiento de sus emisoras, y el tesón del Sr. Aguirre, dio como resultado que en 1965 se creara Organización Impulsora de Radio (OIR), cuyo fin era apoyar a las estaciones afiliadas en el interior del país, ya para 1974 O. R. C., habiendo cubierto los requisitos legales, pone en funcionamiento en la banda de Frecuencia Modulada tres estaciones X E R C FM Radio Hits en el 97.7, X E Q R FM Radio Universal ubicada en el 107.3, y finalmente X E J P FM Radio Joya en el 93.7.

Con la muerte de Don Francisco Aguirre en 1979, su esposa Ma. Esther Gómez de Aguirre asume el liderazgo. En 1983 este corporativo incursiona por primera ocasión en mercados internacionales, en 1986 se forma la Cadena Radio Centro dando servicios a los afiliados no sólo de los Estados Unidos, sino también a Centroamérica y el Caribe.

En 1988 Organización Impulsora de Radio (OIR), Organización Radio Centro (ORC), y Cadena Radio Centro (CRC) se fusionan en una sola corporación **FAMEGA** encargada de representarlos legalmente dirigida por Adrián Aguirre Gómez. En 1992 Grupo Radio Centro ingresa en la Bolsa Mexicana de Valores el 21 de agosto siendo pionero en este rubro de la radio en México. En julio de 1993 se incorpora al listado de la New York Stock Exchange (NYSE). El grupo se erige hoy como la principal empresa marcando las directrices en todas y cada una de las áreas en este medio de alta penetración.²⁸

²⁸ Cfr. Op. Cit. Una Historia Que Sí Sueña, p.p. 93-95

Por parte de Radio Red, los orígenes de este consorcio debemos ubicarlos en Monterrey Nuevo León cuando en plena etapa de crecimiento de la radio, los años cuarenta; Clemente Serna Martínez (fundador de Radio Programas de México en 1941), se dedicaba a la transportación de autos provenientes de Estados Unidos, de la Sultana del Norte al Distrito Federal, hábil para los negocios, poco a poco fue encontrando lo que sería su camino en la vida, un empresario estadounidense lo canalizó con los hermanos De Tárnava Luis y Constantino, pioneros de la radiodifusión nacional, quienes lo invitaron a vender anuncios para el radio, actividad que lo convirtió en poco tiempo en gerente de la X ET y más tarde en propietario de la X E S de Tampico cuyo dueño era Wedell Cox del vecino país del Norte, entre avatares y sobresaltos Clemente Serna se enfrentó a la nula programación y si existía una emisora con ello, era de poca calidad. Otro punto fue que los anunciantes no contrataban publicidad en emisoras del interior del país, motivo que lo llevó a pactar con Emilio Azcárraga V. Para formar una cadena de radio, nace Radio Programas de México (RPM). El trato establecía que la W produciría los programas grabados, y la empresa de Clemente Serna los enviaría a las emisoras de los estados.²⁹

La década de los 40 fue utilizada por los socios Azcárraga-Serna para explorar y afiliar estaciones a su cadena en toda Latinoamérica, el primero hizo énfasis en el aspecto de la programación, y el segundo se dedicó a filiar estaciones, no obstante el proyecto no prosperó debido a que cada país tenía problemas diferentes y los sindicatos regionales obstruyeron la importación de programas arguyendo que se hacía a un lado la creatividad local. Ya entrada la década de los cincuenta, RPM festejaba tener en su haber 110 emisoras de las 200 existentes en todo el país. Es preciso señalar que a mediados de esta década, X E R P M Radio 660 estación piloto de radio Programas de México inicia transmisiones en el Distrito federal, cuyo formato era deportivo y musical. Para 1963 Serna Martínez cambia la programación de su cadena y envía un formato noticioso a las plazas

²⁹ Cfr. Uno más Uno, jueves 14 de marzo de 1985, p. 19.

del interior con el nombre de Red Nacional de Noticias de Radio Programas de México.

Una década después, Clemente Serna le propone a Azcárraga separarse, Don Emilio acepta y Clemente Serna queda como único dueño de RPM. En la misma época Clemente Serna compró X E R C N en los 1110 Khz. Radio VIP estación que se ubicaba en el 1560 de amplitud modulada y que tenía problemas de transmisión, por lo que se cambió a la frecuencia 88.1 de FM, que había comprado recientemente. Bajo esta perspectiva Grupo Radio Centro y Radio Red consolidan y unen esfuerzos en una sinergia alentadora, el primero es el gigante en lo que se refiere a programación musical y el segundo es la vanguardia en la radio hablada y en el segmento informativo.

El referente para explicar esta operación es el año de 1995, sin duda los cambios y las fusiones que se dieron a partir de este crucial año fueron reflejo de un sistema económico que a todas luces no podía establecerse en nuestro país, en este lapso comenzaron a tener negociaciones grupos que compartían con Radio Centro grandes tajadas del pastel en el Distrito Federal. Este movimiento no nace de la nada, "Desde 1993 el dueño de Radio Programas de México (Radio Red), Clemente Serna Alvear decidió que era el momento de incursionar en nuevos negocios: se inclinó por buscar una concesión que le permitiera acceder a ese mercado. Por ello fundó la empresa Medcom junto con el presidente del Grupo Serfín, Adrián Sada, y el titular de Multivisión, Joaquín Vargas. Juntos pujaron para la adquisición de Televisión Azteca (Vargas se retiró de la sociedad antes de la licitación, sin explicaciones)".³⁰

³⁰ La Jornada, "Se fusionaron las difusoras Radio Centro y Radio Red por 135 mmd.", Cardoso, Víctor, miércoles 10 de enero de 1996, p. 48.

Radiodifusor de prosapia, Clemente Serna esperaba el momento para salir lo mejor librado de la tormenta que se estaba gestando no sólo en el país, sino en el dial más competido en los últimos tiempos, la capital de México. Para confirmar lo anterior, datos de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP), revelan que "Desde inicios de los 90 el medio de la Radio no acapara más del 13 por ciento del total de los recursos que son canalizados a la publicidad, y aún más; en el multicitado año, la inversión en radio en la banda de amplitud modulada fue mucho menor a la que se ejerció en 1994".³¹

La familia Aguirre propietaria de Grupo Radio Centro, durante los primeros cuatro años de esta singular década, no tenían en mente efectuar alguna negociación, sus finanzas eran boyantes, "Así sus ingresos radiofónicos de enero a marzo de 1994 ascendieron a 34.996 millones de nuevos pesos, y se incrementaron 25 por ciento respecto al mismo lapso del año anterior (...) En este mismo sentido, la firma señala que durante dicho lapso se ejerció la publicidad pagada por anticipación, ante una mayor demanda de los anunciantes, por lo que se registraron 168 millones de nuevos pesos, cuando en el mismo periodo de un año antes no se reconoció cantidad alguna".³²

Justo a finales del paradigmático año de 1995, Grupo Radio Centro establece una negociación con el Grupo Siete de Francisco Javier Sánchez Campuzano con el fin de rentar la frecuencia de los 1440 kilohertz (Radio Éxitos), para convertirla en Sonido Crystal México con un formato de música netamente grupera esto fue un acuerdo de tipo comercial ya que Grupo Siete le renta a Radio Centro desde 1993 la emisora en frecuencia modulada X H F O (anteriormente Crystal FM) y que ahora se identifica como "La Z" Salvajemente Grupera ubicada en los 92.1 megahertz. El contrato se vencería el 31 de diciembre de 1998.

³¹ Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad, Medios Publicitarios, Información Básica, en México, 1990.

³² El Financiero, -sección análisis-, Maldonado, Judith, Krause, Lourdes, martes 26 de abril de 1994, p. 8A

La Fusión: en reiteradas ocasiones nos hemos referido a ciertos términos que para el común de la gente pasan inadvertidos, pero no es así para los empresarios de este medio de comunicación ya que en aspectos legales una palabra mal empleada se puede interpretar de distinta manera, para evitar confusiones, en términos de jurisprudencia la fusión "consiste en la adquisición por cualquier medio legal que realiza una persona moral de los bienes, derechos y obligaciones de otra empresa mercantil a fin de que la primera sea la que permanezca y la segunda se disuelva".³³

Grupo Radio Centro con esta operación se confirma como el número uno en la capital del país al pasar a formar parte de este consorcio tres emisoras más cuando adquiere las acciones de Radiodifusión Red y cuyas emisoras en el Distrito Federal son: X E R E D "La Red" en el 1110 de amplitud modulada, X H R E D en el 88.1 Radio Red en frecuencia modulada, y X H R C A Alfa F.M. en los 91.3 megahertz. Así, Grupo Radio Centro ostenta un aproximado del 25 por ciento del espectro capitalino.

La Comisión Federal de Competencia organismo rector en esta materia condicionó a estas empresas de abstenerse de efectuar ventas atadas de publicidad y a que no existiera exclusividad en los servicios informativos que proporciona Infored filial de la compañía **Medcom**, Infored provee de servicios noticiosos a "Monitor" en todas sus emisiones.³⁴

Con el fin de evitar un monopolio en el cuadrante del Distrito Federal por los resultados de esta negociación, el punto de vista de la citada comisión fue que el mercado publicitario en este medio se ampliaría, aminorando de esta forma el reducido porcentaje que los anunciantes compraban a este medio electrónico. Así el organismo gubernamental eludía su participación en este tipo de controversias.

³³ Cit. Pos. al Lic. Francisco Campuzano Lamadrid, lunes 3 de junio de 2002.

³⁴ La Jornada, "Condiciones, no objeciones a la venta de Radio Red", Muñoz Patricia, 29 de marzo de 1995, p. 46.

El Proceso. En diciembre 29 de 1994, fecha en que se firmó el contrato para esta operación, ante la Comisión Federal de Competencia, en los primeros meses de 1995 dicha comisión anunciaría que las dos empresas cumplían en tiempo y forma los requerimientos para llevar a efecto la fusión. Pero nuevamente el cabalístico 1995 trajo como consecuencia la devaluación del peso frente al dólar y se tuvo que renegociar el contrato original, en donde Radiodifusión Red otorgaba el 33 por ciento de sus acciones a Grupo Radio Centro con un valor de 23 millones de dólares quedando el compromiso para comprar el 67 por ciento restante; si el gigante de la radio capitalina no ejercía este derecho, se obligaba a pagar 322 millones de nuevos pesos, 241 millones 500 mil, de ellos debería pagarles en efectivo y se obligaba también a depositar en garantía la cantidad de 80 millones 500 mil nuevos pesos, estas cifras estarían a disposición de la empresa **Medcom** - como hemos señalado había sido creada por Clemente Serna Alvear - en cinco pagos y por igual número de años.

Pero también los dueños de Radiodifusión Red en un plazo no mayor a tres años podrían hacerse del 27.16 por ciento del capital circulante de Grupo Radio Centro, que para esa etapa de la negociación llegaba casi a los 300 millones de nuevos pesos. (Para llevar a cabo lo anterior, Radio Centro fijó sus expectativas financieras en una firma de los Estados Unidos de Norteamérica, específicamente en Citibank, y en Clear Chanell Communications Inc, la primera le otorgó un crédito por 5 millones de dólares, y a la segunda le vendió el 21.90 por ciento de las acciones de que era propietario desde principios de agosto de 1994 en Heftel Broadcasting Corporation el número uno en el mercado radial hispano en el vecino país del norte. La cifra fue 19 millones de dólares, recursos frescos que Radio Centro utilizó para comprar el 33 por ciento restante de la empresa Radiodifusión Red, la operación se cerró el 12 de mayo de 1995).³⁵

³⁵ El Financiero, sección negocios "Recomposición en cuadrante radiofónico", Astringencia publicitaria obliga a nuevas alianzas y esquemas de difusión, Olguín Claudia, Miércoles 19 de marzo de 1997.

Para julio de 1995, Radio Centro se hacía cargo al 100 por ciento de la comercialización y del funcionamiento de las dos emisoras FM vendidas por Radiodifusión Red, "Alfa" en el 91.3, y X H R E D en el 88.1, cabe aclarar que desde los inicios de este movimiento histórico en la radiodifusión nacional, el noticiario "Monitor" con José Gutiérrez Vivó; nunca entró en la negociación. No obstante Radio Centro le cedería un porcentaje de los Ingresos por publicidad de la estación X H R C A en frecuencia modulada (Alfa) a Radiodifusión Red.

La trascendencia es que el noticiario estelar "Monitor", vende sus espacios libremente, por ello no está sujeto a las tarifas establecidas en el Grupo Radio Centro; asimismo, "Metropolitano" es una cápsula informativa con duración de tres a cinco minutos transmitida cada hora, en estos dos segmentos; el sistema Infored propiedad de Gutiérrez Vivó no le participa a Grupo Radio Centro de sus utilidades.

2.2 Núcleo Radio Mil – Stéreo Cien

La Fusión. Una norma que se ha venido presentando a escala mundial en lo concerniente a empresas que se dedican al sector de las telecomunicaciones, es la concentración de infraestructura y capitales en un solo organismo. El fenómeno tiene su máxima expresión en el campo de la publicidad, es precisamente a inicios de los noventa cuando surgen las Centrales de Medios con el objetivo de ofrecer especialización en el nicho de mercado para ubicar el producto o servicio con bajos costos y altos rendimientos.

