



35
2 EJ



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES
"ACATLÁN"

EL FUTURO INMEDIATO DE LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A

MIGUEL ANGEL PINEDA MUÑOZ

FALLA DE ORIGEN

1995



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

	Pag.
INTRODUCCION	1
1 CAPITULO UNO: INICIO DESARROLLO Y AUGE DE LOS GRUPOS RADIOFONICOS	8
1.1 RADIO PROGRAMAS DE MEXICO	10
1.1.1 88.1 (XHRED)	11
1.1.2 Estación Alfa (XHRCA)	11
1.1.3 Radio Red (XERED)	12
1.2 NUCLEO RADIO MIL	13
1.2.1 Xpress Radio (XEPH)	14
1.2.2 Radio Mil (XEOY)	15
1.2.3 Dimensión 1380 (XECO)	16
1.2.4 Radio Sinfonola (XEBS)	16
1.2.5 Radio Onda (XEUR)	17
1.2.6 Estéreo Mil (XEOY)	17
1.2.7 Rock 101 (XHSON)	18
1.3 GRUPO RADIOPOLIS	18
1.3.1 La voz de la América Latina (XEW)	20
1.3.2 La Q Mexicana (XEQ)	24
1.3.3 La Súper X Kebuena (XEX)	25
1.3.4 Yo siento dos (XEX)	30
1.3.5 Magia digital (XEW)	31
1.3.6 La Súper Q Kebuena (XEQ)	32
1.4 ORGANIZACION RADIO CENTRO	33
1.4.1 Radio Centro (XEQR)	37
1.4.2 Radio Variedades México (XEJP)	37
1.4.3 Formato 21 (XECMQ)	38
1.4.4 Radio Consentida (XEFAJ)	38
1.4.5 El fonógrafo del recuerdo (XERC)	38
1.4.6 Radio Exitos (XEEST)	39
1.4.7 Radio Joya (XEJP)	39
1.4.8 Universal Estéreo (XEQR)	39
1.4.9 Estéreo 97.7 (XERC)	40
1.5 IMAGEN COMUNICACION EN RADIO	40
1.5.1 Buena Música en México (XELA)	41
1.5.2 Radio 13 Con la fuerza de la palabra (XEDA)	42
1.5.3 Pulsar F.M (XEDA)	43
1.5.4 Radio Activo 98 1/2 (XHDL)	43
1.6 RADIO FORMULA	43
1.6.1 Radio Noticias (XEDF)	44
1.6.2 Radio AI (XEAJ)	45
1.6.3 Rock Fórmula (XESM)	46
1.6.4 Radio Uno (XEDF)	46
1.6.5 F.M 103 (XERPM)	47

	Pag.
1.7 GRUPO ACIR	47
1.7.1 Radio ACIR (XEL)	49
1.7.2 Heavy Radio (XEVOZ)	50
1.7.3 La Comadre (XEFR)	50
1.7.4 Amistad (XHSH)	51
1.8 ESTEREO REY	52
1.8.1 Estéreo Rey (XHMVS)	52
1.8.2 FM Globo Estéreo (XHRDM)	53
1.9. GRUPO RADIO FRECUENCIA MODULADA	53
1.9.1 Azul 89 (XFM)	53
1.9.2 Digital 99 (XHPOP)	54
1.9.3 Amor 106 (XHDFM)	54
2 CAPITULO SEGUNDO: OTRAS EMISORAS DEL CUADRANTE CAPITALINO. BREVE HISTORIA	57
2.1 RADIO 620 (XENK)	58
2.2 RADIO CHAPULTEPEC (XEOC)	60
2.3 ABC RADIO (XEABC)	61
2.4 CRYSTAL FM (XHFO)	64
2.5 ESTEREO 100 (XHMM)	66
2.6 RADIO MUNDO (XEN)	69
3 CAPITULO TRES: MODELOS DIFERENTES EN EL DIAL	72
3.1 RADIO ESTATAL (INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO)	72
3.1.1 La B Grande de México (XEB)	79
3.1.2 Noti tiempo (XEQK)	80
3.1.3 660 (XEDTL)	81
3.1.4 Radio 710 (XEMP)	86
3.1.5 Láser FM (XHOF)	87
3.1.6 Opus 94 (XHIMER)	88
3.2 RADIO UNIVERSITARIA (RADIO UNAM XEUN)	89
3.2.1 Recuento de una radio comprometida	92
3.3 RADIO CULTURAL (XEEP)	98
3.3.1 De la CZE a XEPP	99
3.3.2 Situación actual	101

	Pag.
4 CAPITULO CUATRO: PERSPECTIVAS DE LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL	107
4.1 LOS HACEDORES DE LA RADIO	107
4.1.1 Ramiro Garza: "el hombre radio"	108
4.1.2 Luis Ernesto Pi Orozco y los alcances de Radio Educación	116
4.1.3 Los cimientos de la radio (con novela) de Luis de Liano Palmer	120
4.1.4 Radio UNAM en perspectiva de Fernando Escalante y Eraclio Zepeda	129
4.2 EL MARCO LEGAL	133
4.2.1 La necesidad de modificar la Ley	134
4.2.2 Una aproximación a las fallas estructurales	135
4.2.3 Anteproyecto para modificar la legislación actual	144
4.3 LA RADIO, HOY	152
4.3.1 Expectativas de la radio cultural	154
4.3.2 Hacia dónde va la radio comercial	155
4.4 DESARROLLO TECNOLÓGICO	160
4.5 USOS SOCIALES DEL MEDIO	163
4.6 LA RADIO "LA GRAN DESCONOCIDA DE LOS MEDIOS"	164
4.7 HACIA NUEVAS FORMAS DE RADIODIFUSION	166
4.7.1 La radio pública	166
4.7.2 La radio comunitaria	167
5 CONCLUSIONES	169
6 BIBLIOGRAFIA	176
7 ANEXOS	179

La radio es instrumento de primer orden en esta educación que nos espera más allá de los años pueriles y juveniles, más allá de las escuelas, en el aire mismo de la vida, y que acompaña sin remedio toda nuestra existencia y la va modelando a lo largo de nuestros días.

Alfonso Reyes, México 21 de enero de 1945.

INTRODUCCION

Al revisar trabajos, libros, textos en revistas, periódicos y demás documentos que hablan sobre la radiodifusión, encontré casi siempre el mismo problema: el exceso de números o de conceptos especializados, que poco o nada le dicen al estudiante o radioescucha común, de ahí, el interés de realizar un trabajo de tesis que aborde a la radio desde aspectos más periodísticos y humanos para motivar el estudio de este medio electrónico tan relevante hoy en día, así como, abrir los canales necesarios para que los hacedores de esta industria den a conocer sus puntos de vista, es decir, a través de una recopilación de datos y entrevistas dar cabida a la expresión de quienes forman parte del engranaje maravilloso de la radio en el Distrito Federal, ya sean locutores, periodistas o empresarios, pues, aunque los protagonistas cotidianos de la radio metropolitana tienen mucho que decir sobre este medio masivo de comunicación, muy pocas veces se conoce su experiencia en la radio y sus contribuciones al desarrollo del medio.

Para lograr uno de los objetivos del presente trabajo de tesis que busca acercar a los jóvenes universitarios al mundo de la radio, utilicé varios géneros periodísticos como la crónica, entrevista, etc., que me permiten desarrollar un lenguaje más fluido, siempre respetando la metodología obligatoria. Además, parto de breves recuentos históricos para llegar a la realidad actual.

Pese a que no se cuenta con cifras sobre los capitales que se mueven en la industria radiofónica, sí se puede establecer que es una de las líneas empresariales más prósperas e ideológicamente estratégicas, tanto para el sistema político y económico como para la misma clase que ostenta este medio. Este trabajo se instala en el corazón de la industria para buscar ofrecer una perspectiva de ella. El trabajo realiza un recorrido breve sobre el inicio, desarrollo y auge económico y tecnológico de las emisoras comerciales y cómo, poco a poco, éstas van formando grupos monopolísticos que extienden sus fauces a otras empresas, tanto de televisión, editoriales, musicales, etc., lo que les permite tener un control muy amplio sobre los mercados alternos de la radio, así como del sustento ideológico, cultural y social sobre las masas, a través de la información masiva*.

* Abrahán Nuncio, en su cuadernillo "Información y poder", Editorial Universidad Autónoma de Sinaloa, pág. 14, se refiere a los medios como instrumentos nacionales del desarrollo material y cultural de cada etapa histórica en concreto. Su uso social y contenido están determinados por los intereses del grupo que tienen poder sobre ellos... La comunicación entonces deviene en simple información.

Al realizar este recorrido encontré que la radio, que parece tan inofensiva, en la actualidad es prioritaria en el control y conducción ideológica de diferentes capas de la sociedad, pues si bien existen estaciones comerciales que cubren las necesidades del escucha de algunos estratos, es también cierto que se tienen pocos modelos que nos permitan comparar, ya que la llamada radio cultural está cada vez más en desventaja, tanto técnica como humana, contra la radio mercantil. Incluso, los grupos se ufanan al definir sus perfiles programáticos gracias a costosos estudios cada año, los cuales, les indican hacia qué segmentos del mercado radial deben dirigirse (como Estéreo Rey o Estéreo 100, que van dirigidas a la clase A y doble A, es decir, los segmentos de públicos con mayor poder adquisitivo). Otros grupos elaboran formatos por completo en idioma inglés (como Xpress Radio), diseñados específicamente para los empresarios extranjeros, que esperan llegarán por kilos con la entrada del Tratado de Libre Comercio.

En las últimas décadas, la radio capitalina ha crecido de forma impresionante, desde aquellos cuartitos que sirvieron para que los experimentadores realizaran sus primeras emisiones en distancias de cinco a diez kilómetros a la redonda, hasta llegar a conformar verdaderos centros de poder y tecnología, adecuados para manejar desde sus emporios la política actual del país, e incluso, para transmitir vía satélite su visión de México a otras naciones.

Pese a las cuantiosas cifras obtenidas por estas empresas, los trabajadores de la radio (locutores, consolistas, reporteros, etc.) siguen enfrascados en la lucha diaria por conseguir un magro salario. Estas empresas utilizan la mano de obra (y cerebros) que producen las escuelas de comunicación, sin embargo, no aportan recursos para que las instituciones de educación superior puedan capacitar de una manera más amplia la forma de hacer radio. Además, muy pocos grupos envían a cursos de actualización a los trabajadores de la voz, y sí en cambio, los dueños asisten constantemente a conferencias, seminarios, pláticas, etc., organizados por ellos mismos para mantener el círculo cerrado, como ocurre en la CIRT o la ARDF. No conformes con sus riquezas obtenidas, el Estado los sigue dotando de privilegios con una Ley Federal de Radio y Televisión caduca con prebendas como la importante concesión que hizo en 1969 el entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz, referente a que los radiodifusores pagaran su impuesto en especie, con tiempo del

Estado, en lugar de cubrirlo como cualquier otro causante, en dinero, que pudiera ser inyectado a otros proyectos de comunicación cultural o educativa.

La realidad tecnológica comienza a convertir a la radio en un medio totalmente automatizado. Actualmente se cuenta con la tecnología necesaria para que por medio de una computadora se puedan programar varios meses las transmisiones de una estación, o bien el tan comentado sistema digital, que convierte a la radio en un servicio de pago a través de suscripciones, y en la que da un servicio selecto de música genérica tipo "elevador", es decir, sin comerciales ni locutores, sólo falta que los escuchas sean robots**.

Todos los avances, tanto de la tecnología como de la misma sociedad civil que busca alternativas de participación, han rebasado a la Ley que rige el funcionamiento sobre la radio y la televisión, que urge se modifique, por tal motivo incluyo en el trabajo un anteproyecto de Ley. Aquí nacen dos posiciones: por una parte la sociedad, que pide a gritos que se modifique el régimen legal de los medios electrónicos para que nazca la democracia informativa y se acaben los monopolios, y por otra, los empresarios, quienes quieren también cambios para acabar con tanto trámite, si al fin y al cabo ellos sí pueden seguir pagando las emisoras al costo que sea, o para que les permita de manera más rápida explotar todas las áreas que las nuevas tecnologías presentan.

Pese a no querer enfrascarme con la terminología radiofónica para exponer todo lo anterior, es necesario establecer una metodología, con el fin de que el Futuro inmediato de la radiodifusión en el Distrito Federal (título de esta obra), no quede en el aire, y sí, en cambio, pueda ayudar a los estudiosos de los medios a vislumbrar temas para trabajos posteriores. Para ello, parto de un marco histórico, al ubicar a la radio en un tiempo y espacio determinados. El estudio abarca a todas las radiodifusoras del Distrito Federal, con cobertura nacional o internacional que estén funcionando de 1988 hasta 1993. Se ordenan por grupos, luego por emisoras y cada una lleva una breve historia para llegar a la actualidad y así, llegar a varias conclusiones sobre sus expectativas

** *Ibidem* pág. 22. Aquí Nuncio subraya que el carácter masivo que ha adquirido la producción y difusión de ideología ha dado lugar al surgimiento de la técnica muy elaborada y de una organización industrial especialmente destinada a operarla. Esa técnica recibe comúnmente el nombre de manipulación. Hana Mogus Enzensberger habla justamente de una manipulación industrial de las conciencias.

a corto plazo.

El primer capítulo es básicamente informativo (hasta cierto punto anecdótico), en el cual recopiló ordenadamente por grupos a las radiodifusoras que funcionan en el D.F., mencionando datos que serán de utilidad y que nos llevan a la primera realidad contundente: que en manos de nueve fuertes e importantes consorcios (o familias) está más del 80 por ciento de esta industria. Trato de revestir este recorrido con datos, anécdotas, inventario de censuras o de competencias por ser los mejores y los primeros, etc., para poder delinear cómo se fueron formando esas empresas radiofónicas, así como las periféricas que complementan su poderío. Para que el panorama sea más amplio se contemplan entrevistas, así como breve historia de cada grupo (y por estación) que estén en el rango de concesionadas (con posibilidad de comercializarse) y datos que ilustran cómo se ha gestado su poder y cómo están incorporando estos consorcios las nuevas tecnologías (satélite, dat, disco compacto, entre otras). Ya con toda la información recopilada se puede hacer un acercamiento más real al futuro inmediato de la radio capitalina.

El capítulo segundo se refiere a aquellas estaciones que se han mantenido como únicas o independientes en el Distrito Federal (caso Radio Chapultepec) y del peligro que corren de ser absorbida por los grandes grupos. A lo largo del trabajo se muestra que de hecho ya pertenecen o están unidas a algún consorcio (pero su poderío lo tienen en otros estados de la República, caso SOMER), pero su lucha en el centro del país y del poder es desigual tanto económica como tecnológicamente contra los grupos (presentados en el capítulo uno), pero son significativas porque representan una opción dentro del espectro comercial. De la misma manera que el capítulo uno se ofrece una recopilación de datos históricos de las emisoras.

En el capítulo tercero se presenta, la llamada por Cristina Romo como, la Otra radio, es decir, las emisoras permisionadas (que no buscan el lucro), de carácter cultural o educativas. La mecánica gira bajo la misma tónica que los capítulos anteriores, aunque se manifiesta por demás la antidemocracia y el amiguismo (sobre todo en el IMER), donde la necesidad de generar recursos para subsistir, o la política de desestímulo a otras opciones de medios que no sean las comerciales,

han llevado al gobierno a cancelar proyectos de comunicación propositivos, como Estéreo joven y Radio Rin.

En lo que respecta a Radio Educación y Radio UNAM, se aborda el debate que sostienen entre la inoperancia de sus instalaciones y sus problemas internos con sus respectivos sindicatos, asimismo, la lucha que sostienen para conseguir que la Ley de Radio y Televisión se modifique y les permita allegarse recursos vía patrocinios o venta de servicios.

Para complementar los perfiles del cuadrante, las modalidades tecnológicas y las perspectivas del futuro inmediato de la radio en el D.F, aprovecho mi experiencia como reportero (de 10 años) y presento en el capítulo cuarto a los hacedores de este medio (que tuvieron a bien ofrecer sus puntos de vista a través de la entrevista), para saber cuál es su opinión en cuanto al futuro de la radio, si ésta tiende a ser global, para toda la nación, o busca la regionalización y especialización para ciertos grupos, así como la opinión crítica sobre este medio.

Estos verdaderos protagonistas de la radio son: Ramiro Garza y Luis de Llano Palmer, quienes son forjadores de lo que llamo la "radio industrial" y ofrecen una perspectiva realista ya que de alguna manera, representan la visión de los radiodifusores. Asimismo, incluyo las conversaciones entabladas con los dirigentes actuales de las dos únicas emisoras con perfiles culturales en el Distrito Federal, Radio Educación y Radio UNAM, ellos son: Luis Ernesto Pi Orozco (director de Radio Educación) y Eraclio Zepeda (director de Radio UNAM, combinada con la de Fernando Escalante, quien antecedió a "Laco" como director de la emisora universitaria), quienes nos muestran el camino que viene trazando esta otra radio.

Un tema que no puede quedar fuera es el marco legal, cuyo análisis se contempla en este mismo capítulo. Es significativo poner de manifiesto que la relación (ya viciada) entre los radiodifusores del Distrito Federal con el Estado, ha propiciado que la Ley Federal de Radio y Televisión expedida en 1960, desde muchas ópticas se ha vuelto obsoleta y anquilosada, lo cual no permite a los diferentes grupos de la sociedad civil como sindicatos, maestros, grupos culturales, intelectuales, partidos políticos, organizaciones populares, etc., tener acceso a este medio. En tanto, los grupos que controlan la radio, tanto política como económicamente tienden a la desinformación

ya que apoyan clara y abiertamente al partido en el poder desde hace más de 60 años, no les interesa difundir programas culturales o educativos, ya que su único objetivo es tener un alto *rating* para incrementar sus tarifas publicitarias. Esta Ley ha sido rebasada en muchísimos aspectos, como por ejemplo la piratería de señales, que está a la orden del día, introducción de la radio digital, utilización del satélite, televisión y radio restringida, etc. Lo mismo podría decirse acerca del uso del tiempo oficial (ya que no se utiliza en forma adecuada el 12.5 por ciento que corresponde al Estado, además, los dueños de las emisoras en lugar de pagar en especie, deberían pagar en efectivo), el control informativo y la represión a comunicadores, emisoras que transmiten canciones o programación totalmente en inglés, la poca difusión de música mexicana y valores patrios que defiendan nuestras raíces, comerciales de bebidas embriagantes y cigarrillos a cualquier hora... A este respecto se muestra un anteproyecto para modificar la Ley.

Para todas las interrogantes surgidas concluyo el capítulo con dos modelos de radio participativa que podrían brindar alguna alternativa: la radio comunitaria y la pública, donde el ciudadano se pueda expresar libremente y pueda trabajar con el apoyo de fundaciones con carácter social y desde ahí se genere una verdadera cultura que represente a los diferentes grupos sociales sin cortapisas, pero tampoco agrediendo verbalmente, sino a través del debate se vislumbren los problemas de la sociedad.

Si no sucede lo anterior, la radio crecerá aún más, tecnológicamente e ideológicamente hablando (con la consabida concentración de capital en manos de algunas familias), pero la mayor parte de la sociedad continuará sin voz y sin voto, y entonces tendrá que venir una nueva forma de comunicación: la pirata o de radios ilegales, como en muchos países donde la opresión militar no deja alternativas.