La radio no es la excepción y el Núcleo Radio Mil y Stéreo Cien unen sus esfuerzos y expectativas en los inicios de 1995. "La acción se realiza luego que la familia Salas del N R M cediera la operación de dos de sus estaciones en el Distrito Federal (la X E U R y la X E CO de AM) a Grupo Radlorama y de una esporádica alianza con ARTSA durante 1994. Con la fusión, la empresa opera seis estaciones en la capital: tres en FM (X E O Y Morena FM, X H R O K Rock 101, y X H M M Stéreo Cien) y tres en AM (X E P H Sabrosita 590, X E O Y Radio Mil, y X E B S Radio Sinfonola). La idea, según sus directivos, es fortalecer su presencia en FM y con ello diseñar paquetes de comercialización más atractivos para los anunciantes".³⁶

³⁶ El Universo de la Radio, Vol. I, "La Radio Metropolitana en 1995", Villalba Patricia, Sosa Plata Gabriel, 1996, p. 23.

La fusión implicó profundos cambios en el interior del grupo caracterizado por un Canguro. El otrora sólido consorcio era preso de las luchas intestinas por el manejo administrativo, nombres muchos; el principal culpable Roberto Ordorica Constantine, así desmembrado y fusionado desaparecía el noticiario "La Ciudad" y quedaba en su lugar "Enfoque su Diario Hablado", por ende desaparecía la División Noticias del N R M, y entraba el Sistema Informativo Enfoque, aparecieron los cambios de formato en dos frecuencias ya clásicas X E O Y Radio Mil volviendo al género musical que tanto prestigio le había dado y dejó el formato hablado, y una de las grandes aberraciones de que ha sido objeto la frecuencia ubicada en los 590 de amplitud modulada la X E P H pasó de X 'press Radio a "Sabrosita 590 Fiesta Tropical". Y en la frecuencia modulada desaparecía Rock 101 para crear Código 100.9. Guillermo Salas Vargas Vicepresidente del Núcleo Radio Mil explica "En esta fusión operativa, Edilberto Huesca permanece como concesionario de Stéreo Cien y del N R M Director General Asociado, aunque Hay planes para formar en el futuro una sola empresa, por el momento estamos unidos para fines operativos y de ventas, a través de Promotora de Radio de nuestro núcleo".³⁷

Las consecuencias de esta fusión: despido en todas las áreas de la empresa, el nombramiento de nuevos directivos quedando como se mencionó Edilberto Huesca Perrotín como Director General Asociado, Raúl Sánchez Carrillo encabezando la Dirección General del Sistema Informativo Enfoque, Mauricio Huesca Bustamante como Director General de Ventas y Germán Huesca se encargó de la Dirección Artística de Stéreo Cien y Código 100.9 - frecuencias importantísimas y estratégicas en la banda de Frecuencia Modulada por su ubicación en este cuadrante – la Dirección General de Operaciones recayó en María Isabel Vázquez. Una vez más se consumaba la desaparición de la "Tradición de Excelencia en Radio" simbolizada por un canguro, y emergía de aguas procelosas un Delfín.

³⁷ Revista "Antena", "Conjunción de esfuerzos", "Núcleo Radio Mil y Stéreo Cien", Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, CIRT, julio-agosto de 1995, p. 8.

El Núcleo Radio Mil a lo largo de la década estudiada, se caracterizó por una grave inestabilidad financiera. Las constantes pugnas en su administración, motivaron que el grupo no se modernizara en cuanto a tecnología, y quedara a la zaga en este importante rubro. Las ventas por publicidad cayeron, los bajos índices de audiencia en todas sus estaciones, eran la imagen proyectada hacia el exterior.

2.3 M. V. S. Comunicaciones– Grupo Imagen Comunicación en Radio

El origen de estas dos firmas se ubica coincidentemente en la sexta década del siglo XX, al ser fundado en 1962 por José Luis Fernández Soto, Grupo Imagen Comunicación en Radio (GICR), con el fin de operar la X E D A en las dos frecuencias, AM y FM misma que transmitían en **Combo**.³⁸

Para 1963, Fernández Soto se hizo de la empresa Radio Metropolitana S. A. Cuyos primeros indicios se remontan a 1940, esta sociedad era concesionaria de la X E L A en amplitud modulada que también transmitía en esta modalidad (combo). Ya para finales de esta década, específicamente en 1968, X E D A en frecuencia modulada adquiere el formato de Radio Imagen, en 1981 sucede lo mismo con la X E L A en la banda de FM al dar paso Stéreo Clásico, en este periodo las emisoras de este grupo fueron cimentando su posición en el espectro capitalino; a tal grado que la modernidad las obligó a cambiar su "Imagen", así Radio Imagen se convirtió en Pulsar FM (90.5), Stéreo Clásico sufrió la metamorfosis de Dial F.M., y actualmente Radioactivo ubicada en el (98.5) de F.M., la hermana en amplitud modulada X E L A "Buena Música desde la Ciudad de México" se mantuvo sin cambios ocupando la frecuencia de los 830 kilohertz.

La frecuencia 12.90 en amplitud modulada fue vendida a Radio S.A. propiedad de Carlos Quiñones Armendariz, esta emisora se identificó por largo tiempo con una voz infantil y la palabra "Imagen".³⁹

³⁸ Nota del Autor: Transmisión simultánea de la misma programación en las dos bandas Frecuencia Modulada y Amplitud Modulada.

³⁹ Op. Cit. Una Historia Que Sí Suena, p. 167.

La otra parte actora es Joaquín Vargas Gómez que se inicia en los negocios cuando establece la empresa Herramientas Templex, pero al ver afectada su salud, decidió finiquitarla; tuvo varias empresas, y fue directivo de otras, pero su primer acercamiento con los medios electrónicos es con la presidencia de Televisión Independiente de México S. A. (canal 8 y sus repetidoras en todo el país), fue director de Fomento de televisión, S.A. y Televisión del Norte, S.A. asimismo se inició en el sector de la Gastronomía al crear el concepto Wings, a su vez es dueño del Restaurante del Lago, Los Almendros, de Meridiam Chapultepec, y de la Fonda Santa Clara.⁴⁰

Es en 1967 que Vargas Gómez instala en la ciudad de Monterrey la estación Stéreo Rey el 15 de abril para ser precisos, se gesta de esta manera uno de los grupos en el ámbito de la comunicación en México sin precedentes. Frecuencia Modulada Mexicana es una firma que a partir de 1968 comienza a expandirse por todo el territorio nacional. Por su parte F.M. Globo nace el 30 de noviembre de 1972 con un formato de música en español promoviendo los géneros Pop, y Balada.

Centro, Norte y Sur son cubiertos por las señales de este corporativo, Acapulco, Mexicali, Guadalajara, Cuernavaca, Tampico, son los puntos estratégicos en donde se irradiaba el nuevo concepto musical.

La Fusión. Ya desde el segundo bimestre de 1993 se escuchaba por los pasillos de estas dos empresas, nos fuslonamos; como nota de primera plana "Las estaciones Radioactivo, Pulsar, Rock&Radio, y Buena Música, nos hemos fusionado con F.M. Globo y Stéreo Rey, seremos comercializados por una empresa fuerte y pujante, todos al mando de un solo Director General".

A mediados de noviembre de 1997, después de los escauceos de una incipiente alianza con fines de comercialización, y administrado el Grupo Imagen por José

⁴⁰ Cfr. El Universo de la Radio, Año 2, Vol. 2, No. 5, "Quién es Quién", verano-otoño de 1997, p. 56.

Luis Fernández Herrera, éste; decide conjuntar y allar fuerzas en un mercado deprimido, causa de una volatilidad en las esferas financieras del país, con MVS Comunicaciones, ya convertido en un verdadero coloso en las telecomunicaciones.

Adrián Vargas Guajardo Director General de MVS División Radio se expresaba así en 1995 "Dar una imagen más moderna al grupo, de hecho va a desaparecer la Frecuencia Modulada Mexicana para dar paso a un concepto muy vanguardista que es MVS Radio, con la imagen corporativa de los triángulos de Multivisión. Así buscaremos sinergias para trabajar más cerca de nuestra hermana grande".⁴¹

La empresa MVS Radio tiene cobertura en el interior del país con un promedio de más de 70 estaciones que bañan con su señal 45 plazas, amén de las localizadas en el Distrito Federal, pero no sólo eso; la firma ha penetrado en el mercado de Estados Unidos de Norteamérica a través de Hicks, Muse, Tate&Furst, MVS provee de programación a las emisoras estadounidenses propiedad de este grupo, y Hicks aporta a MVS tecnología, sistemas operativos y de investigación; por eso y por más; Grupo Imagen ha decidido caminar de la mano con MVS División Radio.

MVS Radio es filial como se ha descrito del Grupo MVS Comunicaciones, propietario además de Multivisión señal restringida vía satélite, de Direct T.V. producción televisiva, con la empresa MVS Telerey; MRD señal de radio digital con Multiradio digital, Producción y Servicios de Información On Line, y en Internet a través de la empresa MVS Adnet, y su área de cine con MVS Cine.

⁴¹ Cfr. Boletín Radiofónico T. V., "Desaparece Nuestra Frecuencia Modulada", sólo habrá MVS Radio, diciembre de 1995, No. 1254, p.p. 10-12.

La suma de esta operación la manifiesta Joaquín Vargas Guajardo "El propósito de esta unión es desarrollar la compañía de radio más grande del país, aprovechando la experiencia y el trabajo que ambos grupos aportarán a este esfuerzo conjunto... podemos afirmar que a través de la programación de nuestras cinco emisoras, producimos opciones de entretenimiento, información y orientación".⁴²

⁴² El Financiero. sección negocios. "Anuncian Fusión de Grupo Imagen a MVS", miércoles 19 de noviembre de 1997. p. 28.

2.4 Grupo Acr- Agentes de Radio y Televisión (ARTSA)

La historia del Grupo Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (ACIR), va ligada a Francisco Ibarra López, hoy este emporio radial se ostenta como uno de los mejores y más completos en todo el país, su fundador inicia operaciones el 8 de junio de 1965 con cuatro frecuencias en el mismo número de plazas, la X E D Q Radio Alegría en San Andrés Tuxtla Veracruz, y que fue la emisora base en la formación de esta firma. Posteriormente adquiere la X E O M en la ciudad de Coatzacoalcos, la X E M M en Morelia, y la X E M I A en Guadalajara. Ya encaminado en este sector de la radiocomunicación, se hace de tres frecuencias en el Distrito Federal, la X E L Radio Capital en el 1260 de amplitud modulada, la X E F R Radio Felicidad en el 1180, y finalmente Radio Voz X E V O Z en el 1590 igualmente estas en amplitud modulada.

Contador de profesión Francisco Ibarra López ingresa a Radio Mil a finales de 1950, hasta llegar a ser Director General, un peldaño antes de Guillermo Salas Peyró. A partir de este momento se inicia la historia de Grupo Acr, al percatarse que para la época las cadenas dedicadas a la representación de emisoras, no cubrían un nicho de mercado específico, así lo describe Francisco Ibarra "La radio eran dos cadenas. Una era Radio Cadena Nacional y la otra era Radio Programas de México, y había tres grupos en el Distrito Federal que eran W, Radio Mil y Radio Centro. Así estaba y nadie manejaba provincia. Todo mundo se concentraba en la capital y a la provincia le daban un lugar secundario, como representación nada más".⁴³

Antes de finalizar la década de los sesenta, Grupo Acr ya contaba con 22 estaciones entre propias, afiliadas y administradas; su desarrollo se vio reflejado al iniciar los ochenta y contar en su haber un promedio de más de 100 emisoras, y justo en el recordado año de 1985, operaba 126 estaciones en todo el país.

⁴³ Ibid, El Universo de la Radio, "Quién es Quién", p. 57.

Aparejado con el avance tecnológico, en los setenta la Frecuencia Modulada ingresa en el espectro capitalino avalada por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), los grupos beneficiados con estas frecuencias son: Radio Centro con Radio Hits, Universal Stereo, Stereo Joya; y por supuesto Grupo Acir a quien le es otorgada la frecuencia de los 95.3 Radio Amistad, avanzada la década, penetra al campo satelital por medio del sistema de satélites Morelos I y II. Consecuencia de esto, Acir funda en 1989 el sistema Acir Sat para enviar sus transmisiones a todo el país. En el ámbito de las nuevas tecnologías, Acir es sin duda pionero, cuenta con unidades móviles de transmisión y recepción de señales vía satélite sin tener necesidad de hacerlo por medio del centro de control satelital dependiente de la S C T.

Posee también un telepuerto, que es un sistema computarizado y digitalizado y con capacidad para transmitir información con gran fidelidad y sonido, pocas empresas radiales son agraciadas con este avance tecnológico, otro caso como se ha asentado es Radiodifusoras Asociadas S.A. de C. V. Huelga decir que Grupo Acir se divide para satisfacer a sus clientes en: Radio Acir, TVI Televisión Nacional, y en el campo de la telefonía; cuenta con la filial Intercomunicación Integral.

La Fusión. Justamente al cumplirse tres décadas de hacer radio, Grupo Acir con Francisco Ibarra al frente, entra en negociaciones con la familia Díaz Romo poseedora de tres emisoras ubicadas en la banda de frecuencia modulada X H M FM Azul 89, X H S H FM en el 95.3, y X H P O P FM Digital 99; para que el 25 de abril de 1995, Agentes de Radio y Televisión (ARTSA), se fusione con Grupo Acir para conformar el segundo grupo radial más importante en la capital del país, sólo superado por Grupo Radio Centro, el número de emisoras se incrementó para llegar a 147.

Con este movimiento, Acir se vio en la necesidad de reestructurar todas sus áreas, cabe hacer mención que en marzo de 1996, el grupo propiedad de Carlos Slím

Helú, Inbursora Bursátil (INBURSA), compró el 49.5 por ciento de las acciones de Grupo Acir, y a su vez se hizo del 40 por ciento de las acciones de la filial Televisión Medcom ya que "esta inyección de recursos soluciona el problema de liquidez de ACIR, como consecuencia del elevado pago mensual que hace a Agentes de Radio y Televisión (ARTSA), de la familia Díaz Romo, por renta de tres estaciones de FM ubicadas en el Distrito Federal".⁴⁴

Esta firma ha buscado el apoyo de los gigantes de la radiodifusión para llevar a cabo sus proyectos, recordemos que en febrero de 1998 Clear Channel adquirió el 40 por ciento de las acciones de ACIR con un monto de 57 millones de dólares, Inbursa poseedora también del porcentaje citado (49%), vendió a Clear Channel un aproximado de 30 por ciento.⁴⁵

Por esto la conjunción de capitales y de infraestructura "tiene como objetivo ampliar, y consolidar la comunicación y atención al radioescucha y clientes, ofreciendo más opciones de entretenimiento, información, cultura y servicio social de acuerdo a los retos que implican los ajustes económicos de México, sin detener el avance tecnológico de la industria radifónica nacional".⁴⁶

Como resultado de la dinámica establecida por el Grupo Acir y ya concentradas las frecuencias de Agentes de Radio y Televisión en la calle de Plirneos 770, "se crea SONAR; empresa comercializadora dedicada a la venta de publicidad de las emisoras del Interior del País y transmisiones vía satélite, Grupo Acir S.A. de C.V. con el encargo de la comercialización de las siete estaciones que conformarán Grupo Acir Ciudad de México".⁴⁷

⁴⁴ Radio World, "La Radio de 1995 al 2000", "Inbursa y Acciones de Acir", Sosa Plata Gabriel, 24 de julio de 1996, p. 4.

⁴⁵ Cfr. Reforma, 13 de octubre y 2 de noviembre de 1995.

⁴⁶ Boletín Radiofónico T. V., "Alianza Estratégica ACIR-ARTSA, se convierte en el segundo grupo más importante en el Distrito Federal", junio de 1995, No. 1251, Portada.

⁴⁷ IBID.

3.- LAS ADQUISICIONES

El sendero por el que ha transitado la radiodifusión en la capital de nuestro país en los albores del siglo XXI, es de sinsabores y de constante incertidumbre, las megallanzas por parte de los grupos más fuertes en este mercado, no han sido suficientes, incluso el gigante de la televisión abierta (Televisa), sufrió una caída en sus ventas de publicidad entre 1994 y 1995, porque "Según el reporte del tercer trimestre presentado a la Bolsa Mexicana de Valores, se reportó una caída del 11 por ciento al obtener cinco mil 724 millones de nuevos pesos en los nueve primeros meses del año".⁴⁸

Así las organizaciones radiales replantearon sus perspectivas y fueron más allá de las alianzas, la opción: adquisición de estaciones por parte de empresas que en su mayoría fueron fundadas para representar, administrar, y afiliar emisoras en el interior del país, un aspecto interesante es que éstas (organizaciones), en su mayoría no tenían presencia en el Dial del Distrito Federal. Para entrar en materia, definiremos a la Adquisición como "la transmisión de la propiedad de un bien mueble o inmueble que realiza el propietario de éste a favor de una persona física o moral, por cualquier medio legal (compraventa, donación, cesión gratuita etcétera)".⁴⁹

⁴⁸ Revista Mexicana de Comunicación, Año 8, No. 43, "Uniones, megallanzas y apertura tecnológica en Televisión", Olmos Alejandro, febrero-abril de 1996, p. 5.

⁴⁹ Cit. Pos. Entrevista al Lic. Francisco Campuzano Lamadrid.

3.1 Radio S.A.- Grupo Imagen Comunicación en Radio

La historia de lo que actualmente es Radio Trece (nombre que se le da a esta emisora por estar ubicada en la frecuencia 12.90 de amplitud modulada), va de la mano de sus primeros propietarios, Pedro Riestra y posteriormente Ángel Fernández, se inaugura oficialmente el de diciembre de 1936 y transmitía en los 680 Kilociclos, su formato era de música hispana, ya para 1945 Guillermo Morales Blumenkron; se hace cargo de la emisora en la que incluye Radlonovelas y Programas de Comentarios y de Espectáculos.

En los años cincuenta programas de corte folclórico, emisiones con música argentina, y música variada conformaban la estación que se identificaba como "La Emisora de la Buena Suerte" ya que otorgaba premios (trece) cada hora. En 1964 es vendida a José Luis Fernández Prieto quien la identificaba como "lo más selecto de la Música Popular y lo más popular de la música selecta". Así permaneció hasta 1991 identificándose como Corazón Latino, después (1992) se convirtió en Rock and Radio con Heriberto Vázquez al frente de este concepto.

Hoy su concesionario Carlos Quiñones Armendariz es poseedor de una emisora rentable que cotiza bien sus espacios publicitarios- Pero debemos señalar para comprender mejor el proceso de la venta de esta emisora que el Sr. Quiñones Armendariz se inició en 1974 en Radio Programas de México hasta llegar a la Dirección Comercial de esta firma, Su arribo como concesionario se da en 1977 cuando adquiere la X E I A.M. en la ciudad de Morelia Michoacán, tres años después funda Grupo Radio Comunicación S.A., a la que van adhiriéndose estaciones hasta llegar a ostentar siete. Se comienza a manejar el término cadena, en este período se ve favorecido con la concesión de la X E I en la ciudad de Hermosillo Sonora, también de amplitud modulada.

A mediados de los ochenta en sociedad con otros radiodifusores adquiere en definitiva Radio S. A. empresa creada en 1977 por Mariano Solórzano, ésta

(empresa) contaba con 39 emisoras a la que se sumaron las siete de Grupo Radiocomunicación dando un total de 46 entre propias, administradas y afiliadas, antes de finalizar la década, este corporativo contabilizaba 85 radiodifusoras.

La Venta. Coincidentemente es en diciembre de 1993, cuarenta y siete años tuvieron que pasar para que la X E D A fuera vendida a Carlos Quiñones y convertida por éste en la estación piloto de su grupo radial en febrero de 1994 estrena formato hablado, sólo se conservarían algunos programas clásicos del 12.90 de AM, tal es el caso de "las Trece Grandes de Radio Trece" en el contenido de sus emisiones prevalecen programas noticiosos y de espectáculos entre los que podemos mencionar el Informativo Al Momento bajo la conducción de periodista Carlos Ramos Padilla, Palabras Mayores programa de Espectáculos con Gustavo Adolfo Infante, la segunda emisión de noticias está a cargo de Gustavo Méndez Tapia, De confianza con Fidel Samaniego, Jacobo Moret tiene un espacio de 4 a 5 de la tarde en donde hace comentarios de Música, historia, filosofía, cine, teatro, todo lo que su amplia cultura es capaz de expresar a través de las ondas hertzianas.⁶⁰

⁶⁰ Op. Cit. Una Historia Que Sí Suena, p. p. 247-253.

3.2 Radiodifusoras Asociadas- Radio 6.20

Radiodifusoras Asociadas tiene sus orígenes en Morelia Michoacán con la estación X E L Q propiedad de los hermanos Laris Iturbide. Y que en 1956 hace acto de presencia en el Distrito Federal como cadena dedicada a representar emisoras; es la protagonista de una transacción de la cual no se tienen mayores detalles, no obstante glosaremos algunos datos de los corporativos que se vieron involucrados en la compra de la emisora Radio 6.20 (XENK), y la (XEN), ubicada en los 690 kilociclos.

Rasa inicia transmisiones simultáneas en 1965 por medio de líneas telefónicas para difundir eventos deportivos, informativos y radionovelas, en las Olimpiadas celebradas en México en el año de 1968, enlaza a más de 70 emisoras, dos años más tarde, Rasa difunde las incidencias del Mundial de Fútbol a través de su cadena. Para 1973 la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), pone en servicio la Red de Microondas, Rasa inicia transmisiones utilizando este innovador sistema.

En 1987 ingresa a la era satelital sustituyendo paulatinamente las microondas, es la primera cadena en regionalizar la comunicación informando de los acontecimientos más importantes en puntos específicos a lo largo de todo el territorio nacional, y en 1991 cubre Vía el Sistema de Satélites Morelos todo el país con tres frecuencias sus programas deportivos, noticiosos, y los sorteos de la Lotería Nacional. Además es partícipe en el proyecto del llamado Evento del Siglo, La Expo/92 celebrada en Sevilla España, en 1997 inaugura su sistema de transmisión digital vía satélite con la más avanzada tecnología dando servicio de programación radiofónica a toda América Latina a través de su Telepuerto con señal directa al satélite Solidaridad.

Bajo el concepto Rasa Multimedia, ofrece sus servicios en cuanto a Locución, Musicalización, Jingles, etcétera. A mediados de 1998 crea la empresa Rasa Electrónica, dedicada a la compra, venta, reparación y asistencia técnica para los equipos de Audio y Video que son necesarios para la Radiodifusión.⁵¹

⁵¹ Cit. Pos. Entrevista a María Eugenia Lémus de S. y Nota del Autor en su calidad de Ejecutivo de Ventas de la Empresa Rasa Electrónica, 1998-1999.

La otra frecuencia participante en esta negociación fue la que se ubica en los 690 kilociclos. Sus orígenes datan del primero de enero de 1925 se identificaba como la "N" Mexicana transmitiendo música vernácula, pasa por varios formatos como son el hablado, la música clásica, pero es con el Sr. Emilio Nassar en que la emisora marca una época de esplendor con el formato que la caracterizó por mucho tiempo, música selecta, espacios dedicados a promover la cultura, el turismo, la forma de pensar de varios países a través de La Hora Francesa, La hora Italiana, La Alemana, entre otras muchas, eso era Radio Mundo; cosmopolita y elegante. Con el pasar de los años, Emilio Nassar hijo le da un giro radical para convertirla en Radio Sportiva (sólo deportes), sin embargo el 27 de julio de 1995 fue vendida en su totalidad a un Consejo de Administración encabezado por las familias Vale Castilla, y Laris Rodríguez.

La Doctora Teresa Vale de González Avelar quedó como Directora de la Estación y Presidente del Consejo. (Radio Sistema Mexicano S.A. era propietario de X E N).⁵²

Así el 6 de noviembre de 1995 nace "Ondas del Lago", nombre que se dio debido a una estación del mismo nombre ubicada en la ciudad de Maracalbo Venezuela y cuya característica principal es que la Antena de Transmisión estaba instalada precisamente dentro de un lago en la ciudad de referencia.⁵³

La cereza del pastel fue Radio 6.20 cuyos antecedentes son coincidentes con esta frecuencia, nace un 20 de junio de 1946, "sus primeros estudios estaban en el Pasaje Catedral, sus dueños eran Los Tuero, (uno de ellos el actor y cantante Emilio Tuero), posteriormente fue vendida al Sr. Víctor Blanco - lo sé porque Don Víctor me lo platicó - ya para los años sesenta nos fuimos a Balderas y Juárez, ya

⁵² Op. Cit. Una Historia Que Si Suena, p.p. 227-233.

⁵³ Entrevista a Federico Vale Castilla, Conductor del Noticiero "En Contacto", que se transmite de lunes a viernes en Radio 6. 20 AM, de 14 a 15:30 horas, viernes 12 de abril de 2002.

la administraba Víctor Blanco Rodríguez, al papá yo creo que no le interesaba la radio, él tenía un próspero negocio de Oro Florentino”.⁵⁴

“El Compadre” como así se le conoce al Sr. Jorge García Damián apodo que le fue dado precisamente por ser compadre de Silvestre Razo (locutor decano de Radio 6.20), comenta que de un día para otro les avisaron que se tenían que presentar a laborar a la calle de Durango 331 en la Colonia Roma, sin embargo para el señor José Antonio Navarro, director comercial de RASA, la transacción se realizó “porque la familia Blanco –propietaria de 6.20- ya no contaba con el tiempo necesario para administrar la emisora, y gracias al prestigio que tiene RASA y a la relación de amistad con la familia Laris se dio la oportunidad que para nosotros significa un reto muy importante”.⁵⁵

Esta emisora forma parte importante desde 1993 de La Gran Cadena Rasa, grupo radiofónico con más de cuarenta años de actividad y que transmite Vía Satélite a más de 65 plazas, utilizando un promedio de ochenta emisoras. Su auditorio es de 25 años en adelante, con un perfil socioeconómico básicamente medio, y medio alto. Radio 6.20 transmite su programación simultáneamente a las ciudades de Mérida y San Luis Potosí.

⁵⁴ Entrevista al Sr. Jorge García Damián, lunes 19 de agosto de 2002.

⁵⁵ Revista Mexicana de Comunicación, Año 6, No. 33, “Ecos de los Medios en 1993”, Mejía Barquera Fernando, enero-marzo de 1994, p. 16

3.3 Organización Radiorama- Núcleo Radio Mil

La disminución en publicidad ocasionada por la situación de inestabilidad en los mercados financieros del país, producto del llamado Error de Diciembre, provocó que las firmas radiales en el Distrito Federal buscaran cómo salir lo mejor librados de esta situación. Varios sectores de la economía también se vieron afectados, por ende en Radio los grupos pequeños o débiles financieramente hablando, son obligados a integrarse a otros, o como es el caso a desprenderse de algunas frecuencias para robustecer sus finanzas.

La baja inversión y los despidos provocaron en el Núcleo Radio Mil incertidumbre en su cúpula administrativa, como corolario a las pugnas internas dentro del NRM, y a la pésima administración de Roberto Ordorica Constantine, la antigua Fórmula Radio Mil se desharía en agosto de 1994, de dos estaciones en A.M. X E C O, Dimensión 13.80, y la X E U R, Radio Onda, su comprador Javier Pérez de Anda, dueño de Organización Radiorama entraba así a competir en el espectro de la capital del país.⁵⁶

⁵⁶ Sosa Plata Gabriel, Esquivel Villar Alberto, "Las Mil y Una Radios", Ed. Mc Graw Hill, 1996, p. 130 p. 130.