Por último, en el capítulo quinto presento una serie de reflexiones sobre el futuro inmediato de la radio en el Distrito Federal, y a manera de conclusiones se desprende que falta mucho camino por recorrer para democratizar al país y a los medios masivos de comunicación, si no se les quitan canonjías a los poderosos grupos radiales, así como el Estado debe darle la oportunidad de expresarse a los diferentes grupos civiles a través del otorgamiento de frecuencias radiales ya

existentes o nuevas, ya que una vez más se demuestra que el Estado como empresario es ineficiente, porque priva el amiguismo, el dedazo y el saqueo de los recursos: caso IMER.

En las conclusiones retomo y profundizo los objetivos del trabajo como el replanteamiento programático y humano de la radio en el Distrito Federal, ya que a través del recuento histórico se percibe que los formatos se repiten cíclicamente y en su gran mayoría buscan sólo las cuotas económicas y de poder político. Asimismo, se plantea la modificación urgente de la Ley que rige a la radio, la necesidad de que los medios se abran a la sociedad, de que la tecnología esté al alcance de todos los que trabajan en esta industria y se generen espacios para los egresados de las universidades y vislumbrar hacia dónde van los diferentes grupos radiales, así como las emisoras de carácter cultural.

Con este sencillo trabajo no pretendo de ninguna manera agotar el vasto y rico campo de la radiocomunicación, aunque sí, es un intento serio de comprometer opiniones de especialistas para generar debate, palabra muy en boga en nuestro país, pero que casi siempre se queda en la palabrería estéril.

1 CAPITULO UNO: INICIO, DESARROLLO Y AUGUE DE LOS GRUPOS RADIOFONICOS

La radio en el Distrito Federal se ha convertido en un medio muy importante bajo cualquier óptica, tanto comercial (es un magnífico negocio), político (es parte del llamado cuarto poder), aunque ha sido poco estudiada a nivel formal. Asimismo, encontramos que el cuadrante está plagado de estaciones comerciales, en tanto, las propuestas culturales están poco a poco quedando ocultas bajo millares de minutos de publicidad, directa e indirecta. Prueba de esta influencia son los datos proporcionados por Javier Sánchez Campuzano (cuando ocupaba la presidencia de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal), los cuales muestran que en el área metropolitana de la Ciudad de México existe un promedio de 3.7 de aparatos por hogar, que hacen un total de 30 millones de radios, que el 83 por ciento de los autos cuentan con un aparato receptor y el tiempo promedio de exposición por día es de una hora 42 minutos. En tanto, en las oficinas, el tiempo de contacto con la radio es de cuatro horas 36 minutos diarios; en el transporte y la calle estamos expuestos a este medio masivo durante dos horas 36 minutos cada 24 horas; en cuanto a la penetración publicitaria la radio es el medio número uno y en credibilidad basta citar que en conjunto las emisoras transmiten 105 horas de noticias diariamente y cubren todos los estratos sociales, edades y sexos. (1)

Por otra parte, en términos cuantitativos, la radio es también el medio de mayor presencia en la zona metropolitana. Así lo demuestran datos del Directorio de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) 1992-93, (2) de acuerdo con el cual el Distrito Federal cuenta con 64 estaciones concesionadas, que se reparten de la siguiente manera: 31 emisoras de Amplitud Modulada, 22 de Frecuencia Modulada y 11 de Onda Corta. Los principales grupos radiofónicos y las emisoras que agrupan son las siguientes:

Radio Programas de México: Radio Red, 88.1 y Estación Alfa.

Núcleo Radio Mil: Radio Mil, Xpress Radio, Radio Sinfonía,

Radio Onda, Dimensión 1380, Etéreo Mil y Rock 101.

Grupo Radiópolis: XEW, La super X, La Q Mexicana, W FM, Yo 102 y

La Super Q Kebuena.

Organización Radio Centro: Radio Centro, Radio Variedades, Radio

Sensación, Radio Consentida, Radio Joya, El fonógrafo del recuerdo, Universal Estéreo, Estéreo 97.7 y Radio Exitos.

Imagen, Comunicación en Radio: XELA, Radio 13, Radio Imagen y Radio Activo 98 1/2.

Organización Radio Fórmula: XEDF Radio Noticias, Radio AI, Rock Fórmula, Radio Uno y FM 103.

Grupo Acir Nacional: Radio Acir, La comadre, Capital Heavy Radio y Amistad.

Estéreo Rey: FM Globo Estéreo y Estéreo Rey.

Grupo ARTSA: Amor 106, Azul 89 y Digital 99.

Cabe hacer la aclaración de que la situación actual del IMER, organismo gubernamental, tiene tanto emisoras concesionadas, como permitidas, y este será abordado en el capítulo 3. Asimismo, no se tratarán en este estudio las emisoras de onda corta, debido a que sus características (son la imagen al exterior de los grupos que tienen onda corta, no funcionan regularmente y en muchas ocasiones se enlazan con la programación normal de las emisoras de AM) nos llevarían a otros objetivos.

Es pertinente retomar la información publicada por el periódico La Jornada el 19 de agosto de 1992 y resumida por la agencia UPI el 20 de agosto del mismo año, la cual nos permite tener un panorama más claro de lo que sucede en el cuadrante y la perspectiva de la radio en el Distrito Federal, ya que a pesar de haber múltiples "opciones", la creatividad en radio no ha crecido al ritmo de la técnica y ésta apuesta su futuro a la potencialidad tecnológica. A continuación se transcribe:

"Una investigación de una universidad estatal concluyó que los capitalinos mexicanos tienen 58 opciones para sintonizar una estación de radio, pero que la nutrida programación musical resulta monótona y repetitiva.

"Los resultados de la investigación de alumnos de la Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco, publicados por un diario capitalino, afirman que hay un resurgimiento de las radionovelas con 12 horas a la semana en 9 estaciones de radio, mientras que los niños sólo tienen a

su disposición nueve sintonías, 75 por ciento de las emisiones están dedicadas a la música, pero la programación resulta monótona y repetitiva, afín a los intereses comerciales.

"En México existe la práctica conocida como la "payola", con la cual las empresas discográficas pagan a los programadores musicales para que toquen la música de sus artistas. Un 20 por ciento consiste en programas de comentarios, información, análisis y entretenimiento y menos del cuatro por ciento es programación gubernamental, en comparación con el 12.5 por ciento que estipula la Ley.

"Además, existen 73 noticiarios y la programación cultural ocupa 40 horas a la semana entre las 58 emisoras, mientras que los temas financieros cubren un promedio de 15 horas semanales en 12 estaciones.

"La investigación indicó que 11 estaciones transmiten a diario horóscopos con temas filosóficos y esotéricos mientras que cuatro canales cubren competencias deportivas". (3)

A continuación se presenta un desglose de cada grupo radiofónico (por estación) que esté bajo el régimen de concesión, ya que las permisionadas y las estaciones únicas o independientes (que no pertenezcan a ningún grupo mencionado, pero que funcionan en el D.F) serán materia de los siguientes capítulos.

Es necesario conocer una breve historia de los grupos y de las emisoras, para poder entender el fenómeno llamado radiodifusión, y cómo lo encontramos en nuestro país, pues aunque al "botonear" los cuadrantes cada estación nos parece diferente, a fin de cuentas la mayoría responden a un mismo esquema comercial, poder político y por supuesto los perfiles son de acuerdo a las necesidades publicitarias que puedan generar ingresos económicos. Helas aquí.

1.1 RADIO PROGRAMAS DE MEXICO.

Este grupo fue fundado como tal en 1941 por el señor Clemente Serna Martínez. Esta cadena radiofónica cuenta con 20 emisoras diseminadas en varias ciudades como Guadalajara, Monterrey, Tampico y Ciudad de México. Fue de los primeros en conseguir el servicio del satélite. En la Ciudad de México sus instalaciones se encuentran en San Jerónimo Lídice, donde están ubicadas tres de sus estaciones: 88.1, Estación Alfa y Radio Red.

1.1.1 88.1 (XHRED 88.1 mhz FM 41.30 k.w FM), la radio de alto nivel llamada Radio Vip, se encuentra en el cuadrante de FM. Fue inaugurada en 1965, anteriormente conocida como "La charrita del cuadrante" (ubicada en el 1560 de AM). Concesionada por Radio Central de México. Esta concesión pasó a ser la primera emisora en idioma inglés, implantando la modalidad de transmitir cada hora noticias. Más tarde, creó bloques informativos con duración de dos horas.

Así la definía una nota de AFP cuando rectificó su formato en 1991: "Radio Vip cambia su programación, de ser una estación dirigida a la colonia angloparlante, pasó a ser un vehículo de información y orientación empresarial. Sus emisiones con predominio de programas hablados durante el día, están orientadas a una clase de alto poder adquisitivo y decisiones como es el sector empresarial". (4)

En 1981 Radio Vip cambió su frecuencia de 1560 de AM a 88.1 FM, modificando su perfil con menos programas hablados y más *beautiful music* (música bonita). Con el tiempo se planteó que fuera una estación dirigida a los empresarios. Según información emitida por la empresa, el 70 por ciento de su programación es grabada y el 30 por ciento restante es en vivo. Sus principales patrocinadores son de clase "A", es decir, de alto poder económico como DHL, *Western Air Lines*, entre otros. La creación del perfil empresarial fue concebido por Kathy Loretta y Eduardo Sastré. Sastré (quien recibió el "Laurel de Oro", otorgado a la Calidad México-España, por ser pionero en el uso de un concepto de comunicación dentro del quehacer empresarial e intelectual), continuó al frente hasta el 16 de agosto de 1993, cuando la estación fue sustituida por 88.1, cuyo formato retomó los temas musicales que estuvieron en primer lugar en la década de los setenta y de los ochenta. En el periódico El Nacional del lunes 6 de septiembre de 1993 se cita a Alejandro Serna como el creador de este nuevo formato (5):

"Esta mezcla de información y música selecta intenta complacer a un auditorio de entre 25 y 35 años, que esté integrado por personas que tienen responsabilidades pero que gusten de divertirse, y 88.1 es una estación divertida que a la vez informa".

1.1.2 Estación Alfa (XHRCA 91.3 de FM, con 14.55 Kw). Fue inaugurada en 1985 como Radio Bang. Su concesionario es Estación 91, S.A de C.V., es una emisora que transmite música

moderna en inglés de corte internacional, no tiene ningún espacio informativo, además cuenta con un sistema de audio IDEAR, formado por transmisores de alto voltaje que dan mucho mayor potencia a los aparatos electrónicos para lograr mayor fidelidad del material auditivo (basado en discos compactos) importado de Estados Unidos. Su directora es Enriqueta Jiménez.

1.1.3 Radio Red (XERED, frecuencia 1110 de AM, con 50 Kw de potencia). Es sin duda una de las estaciones más importantes del país en cuestión de noticias con su programa estelar "Monitor" (conducido por José Gutiérrez Vivó) en tres horarios (ver gráfica de INRA en anexo 1) (6). La estación surgió en 1947 al pasar la emisora XERCM a Radio Programas de México. En 1973 se convierte en XERED, con un perfil enfocado a las radionovelas, entre las cuales recordamos a "Kalimán" (que tuvo tremendo éxito en 1963 cuando 62 emisoras se enlazaban en torno a Radio Cadena nacional (7), "Porfirio Cadena", etc. Uno de los objetivos de esta emisora es informar y brindar servicios sociales a la población. Algo interesante es que dentro de sus anunciantes no hay ni cigarreras ni empresas procesadoras de bebidas alcohólicas, aunque actualmente ya se anuncian algunas marcas de este rubro.

Asimismo, sus tarifas son de las más caras. Hasta agosto de 1992, 20 segundos costaban un millón 600 mil pesos en los horarios estelares. Es la única estación que se da el lujo de tener tres helicópteros y cinco motociclistas (llamada Red Vial) al servicio de los manejadores, un Laboratorio Ecológico que da servicio gratuito a los ciudadanos, uno de los estudios móviles más moderno de Latinoamérica (inaugurado en 1990). Una central de información donde se programan todos los datos y llamadas, tanto para informar a los escuchas, como para captar las llamadas del opinómetro. Es una empresa que da trabajo a más de 300 personas y sus instalaciones (inauguradas en 1988) son de las más modernas en cuanto a cabinas y aparatos de sonido. La prensa describe a "la Red" de la siguiente manera: (8)

"En la ciudad de México la estación que captura más público a través de noticieros es Radio Red, en tres horarios distintos de lunes a sábado... En total difunde 54 hrs. a la semana, 234 al mes, y al año 2 mil 808 horas con una tarifa de un millón 800 mil pesos (viejos) por un spot de 60 segundos. En su facturación sólo en noticieros, ingresa por hora (suponiendo que se comercializaran

únicamente los 18 minutos por hora que la ley señala) 32 millones 400 mil pesos por hora; por día 291 millones 600 mil pesos; al mes 749 millones 600 mil pesos y por año 90 mil 979 millones 200 mil pesos (todas las cifras en pesos viejos)".

El sueño con el que inició Radio Red de ser un noticiario a nivel nacional parece hacerse realidad con el convenio firmado con la Cadena Rasa, que retransmitirá el trabajo de José Gutiérrez Vivó y su equipo a nivel nacional. (9)

1.2 MUCLEO RADIO MIL

Este grupo es conocido popularmente por la figura del "kangurito". Precisamente, Núcleo Radio Mil (NRM) tiene como estación cabeza a Radio Mil, que salió al aire en 1942 en los mil kilociclos de AM., es decir, en tiempos de la Segunda Guerra Mundial, siendo propietarios del grupo la familia Iturbide (encabezado por el señor José Iturbide). La idea de crear un grupo así nace de la mente de Guillermo Salas Peyró, quien se forjó al lado de Emilio Azcárraga, (cuando ocupó la gerencia de Radio Mil junto con José de Iturbide). En 1950 un grupo de accionistas adquirió la concesión de Radio Mil (entre ellos encontramos a Amparo Ramos y Carlos Flores Alvarez) y cuatro años después compraron "La estación del barrilito", y las dos emisoras se concentraron en el mismo edificio (en Ayuntamiento 101). De ahí, se propusieron formar una gran organización que implantara sistemas modernos de trabajo, que tuviera una personalidad propia y definida, comprando algunas estaciones pequeñas (también adoptan el símbolo del "kangurito"), por lo que en 1955-60 ya formaban parte del Núcleo Radio Mil: Radio Femenina y XEPH "Más música para ustedes". Poco tiempo después, Salas Peyró adhirió una de las primeras emisoras de FM, "El sonido de los clásicos".

El 14 de julio de 1961, el local de Ayuntamiento resultó pequeño para albergar a todo el personal, por lo que se construyó en Insurgentes Sur 1870 las nuevas instalaciones, diseñadas especialmente para las necesidades del grupo. Fue en el periodo del presidente Adolfo López Mateos cuando se abrieron los micrófonos en la llamada zona "azul y oro" (10) y para dar un salto importante se compró Radio Onda y la Chica Musical (hoy Rock 101).

En la década de los setenta la expansión de Núcleo Radio Mil fue importante, sobretodo en otros estados de la República Mexicana, logrando adquirir (hasta la fecha) 23 emisoras en 13 estados: Coahuila, Chihuahua, Quintana Roo, Veracruz, Estado de México, Baja California, Baja California Sur, Sinaloa, Yucatán, Nuevo León, Tamaulipas, Puebla y Chiapas.

Los avances tecnológicos de NRM van al parejo de su crecimiento, por lo que en 1985 inician sus transmisiones por vía Satélite, a través del Morelos I y por ende, la transmisión digital por medio de fibras ópticas. Para 1993 las cinco estaciones de AM empezaron a transmitir con el doble de potencia, y las de FM trabajan desde un lugar estratégico con una antena de tipo direccional. Además, en breve se adoptará el sistema de transmisión de radiodifusión sonora digital, con calidad de disco compacto. (11)

En 1992 este grupo tiene metas más altas, pues ahora pretende construir el complejo radiofónico más grande y avanzado de América Latina (ubicado en Santa Fe), a donde trasladarán todas sus emisoras y trabajarán totalmente por sistema de cómputo. (12)

1.2.1 Xpress Radio 590 (XEPH 590 Khz AM con 5 Kw de potencia). XEPH inició sus transmisiones en 1948, fue adquirida a finales de los cincuenta, en aquel entonces se llamaba "Más música para ustedes", cambiando después su formato a Radio 590, incursionando en el terreno de los espectáculos y la música, Radio 590 "La pantera", fue la que más tiempo mantuvo programación de la gran época del rock (sobretodo a *Los Beatles*). Luego vinieron tiempos difíciles ya que en un lapso la estación cambió cuatro veces de nombre, (de "La Pantera", a Espacio 59, promoviendo el rock en español), otra vez "La pantera", y de ahí a Radio Alicia (una estación con formato viejo, pues transmitía música de los sesenta y setenta) que encabezaba Jaime Pontones y de ahí un giro de 360 grados al convertirse en Xpress Radio (16 de enero de 1992), con emisiones ciento por ciento en idioma inglés, todo organizado por Kathy Loretta (quien se inició en Radio Vip), donde además de noticias se transmite música de los grupos más populares de los 60 a los 80. Cuenta con un importante equipo de noticias, que bajan 10 señales simultáneamente de las cadenas más importantes del mundo como la ABC, NBC, *Mutual*, *The Source*, el servicio *The Dow Jones* (de la bolsa de Nueva York). (13)

1.2.2 Radio Mil (XEOY 1000 Khz AM con 10 Kw de potencia). Esta emisora es la pionera del grupo y da nombre a la organización. Está concesionada a la empresa Fomento de Radio S.A de C.V. Su señal inició un 16 de marzo de 1942, cuando sus instalaciones se encontraban en la Avenida Paseo de la Reforma 60, con un diminuto transmisor de radio fabricado por el ingeniero Dfaz Raigosa. Pertenece a la familia Iturbide. El palacio de Bellas Artes sirvió de escenario para que se transmitiera la primera emisión en vivo. XEOY cambió temporalmente su sede a la Plaza Santos Degollado. En 1946 se trasladaron a Donato Guerra 26, época en la que se asocian José Iturbide y Emilio Azcárraga Vinagreta. Su programación se basó en música norteamericana y la transmisión de deportes, como corridas de toros (con Paco Malgesto), béisbol (Eduardo Orvañanos), Box (Antonio Andere), entre otros. En 1950 un grupo de accionistas compra Radio Mil; entre ellos, Guillermo Salas Peyró. Con la incorporación de Guillermo Salas Peyró surgió la idea de consolidar la emisora. Primero, Salas Peyró ocupó la gerencia de la estación, luego la Dirección General y por último la presidencia del grupo Radio Mil, puesto que actualmente desempeña. Posteriormente vino la etapa de la Calle de Ayuntamiento 101, donde se conformó como un grupo fuerte y en constante crecimiento. Con locutores de la talla de Silvestre Razo, Héctor Manuel Gutiérrez, Jorge Gutiérrez Zamora, Elías Navarro, Moisés Trenado, (este último continúa en activo) etc. (14)

El 14 de julio de 1961 el local de Ayuntamiento resultó pequeño para albergar a todo el personal y se decidió construir el de Insurgente 1870, con 5 emisoras de AM y dos de FM, en la llamada zona "azul y oro". La inauguración de las instalaciones estuvo a cargo del entonces presidente de la República Adolfo López Mateos.