4.- PERSPECTIVAS Y ESCENARIOS EN LA RADIO

4.1 Proceso Operativo de las Nuevas Tecnologías

La incorporación de nuestro país a los requerimientos de un planeta cada día más comunicado, se da en la década de los ochenta, ya hemos señalado, la conmoción que causó el uso de los satélites en el campo de las telecomunicaciones. El sistema satelital promovido por el gobierno federal en esta época, permitió específicamente a la radiodifusión nacional, ser parte activa de los más sobresalientes avances tecnológicos en este rubro.

“Con la informática y las telecomunicaciones como punto de enlace, las nuevas tecnologías se diversifican en rubros intermedios, que se aproximan hacia alguna de ambas. Se transita así desde las incorporaciones diversas en el ámbito de los “nuevos útiles” —que van desde los innovadores desarrollos radiotelevisivos hasta la creación de nuevos implementos—, hasta el ancho terreno de las redes, con la Internet como punto de arranque”.⁵⁷

Una gran parte de las emisoras en todo el país se cimentaron en este tipo de adelantos, por lo tanto describiremos brevemente el proceso utilizado en los inicios de esta novedad tecnológica.

Para transmitir desde una cabina de radio, la señal es recibida en un sintonizador, de allí se transfiere a la consola de audio con el objeto de modular la señal y evitar una saturación de la misma. Contrariamente, si es una señal que proviene de una cabina, no es requerido el sintonizador, puesto que las consolas se conectan directas. Ya modulada la señal, se inicia un conteo decreciente para iniciar el enlace, al llegar a cero la señal es enviada a Contel (que es la operadora satelital del gobierno).

⁵⁷ El Financiero, “Nuevas tecnologías: privatización satelital”, Alva de la Selva Alma Rosa, jueves 8 de enero de 1998, p. 12.

Por medio de un transmisor esta señal se recibía a través de una antena que la transportaba a un modulador y posteriormente se 'subía' al satélite a través de las antenas parabólicas usadas para este fin.

Para subir dicha señal se necesitaba del uso de tres sistemas: A) El Subcarrier consistente en una señal principal acompañada de otra, esto es una Subportadora, en este caso la señal de radio se sube acompañando a un canal de televisión. B) Se contaba también con el canal sencillo por Carrier (SCPC), este era independiente pero se manejaba con frecuencias más bajas que el Subcarrier, lo que lo hacía menos confiable. C) El Sistema Digital es utilizado para transmitir de un punto a otro para que el radioescucha sintonice la señal directamente.⁵⁸

Además de lo inmediato que resulta este sistema y el alcance en la cobertura que ofrece, se caracteriza por otras bondades como la alta fidelidad y su óptima eficiencia operativa. Es de subrayarse que un aspecto a considerar por varias empresas de radio es el económico y el comercial, se reducen costos y se ofrece vanguardia tecnológica a clientes y escuchas; otra ventaja es la selectividad, es decir se puede bajar del satélite la programación completa de una estación o sólo el programa que sea de interés, estos beneficios son ofrecidos a los patrocinadores que pueden solicitar la inserción de sus spots en cobertura nacionales o locales y en los horarios o programas que consideren convenientes para la promoción de su producto o servicio.

⁵⁸ Entrevista al Ingeniero de Audio Luis García Manzano, en Radiodifusoras Asociadas, S. A. de C. V., miércoles 3 de abril de 2002.

Consecuencia de los avances tecnológicos ha sido lo que se conoce como Radio Abierta y Radio Restringida, la primera es la que se puede captar de forma libre sin tener que pagar alguna cuota o impuesto, la radio abierta está conformada por dos bandas, amplitud modulada y frecuencia modulada en todas las estaciones del país y cuyas señales recibimos tan sólo adquiriendo un aparato receptor. Una de las innovaciones tecnológicas producto de este sistema abierto, fue el origen de la Frecuencia Modulada en el año de 1952, con la emisora Radio Joya (XHFM), propiedad de Federico Obregón Cruces a quien se le reconoce como pionero al transmitir por esta banda.⁶⁹

Otra novedad tecnológica fue la estereofonía en las estaciones de Frecuencia Modulada y cuyos antecedentes se ubican desde 1966, la emisora X E O Y en F.M. Estéreo Mil, perteneciente al Núcleo Radio Mil, es el referente para explicar este avance.

No obstante este logro tecnológico no se ha podido explotar como debiera por la falta de receptores fabricados ex profeso, muy pocas emisoras han solicitado el permiso concerniente para operar en este sistema. Pero los esfuerzos de los radiodifusores se han canalizado a mejorar sus estaciones de Frecuencia Modulada las cuales les otorgan recursos económicos y no hay necesidad de invertir o experimentar con otras formas de hacer radio.

El acelerado avance tecnológico fue permitiendo el uso en la radiodifusión de la cinta de audio digital (DAT), el Disco Compacto, y una herramienta que se ha hecho indispensable La Computación, sería insensato pensar en una emisora carente de este logro de la tecnología, gran parte de la programación musical, de los spots, identificaciones etcétera, sale al aire con sólo hacer un clic en la

⁶⁹ Mayores detalles se encuentran en la Revista "Antena", órgano informativo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), "40 años de la Frecuencia Modulada en México", Sosa, Plata Gabriel, año 11 No. 163, mayo-junio, 1992, p. p. 14-19.

computadora, de hecho ya hay sistemas integrados en las computadoras exclusivos para las estaciones de radio.⁶⁰

⁶⁰ Nota del Autor en su calidad de Productor de Radio 6.20 y la Gran Cadena Rasa.

4.2 Radio Abierta (Las Subportadoras)

El espectro radioeléctrico del que hace uso la radio abierta, proporciona el beneficio de otros servicios (restringidos o de paga), como la programación de música continua, información vial por medio de los canales adyacentes de las emisoras que transmiten por Frecuencia Modulada, esta novedad tecnológica recibe el nombre de Subportadora, mientras que para los Estados Unidos de Norteamérica es conocida como Radio Broadcasting Data System (RBDS), en Europa se desarrolla como Radio Data System (RDS).⁶¹

Las Subportadoras: las estaciones que transmiten en Frecuencia Modulada son poseedoras de canales bastante amplios (dos megahertz), que les otorga la posibilidad de transmitir en estéreo, es decir, dos señales, este excedente les permite ofrecer los servicios citados. "Desde la década de los sesenta se utilizan subportadoras analógicas dentro de un canal de estación de FM. Estas operan en 67 y en 92 KHz".⁶²

Simplificando, en una radiodifusora que transmite a través de Frecuencia Modulada existe un canal de portadora principal de audio que es donde se transmite lo que sale al aire libre de pago, varias subportadoras múltiplex para la transmisión de datos a baja velocidad, como los ya mencionados servicios, además de localización de personas. Para la recepción de estos beneficios se requiere de un equipo ad-hoc y una computadora.

Las ventajas que aportan las Subportadoras son que han sido contratadas por organismos como la Bolsa Mexicana de Valores para mandar datos a baja velocidad a todas las empresas que cotizan en la misma, el gobierno federal también requiere de esta tecnología, la Secretaría de Educación Pública la utiliza

⁶¹ Una de las empresas que brindan este servicio es "MILTEL 21", filial del Núcleo Radio Mil.

⁶² Revista "ANTENA", "TECNO-AVANCES", uso de subportadoras digitales, No. 179 marzo-abril, 1996, p.9.

para comunicar a un promedio de 3000 planteles escolares ubicados en el Distrito Federal.⁶³

Además Informativos como El Norte de Monterrey, utiliza las Subportadoras para enviar Información a todas sus sucursales en todo el país. El mayor beneficio que ofrecen éstas, aparte de que puede ser proporcionado vía satélite, es su bajo costo y la ventaja de ser cien por ciento confiable.

La fundamentación legal para la explotación de estos recursos tecnológicos se dio en el Diario Oficial de la Federación publicado el 24 de septiembre de 1990 al dar a conocer las Normas Técnicas a través de la Secretaría de Comunicaciones y transportes (SCT), para que los concesionarios radiales pudieran asociarse con otro particular interesado en explotar comercialmente los subcanales de la Frecuencia Modulada con la condición de celebrar un convenio apegado a dichas normas las partes involucradas. Con el anterior señalamiento Nacieron Miltel 21, Kbtel, y Musak, entre otras que han visto incrementados sus ingresos a la par de los avances en esta materia.⁶⁴

La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), ha dejado muy clara su posición al precisar que, La SCT, no ha definido cuál será el uso y el procedimiento para utilizar las Subportadoras de los 67 Khz y 92 Khz, la citada Cámara envió un escrito con fecha 21 de abril del año de referencia en el cual solicitaba al titular de la S C T que mediante un acuerdo se estableciera que todos aquellos servicios que pudieran ser prestados por medio de las Subportadoras y siendo auxiliares de la Radiodifusión, se otorgaran mediante la expedición de un permiso que se sustentara a lo establecido en la Ley Federal de Radio y Televisión. Adicional a lo anterior solicitó la autorización para la prestación de servicios adicionales, a través de las Subportadoras fundamentados en la citada

⁶³ Nota del Autor: "MILTEL 21" ofrece estas bondades tecnológicas a la S E P.

⁶⁴ Radio World, "RDS sus usos y aplicaciones", véase Marks, Bev., 28 de diciembre, 1994, p.p. 1-14.

Ley, asimismo se pedía la simplificación de los trámites para la obtención de los permisos requeridos.⁶⁵

⁶⁵ Cfr. Informe Anual del Consejo Consultivo de La Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, 1996, p.p. 2-21

4.3 Radio Restringida

Nuevamente la década de las postrimerías del siglo XXI, nos **otorga** una radio de **paga** de la cual podemos disfrutar con tan sólo adquirir un decodificador y un modular o radio de aceptable calidad en cuanto a sonido se refiere, este adelanto de la tecnología nos es ofrecido por satélite, cable, o las microondas que continúan utilizándose.

La sociedad estadounidense ya goza de este servicio casi en su totalidad, la Radio Digital por Cable que así se llama, programa música de alta fidelidad sin cortes comerciales, a diferencia de México que sólo unas cuantas empresas pueden brindar este tipo de tecnología en el vecino país; firmas como General Instruments con su Digital Cable Radio, Digital Radio Lab. Que proporciona el Digital Radio Channel, y Cablecasting Technologies Inc. Con su propuesta CD/ 18, tienen un mercado potencial de 52 millones de abonados.⁶⁶

La radio restringida en nuestro país se circunscribe a la filial del grupo J.V. Corporación, "Multiradio Digital", empresa hermana de Multivisión, Telerey, Restaurantes Wings, entre otros.

Pero ¿qué es y cómo funciona esta propuesta de la tecnología? Es un sistema que requiere radiación multidireccional (microondas), y cuya finalidad es cubrir un área de servicio específica, para poder captar la señal es necesario contar con una antena direccional, un decodificador, y un convertidor sintonizador, estos son adaptados a un aparato de radio de uso común. Esta modalidad de paga se conoce como Multipoint, Multichannel, Distribution, System (MMDS).

⁶⁶ Cfr. Intermedios, No. 5. "Radio digital y televisión de alta definición en México", Mejía Barquera Fernando. Sosa Plata Gabriel, 5 de diciembre, 1992, p. 37.

“El funcionamiento es el siguiente, la banda permite la transmisión del sonido parecido al que produce un Disco Compacto. Los Oferentes de este servicio digitalizan las señales por medio de un sistema computarizado, eliminando así; todos los ruidos no permitidos en una producción radiofónica, como los efectos especiales, las voces, la música, etcétera. Es recomendable que el aparato receptor se sintonice en la misma frecuencia en que se está emitiendo la señal. Pero también se puede mandar a través del satélite, (desde aquí podemos hacerlo) sólo necesitamos de la parabólica grande y de un decodificador que se encargue de bajar la señal”.⁶⁷

En el Diario Oficial de la Federación del 18 de febrero de 1991 fueron publicadas las Normas Técnicas para el otorgamiento de las concesiones para explotar comercialmente el espectro que va de los 2.5 a los 2.7 gigahertz, información que acarrió una fuerte discusión entre los radiodifusores y particulares interesados en este tipo de concesiones, no obstante calmadas las aguas los canales 4,9,13,y 20 se otorgaron a nuestro país, mientras que los 16 restantes de un total de 20 son programados y enviados vía satélite a través de una empresa de los Estados Unidos.⁶⁸

La controversia se debe en gran parte a que la orografía de los Estados Unidos es distinta a la nuestra y eso ha sido motivo de una fuerte polémica para la explotación de los avances tecnológicos.

Sels años después en diciembre de 1997, la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), a través de su titular Carlos Casaus, anunció que se licitaba una concesión para el uso, aprovechamiento y explotación de la banda de frecuencias del los 2.5 y 2.7 gigahertz para proveer el servicio de televisión y radio restringidas utilizando las 46 áreas básicas de este servicio. Los participantes en dicha subasta eran grupos y empresas fuertes entre las que

⁶⁷ Cit. Pos. Entrevista al Ingeniero Luis García

⁶⁸ Cfr. “Condiciones para la instalación, operación y explotación de redes públicas de radiocomunicación fija para prestar servicio restringido de radio con señal digitalizada”, (Diario Oficial de referencia).

figuraban Telecable de Oriente, Ultratel SA. De CV., Grupo Zoma de Arturo Zorilla Martínez, Miditel SA. de CV., Grupo Frecuencia Modulada, Industrias Telecentro, etcétera.⁶⁹

En lo concerniente a la Radio Digital Restringida Vía Satélite, ésta se ha comercializado desde 1994 pero solamente se ofrece a Industrias y Tiendas Departamentales, un ejemplo de esto es la Compañía Audioplan, que utiliza las ventajas del Solidaridad I para bañar con su señal a todo el país, por medio de la Banda Ku, "que comprende las frecuencias de 11.7-12.2 gigahertz entre el satélite y tierra, y de 14-0-14.5 gigahertz entre tierra y satélite, para acceder a este tipo de señales se requiere de un receptor digital y una antena de un metro de diámetro."⁷⁰

La selección de canales se estructura así: 1) Musak, música instrumental, 2) FM 1 melodías en inglés, 3) Unimex, música mexicana, 4) Canal de música latinoamericana, las dos últimas se programan en México, el primero y el segundo son programados por la firma norteamericana Musak Limited Partnership, empresa líder en el ramo y con un promedio de 200 mil suscriptores esparcidos en 11 países.

Sin duda el futuro es halagüeño, Audloplan seguirá expandiéndose, a mitad de los noventa contaba con 300 suscriptores, avanzada la década el Corporativo J. V., lo haría con la Televisión Directa por satélite, y Corporación Medcom se sumará a este logro de la tecnología.

⁶⁹ Cfr. Reforma, sección negocios, "Inicia subasta para T. V. y Radio restringido", lunes 1 de diciembre, 1997, p. 11A.

⁷⁰ Cit. Pos. Entrevista al Ingeniero Luis García.

4.4 Radio e Internet

La llamada supercarretera de la información ha transformado nuestra forma de pensar de una manera impresionante, tanto como la invención de la Imprenta por parte de Gutemberg, inconcebible para la época medieval, la difusión de internet es el suceso más trascendente en el campo de la computación desde que se introdujo por primera ocasión la PC de IBM en el año de 1981.

Internet es la suma de todas las interredes conectadas entre sí, una computadora conectada a internet, se puede conectar a las otras que se encuentran enlazadas a la red, sin importar el lugar geográfico en que estén ubicadas, las computadoras enlazadas a internet pueden ser de cualquier marca, capacidad o características.

El origen de este aporte de la tecnología se dio a mediados de los sesenta cuando el ejército de los Estados Unidos dependía de la tecnología de cómputo, así que los avances en esa área eran sumamente importantes. Una red que se caía por el mal funcionamiento de una sola computadora denotaba gran vulnerabilidad, por lo que el ejército pensó en desarrollar una red capaz de sobrevivir aún cuando una o varias de sus computadoras no funcionaran.

En 1970 la Agencia de Proyectos de Investigación Avanzada, integrante del mismo Departamento de Defensa, instaló las primeras partes de lo que posteriormente sería Internet. Esta red se conoció como ARPANet, tenía múltiples objetivos que se establecieron y todavía son parte de Internet.

ARPANet se expandió a usos no militares cuando se permitió que la utilizara las Universidades y Compañías dedicadas a investigaciones relacionadas con la defensa. A fines de los setenta, compañías y universidades de todo el mundo se conectaron a Internet, y gobiernos de varios países subsidiaron enlaces a fin de que sus investigadores pudiera comunicarse con sus colegas en Estados Unidos.

Para usos particulares el año de 1990 es trascendente al lograrse eliminar la obligación de contar con el apoyo del gobierno para poder conectarse a la red, por antonomasia se dan mejoras en las utilerías para acceder a la información. Desde el correo electrónico, hasta el W W W pasando por, Telnet, Mosaico, Verónica Archie, Wais, y Gopher; todas las herramientas se han hecho para facilitar la navegación por la red, de tal manera que si antes debía ser un experto el usuario para conectarse a una biblioteca, hoy todos los que sepan usar un Mouse, puede acceder a todas partes en la red.

La importancia de la Web, radica en que por medio de ella se pretende unificar la gran cantidad de información que existe en Internet. A mediados de los noventa, la W W W permitía explorar Internet auxiliada de un sistema de documentos, en el que las palabras clave tenían un enlace con otros documentos (hipertexto), al tiempo que permitía acceder a información multimedia. La World Wide Web, es un sistema que permite conocer toda la información que pueda ser encontrada en Internet, haciéndola accesible mediante conexiones o ligas (Links), escritas en los documentos con un lenguaje especial llamado (HTML) o Hyper Text Markup Language el cual posibilita que una pieza de información se conecte con otra y ambas sean archivadas en Internet Desde 1993 esta tecnología era usada solamente por los Estados Unidos y las Naciones con un nivel de desarrollo alto.⁷¹

⁷¹ Cfr. La Jornada, suplemento World Media Network, 17 de julio de 1995, p. 18.

“Como usuario, tu tienes de manera intuitiva una página del Web bien presentada, la lees y seleccionas las ligas con el clic que hace el Mouse. En seguida El Mosaico, Netscape o Cello, envía una solicitud al sitio de la W W W que es señalada por la conexión que ha seleccionado (el servidor), el servidor reconoce qué aplicación se requiere para procesar la solicitud, ya que el World Wide, utiliza una forma de direccionamiento con un Localizador Universal de Recursos (URL), éste contiene tanto la dirección del recurso o medio en cuestión, como un indicador que dice al servidor qué clase de recurso de Internet es éste”.⁷²

En la actualidad la manera más común de enlazarse a Internet es a través de un Módem (viene de las palabras Modulador y Demodulador), el módem es un aparato que convierte la información digital de la computadora en tonos (sonidos) que pueden viajar a través de la línea telefónica. Se marca vía telefónica desde una computadora personal en la oficina o desde el hogar, a algún proveedor de Internet.⁷³

Las Organizaciones están interconectadas por varios tipos de enlaces permanentes de datos incluyendo líneas dedicadas y enlaces vía satélite. En un enlace no dedicado, la computadora llama a otra computadora que está en Internet, utiliza su conexión por un rato y después se desconecta.

Internet difiere de los servicios en línea tal como América Online (AOL) y Compuserve (CIS) en muchas formas. Los servicios en línea deciden qué información puede ser disponible, y cómo es ésta accesada. La propia naturaleza del medio restringe al Software proporcionado por el proveedor de servicios, excepto quizá por un limitado puente de correo electrónico a Internet.

⁷² Entrevista al Ing. Gustavo Palomino en Radio Centro, lunes 11 de febrero, del 2002.

⁷³ Nota del Autor: Una de las Empresas pioneras en México en ofrecer este servicio es Teléfonos de México.

En lo que a Radio se refiere, el número de estaciones enviando su audio dentro de la red dio el salto de 20 a 160 en seis meses. Para 1996 alrededor de 1200 estaciones de radio han construido Web Sites, en el World Wide Web. Algunos son elaborados, ofreciendo características tales como, audio en tiempo real e información de la estación.

"La radio ha aplicado esta tecnología para diferentes usos. Uno de ellos consiste en establecer un mecanismo interactivo de comunicación entre las estaciones de radio y su público para conocer sus opiniones sobre la programación y participar en concursos o encuestas. Estaciones como la Wisconsin Public Radio de Estados Unidos, emplean el correo electrónico en foros de análisis en programas como "what" ya know" y "To the Best Of Our Knowledge". En tanto que en Holanda, la radio pública organiza los sábados algunos juegos con sus radioescuchas, consistentes en identificar sonido o voces en determinados programas y, vía Internet, dar la respuesta correcta para ganarse un premio".⁷⁴

Para escuchar una estación en tiempo real, deben de usarse programas como Real Audio que es un innovador programa realizado por Progressive Networks. Esta organización con base en Seattle proporciona Software tanto al "servidor" como al "cliente", un servidor en este caso es una computadora que ejecuta acciones para otra computadora; un cliente es la computadora que pide la acción. Un servidor correspondería aproximadamente a lo que en materia de radio es el Transmisor; y el cliente al receptor. Antes de existir Real Audio, era un verdadero problema obtener sonido desde Internet. Se tenía que cargar durante treinta minutos el archivo para una melodía de cuatro minutos antes de poder reproducirla.⁷⁵

⁷⁴ Radio World, "Supercarretera sin límites", Carless, James, 28 de diciembre de 1994, p. 12.

⁷⁵ Cit. Pos. Entrevista al Ing. Luis García

El Grupo Radio Centro se ha caracterizado por ir a la vanguardia ya que todas sus estaciones tanto de Frecuencia Modulada, como de Amplitud Modulada, se encuentran disponibles en Real Audio, puesto "que desde su lanzamiento en 1995... se ha convertido en un estándar adoptado por más de 700 empresas de comunicación entre las que se encuentran cadenas radiales, compañías disqueras, cinematográficas y de televisión en todo el mundo, aunque debemos mencionar la existencia de otros formatos de transmisión de audio y vídeo como el MP3 o el Netshow de Microsoft; éste último en procesos de mejora para tratar de desbancar al todavía líder, Real Audio".⁷⁶

Una de las razones para desarrollar un sitio en la Web incluye la comercialización de la estación de radio, a un público muy recurrente y cautivo. "México no podía estar ausente, aunque para sorpresa del cibernauta, son todavía escasas las organizaciones radifónicas de nuestro país que han dado el brinco a Internet. Frecuencia Modulada Mexicana, Radioactivo (95.8 FM) de la ciudad de México, el Grupo Radio Centro, Stereo Rey y el Núcleo Radio Monterrey son hasta la fecha las únicas Instituciones de la radio que nos representan en la frecuencia del ciberespacio".⁷⁷

⁷⁶ El Universal, "El país da la cara al mundo en Real Audio", Melo del Razo José E., lunes 24 de agosto de 1998, p. 6.

⁷⁷ El Universo de la Radio, Vol. I, No. I, "El servidor de World Radio" Arredondo Ramírez Pablo, 1996, p. 79.

4.5 Radiodifusión Sonora Digital "DAB"

El siglo XXI sorprende a la radiodifusión mexicana en una encrucijada, mientras en otros países ya se hacen pruebas con resultados prometedores, en México, las autoridades en la materia no se han expresado al respecto de este prodigio de la tecnología, los constantes progresos en este sentido, hacen posible que el sonido y la imagen lleguen a los hogares con una calidad inmejorable y a un costo menor para el concesionario y por ende al radioescucha, consecuentemente se renueva la producción y distribución en las instalaciones de las emisoras, el fenómeno es comparable a la expectación causada en los inicios de la radio como hoy la conocemos.

La Digital Audio Broadcasting (DAB), como se identifica a la llamada radio del futuro, ha representado el avance tecnológico más trascendente en la década de los noventa, la DAB, viene a ser el porvenir inmediato para la radio nacional, así; la disminución de audiencias en algunos países como Alemania, Francia, Italia, y los Estados Unidos, y por otra parte el incremento en la venta de reproductores de discos compactos y en México la drástica caída en la inversión publicitaria, son los factores que reflejan a una sociedad ávida de que este medio electrónico le ofrezca algo novedoso, los esfuerzos por parte de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, y la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (y posteriormente del Valle de México), han quedado en la elaboración de campañas en apoyo al medio, y como se ha citado en el capítulo 1, en llevar a cabo Rallys en la banda de AM en el Distrito Federal, para posicionar a este cuadrante.⁷⁸

⁷⁸ Cfr. Revista Mexicana de Comunicación, "El incierto futuro de la radio sonora digital en México", Sosa Plata Gabriel, enero-marzo de 1994, p. 34.

Por tanto la prioridad para los organismos que representan los intereses de los concesionarios es modernizarse ofreciendo una mejor radio que satisfaga al público. Los primeros indicios de la DAB se dan en 1987 con el desarrollo de diversos sistemas con la finalidad de cumplir con los requerimientos de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT), en donde se han especificado los puntos para brindar este servicio según su resolución número 520 del año de 1988.⁷⁹

A mediados de los noventa y posterior a las pruebas efectuadas en varios países, el sistema Eureka 147 fue el elegido al ser considerado el más viable y desarrollado en el mundo. Pero los antecedentes inmediatos de este novedoso sistema datan de 1992 al ser celebrada La Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones en la ciudad de Torremolinos, Málaga España; en ésta, se fijó el espectro de frecuencias necesario para el desarrollo de la DAB satelital y terrestre, en este evento se otorgaron tres rangos de asignación: Cuarenta megahertz de ancho en la banda "L" que va de los 1452 a los 1492 megahertz para la mayoría de los países del mundo. Cincuenta megahertz dentro de una posición de la banda "S" de los 2310 a los 2360 megahertz para los Estados Unidos de Norteamérica, posición que obtuvo al argumentar que problemas de carácter técnico le impedían utilizar otra banda que no fuera la "S".

"Lo que se encuentra en el fondo de la polémica son los intereses industriales. Estados Unidos no quiere aprobar la banda L porque no han desarrollado receptores para DAB y tendrían que adoptar la tecnología japonesa o la europea. Además muchas de las estaciones de FM con problemas económicos quebrarían".⁸⁰

⁷⁹ Cfr. Revista Mexicana de Comunicación, "Radio sonora digital: un recorrido por el mundo", Sosa Plata Gabriel, octubre-noviembre de 1994, p. 28.

⁸⁰ Revista Proceso, No. 939, "Nuevos Espectros Radiofónicos", entrevista a Sosa, Plata Gabriel, Toussaint Florence, 31 de octubre de 1994, p.p. 72-73.