En esta nueva etapa se contempló el perfil noticioso del cual estuvieron a cargo periodistas reconocidos como Fernando Garza, Raúl Cremoux, Teodoro Rentería (primer director del IMER), Juan José Bravo Monroy y Miguel Ángel Granados Chapa (este último tuvo una salida poco clara luego de haber participado solo en una emisión en 1993). Cabe hacer mención que Radio Mil fue la primera estación en México que cubrió permanentemente la campaña del entonces candidato del PRI a la presidencia de la República, Luis Echeverría Álvarez, en 1969.

Para 1985 transmitieron en vivo la puesta en órbita del Sistema Satélite Morelos, por cierto, en esa época Radio Mil ya contaba con el permiso para utilizar el servicio. También Radio Mil es pionera en utilizar el novedoso sistema llamado *spot carrier*, el cual permite programar anuncios grabados en serie. Asimismo, incorporaron un helicóptero marca *Hiller* para tres pasajeros, de potente motor (317 Hp) con una vida útil de 15 mil horas efectivas, para el reporte del tránsito, unidades móviles para reporteros (dio el banderazo el entonces regente Manuel Camacho Solís) (15). Otro logro importante fue la implantación de la tecnología estereofónica en AM.

En la emisora, además de los programas de contenido, siempre han existido espacios para la música, tanto romántica como para el rock en español tal fue el caso del programa "¿Quién puso el bump?" producido por Jaime Pontones (creador de Radio Alicia) y conducido por Rona Fletcher. (16)

1.2.3 Dimensión 1380 (XECO 1380 Khz AM con 5 Kw de potencia). Concesionada por Publicidad Comercial de México, S.A. Esta emisora fue inaugurada en 1951 con un perfil único en México llamado Radio Femenina, (el edificio estaba en Reforma, -Bucareli y Morelos- frente al Caballito) donde todo el equipo de trabajo estaba conformado por mujeres. En el periódico El Nacional (17) en la sección de Pioneros encontramos una entrevista a Mímí Bechelani, donde recuerda a mujeres valientes de Radio Femenina como Cuca Escobar, Dolores Castro, Coralito Perrín, Carmen Domínguez, Carmen Feria, Magdalena Ruvalcaba, Rosa Elvira Cano, Rosario y Dolores Muñoz Ledo, Teresita Rodhe y Silvia Castellanos. El dueño de Radio Femenina también poseía las tiendas Salinas y Rocha. Con la compra de Radio Femenina por Radio Mil, cambió su nombre a Radio Gemas, "La estación de las super novelas".

Tiempo después cambió su razón social a Radio Eco y posteriormente a Dimensión 1380, el perfil romántico que actualmente mantiene, retomando música y programas especiales sobre los diversos géneros románticos como bambucos, boleros, sones, etc., todo instrumentado por Luis Gerardo Salas y Lynn Fainshtein.

1.2.4 Radio Sinfonola (XEBS 1410 Khz AM con 5 Kw de potencia). Concesionada por Promotora de Radio. XEBS La fecha que marca el inicio de esta emisora es en el año de 1937. Fue

hasta 1957 cuando la XEBS se une al Núcleo Radio Mil, "La estación del barrilito" (en sus inicios utilizó como rúbrica, el tema alemán de "El barrilito"), como popularmente se le conoce, se instala junto con Radio Mil en Ayuntamiento 101, desde entonces se ha caracterizado por transmitir música vernácula. Precisamente, Gustavo Alvite Martínez ha logrado un estilo propio de locución y comunicación entre sus escuchas, manteniendo viva una de las leyendas de la canción mexicana como lo es Pedro Infante.

Según lo reconoce el locutor de la emisora, Gustavo Alvite Martínez, la estación defiende la música mexicana, ya sea de rancho, de banda, etc., y su público es preferentemente de estrato socioeconómico bajo.

1.2.5 Radio Onda (XEUR 1530 Khz AM 5 Kw de potencia). Concesionada por Radio Unión Texcoco S.A. Esta emisora casi desde sus inicios perteneció al Grupo Radio Mil, al tiempo que fue adquirida también La chica musical (hoy Rock 101). XEUR inició sus transmisiones en 1964. Durante mucho tiempo mantuvo el perfil de música tropical, pero al paso del tiempo se le cambió el formato a música en español de actualidad, bajo la voz de Federico Acosta y el gerente es Héctor Aguilera.

1.2.6 Estéreo Mil (XEOY 89.7 Mhz FM con 69 Kw de potencia). Concesionada por Radio Proyección S.A. XEOY FM fue inaugurada en 1957. Estéreo Mil fue la primera estación de FM que adquirió el Grupo Radio Mil y fue la primera emisora en América Latina con sonido estereofónico y desde ese entonces se mantiene como "El sonido de los Clásicos" (18), donde la música selecta, de cámara (mal llamada clásica, porque este sólo fue un periodo musical) tiene uno de los bastiones más importantes. Esta emisora ha contado con todo el apoyo del Núcleo, pues además, la han complementado con la División Cultural, que promueve muchas de las bellas artes que se generan en México. La voz institucional que ha dado un concepto a la emisora es de Agustín Romo.

En el umbral del año 2000 Estéreo Mil inicia un proyecto por demás ambicioso al adentrarse en el desarrollo tecnológico de la radiodifusión al lanzar en marzo de 1991 la primera estación de música de concierto completamente computarizada en el mundo. Este intento está apoyado por un

sistema llamado *Schafer Daps 800*, a través del cual se logrará alta fidelidad y aunque este es un programa piloto en varios países, es la primera vez que se aplicará definitivamente en una emisora. Su funcionamiento es a través de dieciséis videocaseteras conectadas a una computadora, en las que se graban, por medio de sensores de audio la música de cartuchos y discos compactos, a fin de almacenar con mayor fidelidad la música. Con este avance tecnológico se podrá grabar y diseñar la programación de varios meses. Estéreo Mil tiene experiencia en estos cambios: estación pionera en FM con sonido estéreo (1966); en ser la primera completamente automatizada (1978) y ahora radio por computadora. (19)

1.2.7 Rock 101 (XHSN 100.9 Mhz FM con 69 Kw de potencia). Su concesionario es Televideo S.A. Inició sus transmisiones en 1952, a mediados de los años sesenta Núcleo Radio Mil adquirió la emisora La chica musical, que más tarde habría de convertirse en Rock 101, gracias al proyecto de Luis Gerardo Salas, hijo del director Guillermo Salas.

1.3 GRUPO RADIOPOLIS, S.A

Sin duda alguna esta organización es una de las más poderosas y organizadas de México, pues es un brazo del emporio llamado Televisa. El consorcio Televisa cuenta con más de 160 empresas que van desde televisión y radio, hasta equipos de fútbol. Un caso de esta fuerza dentro de la comunicación se encuentra en la adquisición del Grupo Editorial América en 1992. Este grupo, cuya penetración representa más del 80 por ciento del potencial de circulación y venta de publicidad en todos los mercados Latinoamericanos, cuenta con 80 publicaciones, con un tiraje de más de 120 millones de ejemplares en México, Estados Unidos, Centro y Sudamérica, entre las cuales encontramos: Vanidades, Cosmopolitan, Tele Guía, Geo Mundo, Hombre, Muy interesante, Buen hogar, Tv y novelas, entre muchas otras. Al pasar a manos del Grupo Televisa se designó al señor Alejandro Quintero, Presidente del Grupo Radiópolis, como Presidente del consejo de administración, por lo cual Editorial América se suma al Sistema Radiópolis -filial de Televisa- que está conformado por seis estaciones en el D.F y cuatro en otros estados, dos compañías de discos (Melody y Musivisa) y sección doblaje.

Como grupo, Radiópolis tiene poco más de 13 años de haberse conformado, aunque en realidad por sus emisoras es de las organizaciones más antiguas, ya que cuenta con tres de las cuatro estaciones más viejas del país, nos referimos a XEW, XEQ y XEX, sólo dejamos de lado a la XEB, la pionera de pioneras (pues pertenece al Instituto Mexicano de la Radio, IMER).

Las primeras instalaciones, ya como Grupo Radiópolis, fueron en la calle de Ayuntamiento número 54, (luego 52) donde se encuentran los tradicionales estudios Verde y oro y Azul y plata.

Además de las emisoras mencionadas también poseen la XEWK que se sitúa en Guadalajara, Jalisco; XEWA de Monterrey, Nuevo León; XEWB de Veracruz y la XEWA en San Luis Potosí. Asimismo, Radiópolis cuenta con su Sindicato Industrial de Empleados y Artistas de Radiodifusoras Mexicanas, Similares y Conexos (SIEMARM), que capitanea José Solórzano (datos hasta 1993). También cuenta con la gerencia de promoción y prensa a cargo de Luis Ramírez Reyes.

Para 1992, con miras a la integración de las diferentes áreas que conforman el Sistema Radiópolis (radio, discos y doblaje), el sábado 22 de agosto se cambian a la Avenida Tlalpan en el número 3000. En este año se nombra al señor Lawrence Dickins como Vicepresidente de programación, producción y operación, así como director general de doblaje, en tanto Javier Toussaint se mantiene como Vicepresidente de mercadotecnia y director general del Sistema Radiópolis. En lo que se refiere a la división de discos Melody, sigue al frente Marco Antonio Rubí.

Otra área que conforman las instalaciones del Grupo Radiópolis es la de doblaje, denominada Audio Master 3000. Como dato curioso se sabe que el doblaje mexicano está considerado como el cuarto en importancia a nivel mundial, sólo atrás de Alemania, Italia y Francia. En este renglón los directivos del Grupo no han escatimado recursos económicos y políticos para absorber el mercado y concentrarlo en sus manos. En cuanto a cuestiones técnicas cuentan con un novedoso sistema de grabación y posee un control de calidad absoluto. Audio Master 3000 es una empresa maquiladora de la mayoría de las series extranjeras, tanto de cine como de televisión.