Como dato adicional México y más de 130 países apoyaron el uso de la banda L porque era la más idónea para el servicio, finalmente se concedió el uso de los 120 megahertz de otra porción de la banda "S" de 2350 a 2655 megahertz para el servicio en Ucrania, Rusia, y Bielorusia.⁸¹

Durante el lapso de 1992 a 1995, varias empresas tecnológicas de Estados Unidos desarrollaron proyectos para digitalizar las señales de AM y FM en los sistemas "In Band on Channel" (IBOC), e "In Band Adjacent Channel" (IBAC), Por ejemplo la Compañía ATT con dos sistemas desarrollados en FM, el IBAC e IBOC en canal reemplazable y en combinación con AMATI uno de FM en banda y canal; U S A Digital Radio que trabaja sistemas en AM y FM en IBOC y Thomson Electronics que practica con el sistema Eureka 147 tanto a nivel satelital como terrestre en banda "L".⁸²

Por su parte National Radio System Committe (NRSC), evalúa los desarrollos de las empresas estadounidenses cuya etapa de laboratorio finalizó en 1995 y las pruebas de campo llevadas a cabo en la ciudad de San Francisco en el estado de California terminaron entre abril y mayo de 1996, dicho comité deberá proponer a la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC), el sistema que ofrece las mejores condiciones de funcionamiento al público estadounidense.

Mientras tanto en los países que han optado por utilizar la banda "L" ya se experimenta con una red de estaciones terrestres con la finalidad de que antes de que concluya el milenio se evalúe el comportamiento de las mismas y sean utilizados mediante un plan elaborado conjuntamente entre los concesionarios y el gobierno, Canadá es un ejemplo de lo anterior.

Pero que pasa en Europa, desde septiembre de 1995, Gran Bretaña usa un sistema mixto a través de la BBC de Londres, por medio del cual se enlazan

⁸¹ Cfr. El Universo de la Radio, Vol. I, No. 2, "Radiodifusión Sonora Digital", Robledo Romero Jaime, 1996, p.p. 73-76

⁸² Cit. Pos. El Universo de la Radio, p.p. 76.78.

diferentes estaciones en las principales ciudades y carreteras del país para operar un sistema de audio digital nacional.

Como complemento, Dinamarca, Alemania, Italia, Suiza, Francia y los países nórdicos, ya iniciaron operaciones experimentales para que en un máximo de cuatro años, cuenten con sistemas en operación. En los países árabes, Australia y la India, ya se genera una gran actividad en torno a este adelanto de la tecnología.⁸³

⁸³ IBID p.p. 78-82.

En 1997 la Comisión Federal de Comunicaciones llevó a cabo en los Estados Unidos de Norteamérica una subasta del espectro de frecuencias correspondientes a la banda "S" las empresas agraciadas fueron la Satélite CD Radio, Inc. y la American Mobile Radio Corporation; éstas erogaron más de 182 millones de dólares por la adquisición de dos tramos de 12.5 megahertz cada uno.

La primera se ubica de 2320 a 2332.5 megahertz y utiliza dos satélites geoestacionarios comprendidos en las posiciones 85 grados y 115 grados longitud oeste respectivamente, estas empresas darán servicio a partir del 31 de 1999 cubriendo todos los Estados Unidos, Alaska y Hawai, los referidos satélites son de alta potencia; un avance en este aspecto es que las antenas receptoras tienen un diámetro menor a 10 centímetros y podrían prestar el servicio de Radio Digital a un mercado potencial de 200 millones de automóviles.

Las ciudades más importantes de los Estados Unidos están situadas en la región norte y debido a los edificios y construcciones de gran envergadura, provocan "áreas de sombra", para solventar este inconveniente se utilizarán dos satélites por cada una de las empresas para garantizar un servicio continuo de calidad.

El servicio que ofrecerán éstas es muy variado, el único inconveniente es que el único precio que alcanza un receptor para automóvil fluctúa entre los 200 dólares, el cual tenderá a bajar a medida que aumente la venta de los mismos. En el futuro inmediato la música digital a través de los satélites será una fuerte competencia a la radiodifusión terrestre actual, así que se deberá definir a la brevedad qué tecnología usará, pues de no hacerlo estará cavando su propia tumba, ya que los avances en esta materia se dan a la velocidad de la luz.⁸⁴

México se encuentra en la disyuntiva de qué sistema adoptar, no es un secreto que le conviene el sistema Eureka 147, en éste cabrían en un área de servicio 144 estaciones porque ya que por cada espacio de 1.5 megahertz cabe un bloque de 6

⁸⁴ Revista "Antena", sección tecnología, véase Robledo Romero Jaime, enero - agosto de 1998.

canales estéreo-fónicos y que se deben dejar .15 megahertz (150 kilohertz) entre cada uno de esos bloques para evitar interferencias, esto quiere decir que con los 40 megahertz contenidos entre los 1452 y los 1492 Mhz. Cabrían bloques de 6 estaciones esto es, las 144 estaciones citadas. A todas luces este sistema es el conveniente para nuestro país, pero falta ver qué plantean las autoridades y los mismos concesionarios.

La CIRT ha esbozado la idea de que las concesiones de este servicio sean otorgadas a los actuales radiodifusores ya que de no hacerlo se podría generar una competencia injusta. No obstante que "la radio tiene contratados 1.5 transpondedores que distribuyen 42 señales permanentes de 17 cadenas radiofónicas a mil 378 estaciones del país y a más de 300 de Estados Unidos".⁸⁵

Si nuestro país optara por los sistemas IBOC de Estados Unidos de todas formas los radiodifusores buscarían nuevos sistemas de radio para aprovechar los canales disponibles en la banda L, también implicaría la conversión de las cabinas y la infraestructura necesaria para ofrecer este servicio. "... esto significará que el equipamiento para el procesamiento de la señal, el transmisor, la línea y antena dependerá del sistema elegido, ya entonces se podrá pensar en la compra de estos últimos insumos".⁸⁶

La Radiodifusión Sonora Digital, ha llegado para sustituir de manera gradual a la Radio de AM y FM, en cuestión de 6 a 8 años habrá receptores o radios dotados con tres bandas: AM, FM, y DAB, posteriormente FM y DAB y así hasta llegar al DAB únicamente, esto se tiene previsto para el 2020 en adelante, cuando la radio del futuro ya no lo sea.

⁸⁵ Cfr. Revista Mexicana de Comunicación, No. 43, "Focos de emergencia para la radio mexicana", febrero-abril, de 1996, p 14.

⁸⁶ Revista "Antena", "Un paso a la radio del futuro", Robledo Romero Jaime, septiembre-octubre de 1998, p. 13.

En lo concerniente a DAB vía satélite o gratuita, autoridades y concesionarios no le han prestado la atención requerida ya que pondría en peligro la estabilidad económica de las actuales emisoras que transmiten en las dos bandas conocidas, en nuestro vecino país del norte algunas empresas ya están funcionando como las citadas American Mobile Radio Corporation, y la Satélite CD Radio Inc. para ofrecer la DAB satelital.

Otro corporativo que tenía intenciones de ingresar a la competencia en este sector fue el World Space Corp. Que en abril de 1995 expresó su deseo de brindar este servicio de DAB vía satélite por medio de radios portátiles de bajo costo marca Star Man, este consorcio ofrecería 300 canales con programación de diferentes partes del mundo, así como servicios auxiliares de los satélites World Space.⁸⁷

La compañía francesa Alcatel Space comenzó a construir tres satélites destinados para este fin, la misma World Space los pondría en órbita a principios de 1998 con el apoyo financiero del Banco Morgan Stanley, hecho que se concreta en el año de referencia, y no sólo eso; "World Space planea invertir en este proyecto algo más de 1,000 millones de dólares. Curiosamente supone que sus satélites operen en banda "L" precisamente entre 1452 y 1492 Mhz... de llevarse a cabo esto, todos los países a los que les fue asignada esta banda "L" en Torremolinos, España en 1992, estarían imposibilitados en usarla para el desarrollo de su radiodifusión sonora digital terrestre, pues serían impedidos por esta empresa⁸⁸.

⁸⁷ Cfr. Radio World, 14 de junio de 1995, p.p. 1-21.

⁸⁸ Revista "Antena", "La Radiodifusión Sonora Digital a Través del Satélite", Robledo Romero Jaime, enero-febrero de 1999, p. 17.

Una exposición clara y precisa en torno al uso y funcionamiento de los Satélites Mexicanos se encuentra en: Revista Mexicana de Comunicación, "Nueva generación de telecomunicaciones en México", Santacruz Lino, enero-marzo 1994, p.p. 32-33.

Las principales diferencias de la radio digital frente a la radio analógica son las siguientes:

1. Es posible transmitir una gama de sonidos más amplia
2. Resulta inmune a las interferencias causadas por disturbios atmosféricos
3. Aprovecha de una manera inmejorable las bandas de frecuencias
4. Tiene mayor capacidad para separar los canales, mejorando la calidad de imagen estereofónica
5. Con ésta se pueden enviar datos digitales para servicios complementarios
6. Proporciona un servicio de alta calidad a receptores fijos y móviles
7. Conserva la misma calidad de transmisión durante el día y la noche

Asimismo, la separación estereofónica de las señales de AM es de 32 decibeles, las de FM son de 60 y finalmente la de DAB de 90 decibeles, lo anterior aunado a que a las señales de AM les afecta las perturbaciones atmosféricas, el alto voltaje, las lámparas de gas Inerte, y a las señales de FM les afectan las interferencias provocadas por las señales de multitrayectoria, en comparación con la DAB que no le afecta nada.

Bajo la perspectiva del sistema analógico se deben considerar canales de protección entre dos canales; esto es, que en una misma localidad hay que dejar dos canales sin usar para asignar otro canal de AM, es decir 30 kilohertz. Para FM, y en la misma asignación hay que dejar 800 kilohertz de separación lo que en canales digitales se pueden efectuar asignaciones sin separación.

Finalmente y en lo concerniente a los receptores necesarios para escuchar estas señales, según los datos aportados en la Feria de Berlín en septiembre de 1998, ya existen en el mercado diferentes marcas entre las que se cuentan: Grundig, Pioneer, Clarion, Phillips, entre otras, que tienen modelos tanto para automóviles como portátiles o fijos. Sus precios oscilan entre 350 y 900 dólares de los Estados

Unidos, se espera una disminución gradual de precios a niveles de entre los 100 y 150 dólares en la medida de que esta tecnología vaya entrando cada vez con más fuerza a todos los países y en todos los hogares.

4.6 Las Concesiones y la Normatividad

Entre 1995 y 1996 se fue conformando el esquema de las telecomunicaciones en nuestro país, el motivo principal; la apertura a capitales privados fundamentados en la Ley Federal de Telecomunicaciones publicada en el diario Oficial de la Federación el 8 de junio de 1995, esto trajo como consecuencia una reestructuración tecnológica y administrativa, por tanto ingresan a este sector nuevos operadores para proporcionar este servicio con el apoyo del Sistema Satelital, pero esto no significó que el Estado abandonara esta actividad, lo que es un hecho, es que la revolución tecnológica cambió de esta manera la forma de pensar y conducirse de la sociedad mexicana, nuestro país entra paulatinamente a una nueva cultura que podría llamarse Telemática, los servicios proporcionados por este avance son: Televisión por Cable, Transmisión de Datos, Teletexto, Telefonía Celular, Radiolocalización de Flotillas (Trunking), y de personas (Paging). Las disposiciones legales establecidas en la Ley Federal dieron origen a nuevos grupos de poder lo cual generó una batalla frontal con el organismo rector del Estado en esta materia. Telecomunicaciones de México (Telecom). Por ende el control de los satélites en órbita Morelos II y los Solidaridad I y II, fueron motivo de polémica, resultado de lo anterior, empresas mexicanas y extranjeras fuertes en este aspecto crearon alianzas con los usuarios de los satélites para la repartición del espectro radioeléctrico de acuerdo a sus necesidades y con miras a su fortalecimiento.⁸⁹

En la administración de Carlos Salinas de Gortari y en vísperas de entregar la Presidencia de la República a Ernesto Zedillo, el grupo Televisa fue el más beneficiado en el otorgamiento de concesiones con un aproximado de setenta, legalmente esta circunstancia estaría desapegada a las normas puesto que se hablaría de Monopolio, tan es así; que algunas solicitudes para el otorgamiento de dichas concesiones datan de 1990, y se tiene conocimiento que el problema llegó a los tribunales ante el juez décimo de distrito en materia administrativa con el

⁸⁹ Cfr. "Economía Informa", No. 241, Mejía F. Rocío, septiembre de 1995, p. 22.

expediente # 256/94, amén de otro recurso de queja presentado en el juzgado sexto de distrito en la misma materia y con el número de expediente 21/94.

Las empresas afectadas son en su mayoría competidoras del grupo Televisa, debemos recordar que el gobierno salinista se vio favorecido en lo tocante a promover a través de los canales de esta televisora el Programa Solidaridad encabezado por Carlos Salinas de Gortari como candidato a la Presidencia de la República puesto en marcha ya siendo presidente.⁹⁰

Así, las imprecisiones y preferencias en la repartición de concesiones para los diferentes servicios a particulares por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes se han visto reflejadas en la serie de aclaraciones e impugnaciones de los consorcios afectados, entre los que se encuentra el grupo J. V. Corporación, como protagonista de una controversia con Televisa, este hecho fue secundado por Teléfonos de México, y una cauda de empresas de radiodifusión. La indefinición en el otorgamiento, de las bandas de espectro que van de los 5925 a 4000 megahertz, ha generado una serie de preguntas sin respuesta inmediata.⁹¹

Una de las acciones más reales del Sistema Neoliberal en México fue dada a través del artículo 4º transitorio de la Ley Federal de Telecomunicaciones en donde se asienta "La SCT de conformidad con lo previsto en la presente Ley, podrá otorgar concesiones y permisos a terceras personas respecto a las redes y servicios actualmente a cargo de Telecom, excepto por lo que se refiere a los servicios de Telégrafos y Radiotelegrafía". Sólo eso, Telégrafos y Radiotelegrafía.

La legislación en esta materia ha sido muy tibia, en el año de 1996 se apreciaba un reglamento débil, su inconsistencia era aprovechada por los inversionistas, tan sólo en lo concerniente a las líneas de la política adoptada para que las empresas particulares y la inversión extranjera se vieran beneficiadas con una concesión,

⁹⁰ Cfr. El Financiero, Columna "Corporativo", Celis Estrada Darío, miércoles 31 de agosto de 1994, p. 16.

⁹¹ Cfr. La Jornada, "Dirimirá Joaquín Vargas sus controversias con Televisa", jueves 26 de octubre de 1995, p. 53.

esto motivó brotes de corrupción y depredación en las tarifas establecidas, y prácticas monopólicas.⁹²

Por otra parte, el retraso y la pasividad de la SCT para la licitación y otorgamiento de concesiones para explotar el radioespectro, hizo que particulares invirtieran millones de dólares en Infraestructura y que por tiempo indefinido se mantuvieran en espera de una respuesta en torno a sus peticiones tal es el caso de la empresa IMPSAT.⁹³

La otra cara de la moneda fueron las empresas beneficiadas: Televisa, Multivisión, Televisión Azteca, Teléfonos de México, Banamex, Bancomer, y por parte de los capitales extranjeros, Huges Communications, AT&T, Motorola, GTE, Orión, Panamsat, MCI, entre las principales.

Pero de qué forma subastar las bandas, bajo qué normas, cuántas en la primera y subsecuentes licitaciones, habría nuevos usuarios, serían los mismos, la SCT hasta mediados de 1996 no había dado respuesta.⁹⁴

Las respuestas inmediatas fueron que los capitales privados impulsados por un esquema factible que apoyaba la inversión extranjera encontraron campo fértil en una normatividad moldeada para intereses específicos, estos asumirían las funciones de Telecom inyectando recursos por un aproximado de dos mil millones de dólares en la que estaría incluida como inversionista la misma Telecom, reacción no favorable era que la venta del sistema satelital se efectuara por separado en donde las empresas no favorecidas impugnarían el proceso.

⁹² Cfr. El Financiero, "Reglamento de telecomunicaciones, incompleto y poco competitivo", Olguín Claudia, miércoles 19 de junio de 1996, p. 10.

⁹³ Cfr. El Financiero, "Radioespectro, freno a las inversiones: IMPSAT", Guadarrama H. José de Jesús, jueves 27 de junio de 1996, p. 12.

⁹⁴ Cfr. El Financiero, "Crece la incertidumbre sobre la subasta del radioespectro", Guadarrama H. José de Jesús, viernes 19 de julio de 1996, p. 11.

Los resablos de este estira y afloje se suscitaron justo a mediados de 1996 porque "Para evitar presiones, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) planea licitar al mismo tiempo el espectro radioeléctrico en las telecomunicaciones, particularmente en los sistemas Inalámbricos y en el denominado Personal Communications Systems (PCS), a fin de no privilegiar a ningún proveedor que tenga mayor experiencia en una banda que en otra".⁹⁵

La función de Telecom sería de participante ya sin el beneficio de controlar y operar el sistema satelital mexicano, Telecom fue creada como organismo desconcentrado de la SCT mediante acuerdo presidencial el 17 de noviembre de 1989 asignándole las funciones que a continuación se expresan: proporcionar los servicios públicos de conducción de señales de voz, datos, textos, telégrafos y telex, y televisión a través de las estaciones terrenas, red de microondas y fibras ópticas, asimismo se le dejaba la responsabilidad de operar técnica y administrativamente el sistema satelital mexicano, sustituyendo de esta forma la Dirección General de Telecomunicaciones de la SCT.⁹⁶

Por su parte el organismo aglutinador de estaciones de Radio y Televisión, La CIRT; se ha concretado a hacer algunos señalamientos en cuanto a las Normas Oficiales Mexicanas (NOM), su objetivo principal se sustentaba en que antes de que concluyera 1996, buscarían contar con una nueva versión de las siguientes Normas Oficiales: 01-SCT-93 de Amplitud Modulada

02-SCT-93 de Frecuencia Modulada

03-SCT-93 de Televisión en VHF y UHF

También planteó la posibilidad de establecer la Norma Oficial relativa a la Instalación y operación de las estaciones de Amplitud Modulada dentro de la ampliación de la banda que va de los 1605 a 1705 kilohertz.

⁹⁵ El Financiero, "A subasta simultánea la televisión restringida SDMM", Guadarrama H. José de Jesús, martes 23 de julio de 1996, p. 12.

⁹⁶ Véase el Diario Oficial de la Federación en la fecha de referencia.

La norma que regula a las estaciones de amplitud modulada fue publicada el 10 de noviembre de 1993, la cual vino a sustituir a la publicada el 5 de junio de 1975, lo que muestra un periodo de 18 años sin actualización, el trabajo de revisión y elaboración de la versión final, se concluyó en agosto de 1992, sin embargo la publicación de la Norma Oficial requirió de un poco más de un año para cubrir todos los aspectos administrativos y legales correspondientes.

La Norma que regula las estaciones de frecuencia modulada fue publicada el 11 de noviembre de 1993, sustituyendo la del 6 de noviembre de 1974, en las que se incluyeron algunos aspectos técnicos relacionados con el uso de las Subportadoras con lo que se demostraba un retraso de 19 años para que se publicara la nueva versión. La Norma prácticamente se dejó como estaba, ajustándola solamente al formato establecido por la Ley Federal de Metrología y Normalización, publicada el primero de julio de 1992, someténdose esta nueva versión a los procedimientos contenidos en la mencionada Ley.

Por lo que respecta a la norma de televisión en VHF y UHF, la nueva Norma se publicó el 15 de noviembre de 1993, sustituyendo a la publicada en enero de 1977. La situación fue similar a la de la Norma de frecuencia modulada es decir; los cambios fueron encaminados a la adecuación de los requisitos establecidos por la Ley de Metrología anteriormente mencionada.

El 21 de mayo de 1996, la Comisión de Nuevas Tecnologías perteneciente a la CIRT, se reunió con funcionarios de la SCT, con el objeto de establecer el plan de trabajo general que se haría cargo de los temas relacionados con los aspectos tecnológicos en lo que se refiere a las Normas Oficiales. Los acuerdos que se establecieron son:

- 1.- Se solicitará la instalación del Subcomité Nacional Consultivo de normatividad en materia de Radiodifusión, para que se procediera a la elaboración de nuevas normas y a la revisión así como a la adecuación de las

existentes. Los organismos participantes fueron: La Secretaría de Comunicaciones y Transportes, El Instituto Mexicano de la Comunicación, El Colegio de Ingenieros Mecánicos y Electricistas, La Asociación de Ingenieros y Técnicos en Radiodifusión, Instituciones de Educación Superior, y por supuesto la CIRT.

2.- Las nuevas normas que se elaborarían en el transcurso del año de referencia serían: Instalación y Operación de Sistemas de Televisión Restringida MMDS. Instalación y Operación de Televisión Directa Vía Satélite

3.- Se revisarían y actualizarían las Normas de Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada, incorporándose las modificaciones pertinentes.

4.- La Norma correspondiente a la banda ampliada de Amplitud Modulada (1605-1705 kilohertz), se dejó pendiente para el año de 1997 puesto que de momento no había planes para su uso inmediato. Como se ha señalado, en 1997 se dio un interés inusitado de los particulares para poder explotar comercialmente el radioespectro.

5.- Se promovería la publicación de la Norma voluntaria para el uso de RDS y RBDS, para aplicaciones exclusivas de apoyo a las actividades de radiodifusión.⁹⁷

La CIRT ha tenido una participación de mero gestor, mientras que en el mercado, los consorcios en telecomunicaciones negociaban en lo oscuro, "esto ha derivado en una política favorecedora para algunos grupos empresariales (...) no se da la

⁹⁷ Véase Informe Anual del Consejo Consultivo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, 1996.

oportunidad para que otros empresarios u organizaciones puedan participar como emisores en estos medios. Por otra parte, el espacio aéreo es un bien de la nación, del Estado, que debe ser administrado por un órgano plural que no dé lugar a suspicacias sobre su mecanismo de operación".⁹⁸

Con una legislación flexible en materia de subastas, licitaciones y otorgamiento de concesiones para explotar comercialmente el espectro radioeléctrico del país, los grandes corporativos ensanchan frecuentemente sus negocios, sin que hasta el momento haya un freno para la discrecionalidad que se ha manejado en esta materia, tan sólo en 1998 la Comisión Federal de Telecomunicaciones (Cofetel), subastó 44 concesiones de radio y televisión restringidos, por un total de 500 millones de pesos, no obstante las empresas participantes a la hora de las posturas, ninguna se hizo sentir.⁹⁹

⁹⁸ El Financiero, "Controversia por el manejo del espectro radioeléctrico", entrevista a Sosa, Plata Gabriel, Hernández Jaime, martes 28 de octubre de 1997, p. 12.

Más detalles sobre las licitaciones y concesiones en materia de Radio y Televisión restringida, se encuentran en: Hernández, Jaime "Descontrola a inversionistas retrasos en reglas de radiocomunicación: IME", El Financiero, miércoles 30 de abril de 1997, p. 18.

⁹⁹ Cfr. El Financiero, "A la IP, 44 nuevas concesiones de radio y televisión restringidas", jueves 12 de febrero de 1998. 21.

Conclusiones

La década de fin de siglo nos deja con demasiadas inquietudes. La llamada Radio Analógica se niega a morir, la especialización en sus dos bandas se consolida a lo largo de esta representativa década, la Amplitud Modulada para solventar los estragos de las recurrentes crisis económicas adopta el modelo de una radio cien por ciento hablada, son pocos los espacios musicales, incluso emisoras caracterizadas por este formato, han cedido sus tiempos a los programas de contenido, Radio 6.20, Romántica 13.80, Radio Sinfonía, y la legendaria B grande, son ejemplos de una radio cambiante, virtud que la Televisión todavía no logra, esto es: La Adaptación.

Prueba de lo anterior es que los radiodifusores poseedores de estaciones en amplitud modulada, se han interesado por conocer mejor las audiencias, en la búsqueda de calidad más que cantidad, parte de los ingresos de sus emisoras se invierten en investigaciones para obtener más y mejor información de los diferentes segmentos de personas dentro de las categorías de productos y servicios en la exposición, usos y hábitos de consumo.

En cuanto a la Frecuencia Modulada, gradualmente, se fue adecuando a los requerimientos de la tecnología, Radioactivo y algunas estaciones de Grupo Radio Centro como X E R E D fueron las pioneras en transmitir su programación a través de la carretera de la información.

Los concesionarios de este medio de comunicación, día con día se han enfrentado a la difícil tarea de sostener una emisora en la banda de amplitud modulada a diferencia de las de frecuencia modulada que se han mantenido gracias a sus características técnicas, según datos de la Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (AMAP) estiman que la inversión publicitaria en medios de comunicación fue de un aproximado del 14 por ciento de un total de 25 mil

millones de pesos, la repartición en radio en FM se ubicó en un 70 por ciento y el restante 30 por ciento para la AM.

Consecuencia del desplome en los ingresos que percibía la radio analógica y principalmente la AM, el constante acaparamiento de publicidad por parte de la televisión abierta (TV Azteca y Televisa) y la urgente necesidad de sanear financieramente a las estaciones, fueron los factores que replantearon el escenario radial en la capital del país.

La llegada de las nuevas tecnologías que ya tocaban la puerta desde finales de los ochenta dio origen a la tendencia que se ha demostrado a lo largo del trabajo, así, hicieron acto de presencia las Alianzas, Fusiones y Adquisiciones para salir lo mejor librado de las crisis económicas por las que ha pasado nuestra nación. Lo que viene a confirmar nuestra segunda hipótesis al establecer que este tipo de movimientos, se darían provocados por los avances tecnológicos

Por otra parte, en el año 2000 la empresa Televisa fue motivo de una polémica entre los grupos de medios de comunicación, sus intenciones de fusionarse con alguno de los dos corporativos referidos en el capítulo dos se vieron truncados por la Comisión Federal de Competencia (Cofetel), el titular de ésta Fernando Sánchez Ugarte no autorizó la fusión argumentando que se darían prácticas monopólicas principalmente en lo referente a las ventas de publicidad, un aspecto a señalar es que Televisa recurriría al llamado Plan Francés donde la publicidad es amarrada, es decir, todo el paquete en todos sus medios y aprovechando la apertura, también se incluirían los sistemas de cable y el satelital.

Dicho más claramente, Televisa segmentaría los mercados de radio y televisión, pero esto no era todo, uno de los consorcios participantes, Grupo Aclir se enfrentó con el problema de que algunos conductores de los programas con mayor audiencia, antes de la frustrada negociación, renunciaran, puesto que a éstos, se les identificaba con Televisión Azteca, lo que trajo una disminución de las ventas

por publicidad en estos espacios. Resultado de la negativa manifestada por la Cofetel, Televisa a finales de marzo del 2001 anunció una serie de cambios en su canal cuatro, y lo más interesante, se hablaría de venderlo, todo en aras de evitar presiones antimonopólicas.

Televisa dio por terminado el capítulo mexicano para fusionarse con empresas nacionales, pero el 14 de octubre del 2001, vendió el 50 por ciento de las acciones de Radlópolis a la firma española Promotora de Informaciones S. A. (PRISA) propiedad de Jesús Polanco, la venta se celebró por un aproximado de 60 millones de dólares, incluido una ampliación del capital.

La reacción no se hizo esperar ya que algunos legisladores e incluso analistas del medio coincidieron en argumentar que se había violado la Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 14 que señala: "Las concesiones para usar comercialmente canales de radio y televisión (...) se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos". No obstante la existencia de una Ley de Inversión Extranjera que en su título 5º permite este tipo de inversiones.

En medio de una controversia, la negociación se consumó, es pertinente señalar que Televisa también se vio afectada por los vendavales de la crisis económica generalizada a lo largo de ésta década, su programación se reestructuró, tanto que el sistema Informativo ECO, capitaneado por Jacobo Zabudovsky, desapareció en su totalidad con el respectivo despido de personal en esta filial.