La División Doblaje se conforma de una empresa maquiladora, Audio Master 3000 y dos vendedoras, *Audicom* y *Traslating* y se erige en una área de más de 17 mil metros cuadrados. El edificio cuenta con 104 áreas de oficinas, 11 salas de doblaje, siete salas de receso, tres de

regrabación y 13 cubículos de proyección privada, comedor para 200 personas y estacionamiento para 200 automóviles. Una cafetería que sirve de descanso.

La empresa Televisa no se ha conformado con tener y mantener sus emisoras, sino que alternativamente ha lanzado productos musicales al mercado como la serie "México de mis amores", serie de audiocasetes sobre la vida de W.A. Mozart, así como la colección de pláticas de la desaparecida Emma Godoy, quien participó durante muchos años en el programa "El mundo de la mujer". También el Grupo Radiópolis apoyó determinantemente la fracasada Ola azteca.

El Grupo Radiópolis cuenta con tres frecuencias en Onda Corta.

1.3.1 La voz de la América Latina (XEW AM 900 Khz 250 kw de potencia). Esta es la estación comercial más antigua en México. Inició sus transmisiones en 1930. Está concesionada a Cadena Radiodifusora Mexicana. Su gerente es Javier Toussaint Ribol.

La década de 1930 trajo a México una serie de acontecimientos que quedarían marcados para la posteridad, como la construcción de Ciudad Universitaria, a cargo del arquitecto Carlos Lazo. "La ciudad de los palacios", como el escritor Carlos Fuentes la describiera, contaba con una población de 200 mil habitantes los cuales recibían el 18 de septiembre la primera emisión de la XEW, ubicada en los altos del cine Olimpia. El programa de inauguración, de la también llamada "Catedral de la Radio", abrió con la intervención de la Orquesta Típica de Policía dirigida por Miguel Lerdo de Tejada; le siguió el guitarrista Francisco Salinas; el doctor Alfonso Ortiz Tirado interpretó varios temas del joven Agustín Lara y del maestro Manuel M. Ponce; también estuvieron presentes Los Trovadores Tamaulipecos y Juan Arvizu.

XEW fue oficialmente inaugurada por sus padrinos Aarón Sáenz, Emilia Vinagreta y la "Chacha" Aguilar. El primer locutor fue Leopoldo Samaniego (20). Obviamente estuvieron presentes otros locutores como Leopoldo de la Rosa, Ricardo López Méndez, Manuel Bernal, Pedro de Lille y José Laviada.

Sin dejarnos llevar por preferencias radiofónicas, cabe hacer mención que el primer equipo de directivos de la XEW era apasionado de la radio. Los trabajadores nunca pensaron en lo económico, sino en hacer su mejor esfuerzo, tanto con calidad moral como artística, (hoy es otro cantar), entre

ellos encontramos a: Amalita Gómez Zepeda, Enrique Contel, Luis G. Bortoni, Juan Durán, José E. de la Herrán y Pau, José Luis Fernández, Genaro Martínez, Amado C. Guzmán, Clemente Serna Martínez, Carlos Vinagreta, Favio Acevedo, Ricardo Esparza, Gabriel Ramírez, Manuel Cossío, Bernardo San Cristóbal, Horacio Niño Medina y Filiberto Solís, todos comandados por don Emilio Azcárraga Vinagreta.

Para el 20 de octubre de 1930 se realizó el llamado "el gran concurso musical de Vals *Ann Harding*" en el cinema Imperial, logrando conjuntar a cinco de los más grandes compositores de todos los tiempos en México: Alfonso Esparza Oteo, Juan Arvizu, Agustín Lara, Jorge del Moral y Fernando Vázquez Vargas. Este evento musical fue el primer control remoto de la naciente historia de la radio.

En 1933 la emisora aumentó de 5 mil a 50 mil watts de potencia y en septiembre de 1938 inauguró su nueva planta transmisora con 100 mil watts de potencia, la cual aumentó en septiembre del 39, por medio de una antena de media onda, a 200 mil. Actualmente, posee una potencia de 250 mil watts de los que se utilizan 200 mil en forma efectiva.

Cabe hacer mención que la W fue forjadora de un sinnúmero de compositores, músicos, actores (en los radioteatros y radionovelas), humoristas, locutores, etc. Sin duda, la mejor época de la W fue en los cuarenta, también conocida como la época de oro de la radio mexicana, (sus instalaciones se ubicaban en Avenida Chapultepec y Doctor Río de la Loza) conformada por un elenco de primera en el que destacaba Roberto Soto, Jesús Martínez "Palillo", Francisco Gabilondo Soler "Cri Cri", Manolín y Shilinsky, Cuca Escobar, Joaquín Pardavé, Madaleno, la presencia musical de Los Panchos, Trío Tariácuri, Pedro Infante y Jorge Negrete, Mario Ruiz Armengol, entre muchísimos más. Algunos programas, que no podemos pasar por alto ya que son piezas fundamentales de aquella época son: "El risómetro", "El cochinito", "Noches tapatías", "De mujer a mujer", "La hora azul", "La hora de los aficionados" (durante 36 años -5 de septiembre de 1935 al 6 de noviembre de 1971- fue el único foro radial que abrió las puertas a los jóvenes talentos, primero, estuvo conducido por don Leandro y fue continuado por su hermano don Lencho), "Carlos Lacroix", "La doctora

corazón", "La policía siempre vigila", "Cancionero Picot", "Visitando a las estrellas", "El reloj musical", "El doctor I Q", "Los catedráticos", "Radioteatro", etc.

Ya ubicada la W en la Calle de Ayuntamiento 54, se lograron magníficos programas de los que fueron testigos mudos los dos estudios más populares de la radio: el Verde y oro y el Azul y plata. En estos estudios, además de los conciertos de los artistas más populares se consolidó la vieja tradición de los radioteatros y radionovelas en vivo (que merecen todo un estudio), de los cuales recordamos "Los tres mosqueteros", "Los Pérez García", "Anita de Montemar", "Una flor en el pantano", "Felipe Reyes", "San Martín de Porres", "El derecho de nacer", "Chucho el Roto", "El hogar que me robé", "Gutierritos", "Magdalena", etc., la mayoría producidas por Luis de Llano Palmer, Mario Cárdenas y Raúl del Campo Jr.

Como acotación mencionaré que la radionovela inició en XEW en 1932, con lo cual la radio se refrescó y se constituyó como el gran teatro de la imaginación, logrando establecer una nueva forma de entretener a su auditorio y de paso daban a conocer a grandes actores como Arturo de Córdova, Marga López, Sara García, Manuel López Ochoa, Blanca Sánchez, Arturo Benavides, entre muchos más. También surgieron las plumas que enriquecieron este género melodramático como Joaquín Bauche Alcalde (gran pionero de la radio), Caridad Bravo Adams, Rubén Rubio, Francisco Márquez García, etc. No obstante de todo esto, el verdadero éxito de este género fue en los años 40.

En las décadas de los 50, 60 y 70 se mantuvo casi el mismo formato de música, radionovelas, programas cómicos y de concursos, aunque ya no con el mismo éxito. También se inició, con la ahora ya tradición, de transmitir las corridas de Toros en voz de Pepe Alameda, Alonso Sordo Noriega, Ramiro Gamboa y Paco Magneto. Esos controles remotos que pronto tuvieron éxito estaban a cargo de Jesús Castelán y el ingeniero Alejandro Bolio Gómez (con 45 y 35 años respectivamente de laborar en las transmisiones desde el coso de Insurgentes). Pero sobre todo se mantuvo un adormilamiento generalizado de la radio, donde la Frecuencia Modulada con su sonido estéreo, la evolución vertiginosa de la televisión y otros factores económicos y políticos (guerra fría, recesión, devaluaciones, etc.) impidió un crecimiento mayor de la radio.

A partir de los ochenta comenzó la reactivación de la radio con programas otra vez en vivo y con mayor agilidad como lo fue en 1982 el "El mundo de la mujer", conducido por Janet Arceo el cual se ha consolidado como un verdadero pilar, logrando captar importante parte del público femenino (21). También en esta década había muchos trabajadores de la voz con gran prestigio y cultivados como Jaime Ortiz Pino, Héctor Martínez Serrano, Héctor Madera Ferrón, Raciél López Varela, Luis Ignacio Santibáñez (murió en los primeros días de diciembre de 1991) y es precisamente este último quien en entrevista realizada en 1990 señaló: (22)

"En otros tiempos había emoción en la comunicación, ya que se tenía contacto directo con el auditorio que materialmente rebasaba la capacidad de los estudios Verde y oro y Azul y plata, en donde podían ver gratuita y cómodamente a los más notables artistas de la época, situación que prevaleció hasta 1970 aproximadamente. Posteriormente llegaron otras fórmulas, otros métodos, donde el mensaje comercial ya no salió en vivo, sino se encartuchó, se grabó y eso dio como resultado que se perdiera el sentido humano de las cosas debido a toda la tecnificación. Lo anterior no es de ninguna manera una acusación, sencillamente es la evolución natural del progreso y la ascensión a cumbres de la comunicación y de servicio". Por otra parte, la radio ha tenido que aprovechar espacios que ha descuidado la caja chica, aprovechando su rapidez y veracidad.

Hay que destacar que la XEW siempre se ha preocupado por mantenerse en el gusto de la gente, por lo cual periódicamente realiza encuestas, las cuales le permite ver los gustos y preferencias de su auditorio. (Ver anexo 2)

Sin duda alguna, el inicio de la década de los noventa ha significado el regreso glorioso de las radionovelas en XEW, que a partir del 24 de febrero de 1992 conformó un ambicioso proyecto, tal como lo informó su actual directora Virginia Sendel Lemaitre, quien presentó este espacio conformado por las radionovelas: "Ambición mortal", "Voces de la noche" y "Amarga ciudad". Estas series ya han dejado atrás los melodramones ficticios de "Anita de Montemar" y ahora enfocan sus baterías a los problemas actuales y lenguaje acorde a la época. Luego vinieron las series "Sendero de cipreses", "Fatalidad", "Máscara contra Destino" (debut del Hijo del Santo), "Al final de la luz" (interviene la cantante invidente Cristal).

Prueba de la calidad tanto de contenido como de interpretación fue el éxito que logró "Sendero de cipreses", que obtuvo la medalla de bronce en el Festival Internacional de Radio en Nueva York, donde concursaron 1390 programas de 27 países. "Sendero de cipreses" participó en la categoría de mejor programa dramatizado con horario fijo, logrando ser la única emisión que mereció premio, ya que el primero y segundo sitio quedaron desiertos. La radionovela aborda la problemática de la tercera edad a través de la historia de hombres y mujeres maduros, escrita por Cristina Rendón, dirigida por Ricardo Lezama y encabezando el elenco Velia Vegar (pionerísima), - quien no pudo recibir la réplica de la presea pues dejó de existir unos días después de la premiación en Nueva York-, y 27 actores más.

Tal vez, la XEW ya no sea la más escuchada, pues la competencia es muy fuerte, sin embargo, sí es una estación muy respetable y con interesantes programas que la mantienen viva y en constante cambio. También la década de los 90 trajo consigo para la W el cambio de instalaciones y pasó de Ayuntamiento 52 a Tlalpan 3000.

1.3.2 La Q Mexicana (XEQ AM 940 Khz 50 Kw de potencia). La XEQ comenzó sus emisiones cotidianas el 31 de octubre de 1938, está concesionada por Radio Mexicana del Centro, S.A., su gerente es Javier Toussaint Ribot. Emilio Azcárraga Vinagreta fue el fundador de la XEQ. Las primeras instalaciones de la Q fueron las ubicadas en el cine Alameda, en el número 11 de José María Marroquí (en la frecuencia de 710 kilociclos). Algunos de los artistas que participaron en su inauguración fueron: Ramón Vinay, la Orquesta Típica de Argentina, la Orquesta Sinfónica de la Universidad Nacional Autónoma de México, Consuelo Velázquez, etc.

Desde sus inicios creó su departamento de producción, donde se foguearon personalidades como Luis de Llano Palmer, Domingo D'Alessio Robles, Ricardo Hinojosa, Ramiro Artasánchez, entre otros, que combinaron su talento creativo con voces de gran atracción para la época como la de Ramiro Gamboa, Jorge Labardini, Humberto G. Tamayo, Carlos Pickering (como dato curioso tenemos que está matriculado con la licencia de locutor número uno), etc. Prueba de sus producciones radiofónicas son dos series con mucho éxito: "Planillas y Topillos" (del compositor Pedro de Urdimalas) y "El hombre azul". Inmediatamente la Q entró en franca lucha con la XEW y

La B. Para 1946 adquirió la frecuencia de los 940 kilohertzios y transmitía lo más representativo de la música tradicional mexicana.

De 1961 a 1967 sus estudios se ubicaban en la calle de doctor Río de la Loza 182, (hoy ocupadas por Cablevisión), para cambiar su domicilio a Ayuntamiento número 54 y después 52.

El 20 de noviembre de 1990 reubicó su programación en el formato de la música mexicana, tanto con temas románticos como de corte vernáculo o bolero ranchero, interpretados por jóvenes, así como por cantantes ya consagrados, en esta época su director era Jorge Quintero.

Para 1991, concretamente el 18 de marzo, el director de la XEQ, Jorge Quintero, anunció que La Q Mexicana (vino a sustituir al formato denominado "Lo mejor de los mejores") ya se transmitía en sonido estéreo, asimismo, se anunció con bombos y platillos que el *rating* ubicaba a esta emisora en el tercer sitio de popularidad, además de que la señal podía escucharse en lugares como Alaska, Suecia, Cuba y Guatemala.

Para no variar del resto de las emisoras del Grupo Radiópolis, La Q Mexicana, también ha lanzado al mercado varios discos de compilación, ya sea por las fiestas patrias, o referentes al amor, con tríos de amplia trayectoria como "Promesas de amor", con el cual aprovecharon para festejar 11 años de la Gerencia de prensa a cargo de Luis Ramírez Reyes (23).

En 1992 su nuevo director era Manuel Durán, quien además seguía al frente de la entonces Tropi Q, con más de lo mismo: música de corte romántico y ranchera. Al poco tiempo cambió de director y se dijo, con el profundo optimismo de Televisa, que La Q Mexicana estaba en el primer lugar de audiencia, pese a ello, el 27 de mayo de este mismo año se anunció la inclusión de baladas en español, que según Manuel Durán, era con el fin de atraer más auditorio. Hoy, contrario a la tradición de buenos programas como la "Banda de Huipanguillo", las series humorísticas de Panzón Panseco, entre muchas otras, la XEQ es simplemente una mezcla de música vieja, por los intérpretes originales y nuevos talentos, lo que es una fórmula hecha y poco propositiva.

1.3.3 La Super X (XEX AM 730 Khz 100 kw de potencia). La XEX inició sus transmisiones en 1947, con una potencia de 250 mil watts y con seis torres direccionales en Frecuencia Modulada -

la primera del país-. La primera voz en escucharse fue la de Gonzalo Castellot. Actualmente su gerente es Javier Toussaint Ribol y su director Martín Fabian.

XEX se inauguró el 30 de octubre de 1947, se llamaba La Voz de México, en una ceremonia efectuada en el Palacio de Bellas Artes. Alonso Sordo Noriega fue su primer director (Falleció en 1949). Durante su surgimiento fue una estación alternativa a XEW y a la B Grande de México, teniendo programas grabados en apoyo a los aliados (durante la II Guerra Mundial) y musicales tanto mexicanos como extranjeros con intérpretes de la talla de Josephine Baker, Pedro Infante, Fernando Fernández, etc. Sin embargo, su fuerza radicó en su cuerpo de locutores dentro de los que encontramos a: Pedro de Lille, Germán Figaredo, Gonzalo Castellot (el primer locutor de la televisión), Daniel Pérez Alcaraz, Pedro Ferriz Santacruz, Eduardo Charpenel, Carlos Pradera Brunet, Jorge Labardini, Jacobo Zabłudowsky (en su serie "Leyendo a Novedades"), Agustín Barrios Gómez (padre), Pedro Estrada y muchos más.

Durante la inauguración, Alfonso Sordo Noriega ofreció un breve discurso que extractamos: "Poner la frecuencia de XEX al servicio de la cultura, depurar la canción mexicana, hacer justicia a los valores de provincia y llegar a merecer el lema La Voz de México, haciendo de esta estación la expresión genuina del pueblo Mexicano".

En 1972 la XEX, por su vinculación al diario Novedades, tomó una fuerte influencia de noticias, haciendo un perfil noticioso. Consolidándose en 1975, tiempo en el que se convirtió en una estación eminentemente noticiosa con un horario de 6:00 a 24:00 horas. Dentro de los locutores de esta etapa encontramos a: Pedro Ferriz Santacruz, Carlos León, Miguel Angel Morado, Fernando Marcos, Alfredo Ruiz del Río, Francisco Stanley, Roberto Armendáriz (conducía un programa de noticias de larga duración, cuando sólo se escuchaban noticias de máximo tres minutos) (24), entre otros.

Para el 21 de septiembre de 1981 la X dio un giro total cambiando el perfil noticioso por uno musical dirigido a los jóvenes, con entrevistas y reportajes a los diferentes protagonistas de la farándula. Pero la música juvenil también sucumbió ante otro cambio, que se dio el 26 de junio de 1983, ahora al denominarse Radio Festival, que tuvo poca fortuna. Luego de varias modificaciones

en 1992 entró en la onda grupera (norteños y tropicales) programando a los Tigres del Norte, Los Bukis, Temerarios, etc. La estación se denomina La Super X "Kebuenta" y su director es Martín Fabian. (25)

Sin duda, en la historia reciente de la XEX uno de sus pasajes oscuros fue la desaparición de los programas "Voz Pública" e "Inocente o culpable", conducidos por Francisco Huerta (más adelante transcribo una entrevista que realicé para el diario El Nacional y se complementa con la publicada en la revista 7 Cambio firmada por Catalina Angeles) (26) en la que se presenta un claro ejemplo de censura por parte de Gobernación y el poco apoyo que da una empresa como Televisa a cualquier empleado, por importante que sea, pues a un año de haber iniciado su trabajo en Radiópolis Huerta ganó el Premio Nacional de Periodismo, otorgado por José López Portillo. Aunque la censura a Huerta se remonta justo a 1982 cuando lo corrieron de ABC Radio, de lo cual se hablará en su oportunidad.

Algunos otros directores que ha tenido la emisora son: Leonardo Schwebel, Jorge Quintero, Martín Fabian, quienes no han podido consolidar ninguno de sus perfiles y que ahora llega a ser una más del cuadrante.

Durante mucho tiempo la X se ha caracterizado por ser el espacio de Televisa Radio que se utiliza para la transmisión en vivo de los programas deportivos, como las carreras de autos, el fútbol americano y balón pié, béisbol, etc. Baste recordar que en 1952 transmitió los Juegos Olímpicos de Helsinki, Finlandia, Segunda Carrera Panamericana, etc.