Sin duda ésta y otras eventualidades propiciaron la venta del Sistema Radlópolis a la firma española PRISA, de ahí la trascendencia de esta operación de Televisa como empresa de comunicación, recordemos que Clear Channel Communications es accionista en Grupo Acir, y Hicks, Muse, Tate, & Furst, participa accionariamente con MVS Comunicaciones.

En lo que se refiere a las concesiones, la discrecionalidad con la que se maneja el otorgamiento de las frecuencias susceptibles de ser explotadas comercialmente ha generado la concentración de éstas, en pocas manos resultado de la comunión entre gobierno y empresarios, por lo anterior, es necesaria la inmediata reforma a la legislación que data de 1960, el camino a seguir implicará la adecuación y el fortalecimiento del marco jurídico, al que deben estar sujetas para cumplir, no solamente, con el uso y la explotación de sus frecuencias, sino que deberán ejercer a plenitud el derecho a entretener, informar y expresar diferentes puntos de vista con un criterio serio y responsable como medio de comunicación.

De esta manera, el siglo XXI nos sorprende con un reacomodo en las dos bandas del Distrito Federal, las Alianzas y Fusiones generadas a lo largo de los noventa, sufrieron modificaciones, las empresas involucradas posaron sus esperanzas en el nuevo milenio, de las alianzas efectuadas, ninguna se consolidó, sólo Organización Radiorama y Grupo Siete conservan algunos acuerdos, sus propietarios han encaminado sus esfuerzos a robustecer sus organizaciones, y no a perpetuar algo que no les genere recursos económicos reales, estos acuerdos se dieron en su mayoría con fines netamente de comercialización.

En lo que se refiere a las Fusiones, éstas no sólo siguen, sino que se han consolidado e incluso con la inyección de capitales como es el caso del Núcleo Radio Mil y Stereo Cien, en la que la familia Vargas propietaria del Grupo MVS Radio, adquirió el 49.9 por ciento de las acciones del Grupo.

Las adquisiciones se fortalecieron y, casi en su totalidad, las emisoras de estos grupos cambiaron sus formatos e incentivaron programas de corte informativo y de contenido, tal es el caso de Radio 6.20 que pasó de ser una estación musical, a otro formato donde sus espacios fueron vendidos a particulares para disminuir los problemas económicos que la atosigaban.

En el caso de la venta a Organización Radiorama de las dos estaciones del Núcleo Radio Mil, la única que conserva su formato original es Romántica 13.80. Por lo que se refiere a la frecuencia 15.30, ésta ha sufrido constantes cambios de formato ocasionados en su mayoría por la inconsistencia de su administración.

Sin embargo, el fantasma de la crisis económica acompañó a la radio del Distrito Federal desde los inicios de la década estudiada, varios fueron los factores, uno de ellos la concentración de estaciones en organizaciones cada vez más fuertes para hacerlas más competitivas.

La Globalización fue otro protagonista cuya actuación resultó fundamental, en un mundo interconectado, no se concibe que la radio no participara, y más aún, que no se viera afectada por el torbellino de incertidumbre e inestabilidad económica. Por tanto, estas operaciones se dieron por las recurrentes crisis económicas. No obstante, se podría continuar con otros estudios de los conceptos vertidos en este trabajo de tesis, ya que el hilo conductor en esta dinámica de apertura de mercados y capitales nos plantea un panorama radial en los albores del tercer milenio de una Radio aún en Transición.

Glosario

Asociación de Radiodifusores del Valle de México (A. R. V. M.)

Ejecutivo: Lic. Antonio Ibarra Farfía

Asociación Mexicana de Agencias de Publicidad (A. M. A. P.)

Ejecutivo: Lic. Sergio López Zepeda

Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (C. I. R. T.)

Ejecutivo: Lic. Jorge Mendoza

Central Trade Media (C. T. M.)

Ejecutivo: Lic. Manuel Pérez Pelayo

Corporación Mexicana de Radiodifusión (C. M. R.)

Ejecutivo: Sr. Enrique Bernal Servín

Corporación de Radio: Corporadio S. A. de C.V. logística para la radio del siglo 21

Ejecutivo: Sr. Jorge López Martínez

Difusoras Unidas Independientes S. A. (DIFUSA)

Ejecutivo: Sr. Enrique Palomar Quijano

Direct Deal Radio S. A. de C.V. (D. D. R.)

Ejecutivo: Sr. Óscar Pérez González

Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas S.A.
(FIRMESA)

Ejecutivo: Lic. Luis Ignacio Santibañez Flores

Asociación de Concesionarios Independientes de Radio (A. C. I. R.)

Ejecutivo: Lic. Francisco Ibarra López

Grupo Arte S. A. de C. V. (G. A. S. A.)

Ejecutivo: Lic. Ricardo Belmont Acero

Grupo P. M. P. Publicomunicación Integral

Ejecutivo: Lic. Luis Carlos Mendiolola Codina

Grupo Radio Alegría (G. R.A.)

Ejecutivo: Lic. Sergio Orozco Castillo

Grupo Radio Centro (G. R. C.)

Ejecutivo: Lic. Francisco Aguirre Gómez

Grupo Radiocima S. A. de C. V. (G. R.)

Ejecutivo: Ingeniero Rafael Borbón Ramos

Grupo Radio México (G. R. M.)

Ejecutivo: Lic. Francisco Aguirre Gómez

Grupo Radifónico Nueva Era (G. R. N. E.)

Ejecutivo: Sr. José Luis Bonne Menchaca

Grupo Siete (comercializadora siete de México) (G. 7)

Ejecutivo: Lic. Francisco Javier Sánchez Campuzano

Imagen Telecomunicaciones S. A. de C.V. (I. M. T.)

Ejecutivo: Lic. José Luis Fernández Prieto

Instituto Mexicano de la Radio (I. M. E. R.)

Ejecutivo: Lic. Dolores Beistegui

Multimedios Estrellas de Oro S. A. de C. V. (M. E. O.)

Ejecutivo: Sr. Francisco Somohano Díaz

Multivisión División Radio (M. V. S. RADIO)

Ejecutivo: Lic. Joaquín Vargas Guajardo

Núcleo Radio Mil (N. R. M. Comunicaciones)

Ejecutivo: Sr. Edilberto Huesca Perrotín

Organización Impulsora de Radio (O. I. R.)

Ejecutivo: Lic. Carlos Aguirre Gómez

Organización Radio Fórmula (O.R.F.)

Ejecutivo: Sr. Rogerio Azcárraga Madero

Organización Radiorama (O. R. S.A.)

Ejecutivo: Lic. Javier Pérez de Anda

Promoción Satelital de México (PROMOSAT)

Ejecutivo: C.P. José Pérez Ramírez

Publicistas en Radiodifusión (PRADSA)

Ejecutivo: Lic. Luis Avilña Ayala

Radio Cadena Nacional (R.C.N.)

Ejecutivo: Lic. Sergio Fajardo Ortíz

Radiodifusoras Asociadas S. A. de C. V. (RASA)

Ejecutivo: Lic. José Laris Rodríguez

Radiodifusoras Asociadas de México S.A. de C. V. (RAMSA)

Ejecutivo: Lic. Joaquín Pasquel Mayén

Radioprogramas de México (R. P. M.)

Ejecutivo: Clemente Serna Alvear

Radio S. A. (RADIO S.A.)

Ejecutivo: Lic. Carlos Qulñones Armendariz

Radiodifusoras Unidas de México (RUMSA)

Ejecutivo: Sr. Manuel Guillemot Soler

Radio Ventas de Provincia S. A. (RAVEPSA)

Ejecutivo: Srta. Guillermina Hernández Corona

Sociedad Mexicana de Radlo (SOMER)

Ejecutivo: Sr. Humberto Huesca Bustamante

Televisa Radlo (RADIÓPOLIS)

Ejecutivo: Lic. Javier Toussaint Ribot

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Alva de la Selva, Alma Rosa, Radio e Ideología, El Caballito, 1986, 143 p.p.
- 2.- Anda y Ramos, Francisco José, La Radiodifusión en el Valle de México, tesis UIA, 1992.
- 3.- Andrade Sánchez, Armando, Generalidades de la radio comercial como medio publicitario, Facultad de Contaduría y Administración, UNAM, 001-00622-A-4, tesis, 1968.
- 4.- AMAP, Medios Publicitarios, Informaciones Básicas, México 1990.
- 5.- Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Una Historia que sí suena, 1973-1998, México, 1998, 1ª edición, 335 p.p.
- 6.- Baena Paz, Guillermina, Instrumentos de Investigación, 13ª ed. México, Editores Mexicanos Unidos, 1988, 134 p.p.
- 7.- Bernal, Sahagún Víctor M., Anatomía de la Publicidad en México, ed. Nuestro Tiempo, México, 1985, 249 p.p.
- 8.- Bohmann, Karin, Medios de comunicación y sistemas informativos en México, México, Patria y CNCA, 1989, 399 p.p.
- 9.- Bosch, García Carlos, La Técnica de la Investigación documental, 2ª ed. , México, UNAM, 1981.
- 10.- Borbón, Ramos Rafael, La radio, la televisión y el próximo presidente, Publicaciones Metromundo, México, 1999, 108 p.p.

- 11.- Bravo, Santos Oscar, La radiodifusión comercial en la legislación mexicana, UNAM, México, 1956.
- 12.- Fernández, Christlieb Fátima, Los medios de difusión masiva en México, ed. Juan Pablos, México, 1982, 330 p.p.
- 13.- Gálvez, Cancino Felipe, Los Felices del Alba, Tesis, F.C.P.y S., UNAM, 1975.
- 14.- García, L. Jorge, y Luján M. Jorge, Guía de técnicas de investigación corregida y adicionada con cuadernos de ejercicios, 11ª edición, Publicaciones Cruz O., México, 1979.
- 15.- Garza, Mercado Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, 3ª edición, México, El Colegio de México, 1981.
- 16.- Llano, Serafina, y Morales, Oscar, La radiodifusión en México, Comunicación, Tecnología e Investigación, México, 1984, 233 p.p.
- 17.- Mejía, Barquera Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960), México, Fundación Manuel Buendía, 1989, 195 p.p.
- 18.- Mejía, Barquera Fernando, Un diario de contrastes, Tomo III, México, El Nacional, 1991, 420 p.p.
- 19.- Mejía, Prieto Jorge, Historia de la radio y la televisión en México, México, 1972, 322 p.p.

- 20.- Olea, Franco Pedro y Sánchez del Carpio, Francisco, Manual de técnicas de investigación documental para la enseñanza media, Ed. Esfinge, México, 1973, 250 p.p.
- 21.- Pierre, Albert, Historia de la radio y la televisión, F. C. E., Colección, Breviarios # 338, México, 1993, 176 p.p.
- 22.- Puerto, Esquivel Emillo, Anecdotario de radio y televisión, n.e. 1970.
- 23.- Rojas, Soriano Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, Ed. Plaza y Valdés, México, 1993, 286 p.p.
- 24.- Sosa, Plata Gabriel y Esquivel, Villar Alberto, Las Mil y una radios, ed. Mc. Graw Hill, México, 1996, 333 pp.
- 25.- Vivaldi, Martín Gonzalo, Curso de redacción, Ed. Prisma, México, 1983, 495 p.p.

HEMEROGRAFIA

El Nacional, México, 1985-1998, Colección Hemeroteca Nacional

El Norte, México, 1996-2001, Colección Hemeroteca Nacional

El Financiero, México, 1994-2001 Colección Personal

Excélsior, México, 1985-1995, Colección Hemeroteca Nacional

La Jornada, México, 1995-2001, Colección Hemeroteca Nacional

Milenio Diario, México, 200-2001, Colección Hemeroteca Nacional

Reforma, México, 1996-2001, Colección Personal

Uno más Uno, México, 1982- 1990, Colección Hemeroteca Nacional

OTRAS FUENTES DOCUMENTALES

Archivo General de la Nación, Diario Oficial de la Federación, 1988-2000. Archivo Dialex.

REVISTAS CONSULTADAS

Adcebra, Colección Junio1995-Diciembre 2000.

Antena, México, 1980-2000, Colección Centro de Información, e Investigación de la CIRT, y datos adicionales proporcionados por el Lic., Mauricio López Raming, junio de 1999.

Boletín Informativo de la Asociación de Radlodifusores del Distrito Federal, 1990-2000.

Boletín Radlofónico TV, México, Enero 1988- Diciembre 2000, Colección Hemeroteca Nacional.

El Universo de la Radio, Colección Primavera de 1996 - Invierno de 1997.

Intermedios, Colección 1992.

Los Programadores de Radio, Colección 1999 -2000.

NEO, Colección 1999 -.2000.

Proceso, Colección 1994.

Radio Tips, Colección 1990 -1991.

Radio World, Colección, 1990 - 2000 y datos proporcionados por el Lic. Gabriel Sosa Plata

Revista Mexicana de Comunicación, Colección 1991 - 2001

Revista Voces en el Aire, Junio 1998 - Diciembre 2000

ENTREVISTAS PERSONALES

Ing. Gustavo Palomino, lunes 11 de febrero del 2002.

Ing. Luis García Manzano, miércoles 3 de abril del 2002.

Lic. Federico Vale Castilla, viernes 12 de abril del 2002.

Lic. Fernando Laris Rodríguez, jueves 30 de mayo del 2002.

Lic. Francisco Campuzano Lamadrid, lunes 3 de junio del 2002.

Sra. María Eugenia Lemus de Sánchez, miércoles 5 de junio del 2002.

Sr. Jorge García Damián, lunes 19 de agosto del 2002.