ENTREVISTA CON FRANCISCO HUERTA

Después de siete años de transmisiones salen del aire los programas "Inocente o culpable" y "Voz pública" conducidos por el periodista Francisco Huerta; que se transmitían en la XEX (del grupo Radiópolis). Para el conductor de radio la caída de estos espacios se debe a que se avecina un año político en el cual no puede haber disidencia que desequilibre la balanza hacia la oposición en las próximas elecciones para diputados, siendo además en el que se renueva la mitad del senado en el Distrito Federal.

Las opiniones y las incongruencias sobre el despido de Huerta son muchas, por lo que la opinión pública tiene la palabra. Para desmadrar el problema relatamos lo que sucedió el 31 de diciembre, día en que las últimas cuatro horas de Francisco Huerta salían al aire.

Paco Huerta se despidió de sus radioparticipantes y se dirigió a la puerta que da a la calle de Ayuntamiento 52. Lo inesperado: decenas de personas coreaban y animaban al experimentado periodista, para que siguiera su labor social y comunitaria con las frases de "se ve, se siente, Huerta está presente".

Momentos más tarde los radioescuchas organizan una marcha de protesta que llega a la calle de Balderas y se detienen en las instalaciones del diario "La jornada", donde denuncian la censura a que sometieron los programas de Huerta y dan a conocer las medidas que se tomarán por parte de sus escuchas y equipo de trabajo que son: continuar con la publicación del periódico "Voz Pública" y salir a la calle el día siete de enero, a la Plaza de la Solidaridad para realizar una gran protesta.

La versión oficial del Grupo Radiópolis es: "El periodista Francisco Huerta cumplió su ciclo, al igual que sus programas, y eso es algo biológicamente natural y razonable. Además, si bien es cierto que tenía un círculo estable de radioescuchas, no era el mejor, ni el peor en cuanto a *rating*."

"Por otra parte, en la radiodifusión cambiante del Grupo Radiópolis se necesita estar renovando para ser mejores cada día. Debemos dejar bien claro que Francisco Huerta sigue ligado a la empresa, pues dos o tres programas están en estudio para que él los conduzca".

Pero la otra cara de la moneda es diferente y Paco Huerta Habla al respecto:

"Con nuestros programas logramos consolidar un público maduro y responsable, más crítico y exigente, y la única manera de amordazar a ese participante es censurando el programa. Con esto se acabó el derecho inalienable de libertad de expresión, no del conductor, sino del ciudadano."

El entrevistado, sumamente decepcionado, afirmó que el programa dedicado a Tejuipilco fue la gota que derramó el vaso de una comunicación abierta y honesta con la gente, lo que se perdió en espacio no es lo más importante, sino la opinión pública. Con la censura de "Inocente o culpable" y "Voz pública" no me quitaron a mí, sino quitaron el espacio ganado por el público.

Moviendo las manos y la cabeza en forma enérgica, Huerta subrayó que otro logro importante durante esos siete años fue que la radio se utilizó como una extensión del ciudadano, porque cada aparato. "lo convertimos en un micrófono y con esto encontramos otro concepto del escucha: el radioparticipante activo, porque nuestros receptores eran preferentemente amas de casa y campesinos que por primera vez encontraron un micrófono abierto en la radio".

¿En esa ocasión fue una censura presidencial?

No, incluso al presidente Carlos Salinas de Gortari le gustaba el programa, porque era una magnífica oportunidad de conocer otros puntos de vista sobre la labor del gobierno, por desgracia, los funcionarios menores no entienden el papel de la comunicación y temen a este intercambio de ideas, ya que el mismo Salinas de Gortari me propuso que invitara al programa a los funcionarios públicos, pero muy pocos accedieron, pese a que las llamadas que recibíamos hablaban bien de la labor presidencial.

Cabe destacar que Francisco Huerta inició su tarea radiofónica en la década de los sesenta y desde 1982 fue vetado por el 98 por ciento de las emisoras radiales, lo que ha limitado su trabajo de periodismo civil. Y fue precisamente hace siete años que el Grupo Radiópolis le abrió las puertas.

Para el locutor, el periodismo civil forma parte de su vida, porque ha encontrado en la gente la disposición para participar en los problemas de la comunidad y con los partidos políticos, que lo han comprometido para profundizar en cada tema y con cada invitado.

Respecto a la radio comercial, Francisco Huerta comentó: "Siempre se tiene el precepto de hacer 'grandes agarrones' entre Jorge Negrete y Pedro Infante y se olvidan de los aspectos críticos del país, de los malos manejos del gobierno, de los sacadólares, de los líderes corruptos que entregan a sus agremiados y se venden".

Pese a esto, Huerta afirmó que la radiodifusión en México avanzó mucho con los programas de contenido, ya que en muchas estaciones se ha dejado atrás el concepto de que la radio es sólo música.

Sobre la posibilidad de volver a la radio, el periodista dijo que será siempre y cuando respeten el formato de su programa y no está dispuesto a pagar por salir al aire como lo hizo en ABC

Radio Internacional, donde le quitaban la mitad del programa con anuncios comerciales y tenía que pagar para que lo dejaran trabajar.

1.3.4 Yo siento dos (XEX FM 101.7 Mhz 39.20 Kw de potencia). Está concesionada por Radio Difusora México. Inició sus transmisiones en 1967 con el nombre de Estéreo 102. Desde sus inicios se concibió como una emisora dedicada a la música en español. Bajo la asesoría de Ramiro Garza "el hombre radio", el Grupo Radiópolis designó a la entonces Estéreo 102 como su estación en FM dedicada a la música en español, principalmente balada. Dentro de sus directores encontramos a Arturo Forzán, Gloria Calzada y a Martin Fabian (ojo, el señor no utiliza acentos en su nombre).

Con este perfil encontramos a los artistas de moda, tanto mexicanos como extranjeros, bajo la única condición de que sean intérpretes en español como Emmanuel, Yuri, Luis Miguel, Lucero, Daniela Romo, Roberto Carlos, etc.

Aunque su propuesta musical no tiene nada extraordinario, su empresa hermana, la revista "Eres" la premió en 1991, en el rubro de mejor programa "A 102 por hora", que se transmitía de lunes a jueves de 17:00 a 18:00 horas, conducido por Pepe Anzures.

Estéreo 102 promovió festivales en plazas, parques y auditorios, con esta fórmula logró aumentar su *rating*, también le dio oportunidad a sus escuchas para que participaran como locutores en la estación, mismo sistema que utilizó para ir a las escuelas de periodismo y promover la locución (precisamente de ahí surgió la voz de Ernesto Peña, Pepe Anzures, entre otros).

También Estéreo 102 produjo discos de sus artistas de más éxito, aunque curiosamente casi todos los participantes en la grabación fueron del elenco de discos y cintas Melody, filial de Radiópolis.

Intentando un cambio de raíz (que nunca se logró) en febrero de 1992 se designó a Gloria Calzada como nueva directora de la emisora y se cambió el nombre de la estación de Estéreo 102 a Yo siento dos, que desde el inicio se escuchó como albur. Con una ostentosa presentación, Calzada reemplazó a Arturo Forzán del puesto de mando y cambió personal. Para el lanzamiento en la emisora se ofreció un carrusel de invitados que sobrepasó el número 100, cantando y dando su apoyo a la "nueva propuesta". (27)

Tal vez la única modificación clara fue que en la programación se comenzó a incluir a grupos de rock mexicano, que por estas épocas comenzaban a sonar en varias emisoras. Con la llegada a la radio de Caifanes, Fobia, Maldita Vecindad, etc., se complementó la "rockola" al aire, que por lo demás seguía programando a los baladistas y organizando sus festivales. Para este espacio de rock trajo desde Guadalajara a Jesse Cervantes, para conducir la serie "Yo siento rock", que fue una debacle, pues su rockero tenía pocos conocimientos. Poco tiempo duró Gloria Calzada (que para muchos fue un castigo sacarla de la televisión y ponerla en radio), pues para diciembre de 1992 ya era el director Martín Fabian, quien el 10 de mayo de 1993 hizo el relanzamiento de 102, que resultó más de lo mismo.

1.3.5 Magia digital (XEW FM 96.9 Mhz 51.19 Kw de potencia). Está concesionada por Televimex. XEW FM se inauguró en 1970 bajo el perfil de música moderna. Fue hasta 1985 cuando se incorporó a Radiópolis con su sello característico de música moderna en idioma inglés, diseñado por su primer director y creador Miguel Alemán Magnani, donde han pasado las voces de grandes solistas y grupos como: *Tina Turner*, *Rod Stewart*, *The Doors*, *Pink Floyd*, *The Beatles*, *Rolling Stones*, *Kinks*, *Who*, *Elton John*, *U2*, *Guns N'Roses*, *Sting*, *Chicago*, *Police*, *Madonna*, *Queen*, *Led Zepellin*, *Dep Leppard*, *David Bowie*, *Michael Jackson*, *Phill Collins*, *Nirvana*, entre muchos otros más.

Esta emisora tuvo su sede en la calle de Caracci, colonia Insurgentes Extremadura. Alejandro González Iñárritu, Martín Delgado, Jaime Durán, Charo Fernández, han sido sus directores y quienes han mantenido un formato parecido con entrevistas a las grandes estrellas, así como concursos para llevar a los afortunados a diversos conciertos, sobre todo a Estados Unidos, o Alemania, cuando se derribó el muro de Berlín. Sin duda, la actual directora Charo Fernández ha logrado consolidar a la emisora, pues ella la conoce desde sus inicios, aunque por algún tiempo se fue a Inglaterra a especializarse tanto en el idioma inglés como en la música contemporánea.

También, han abierto las puertas a nuevos locutores, principalmente en las universidades, a través de concursos como "Abre la boca", o la campaña denominada "Programa a W FM", donde

durante un día diversos alumnos de cada uno de los planteles educativos visitados prepararon la transmisión de *Magia digital*.

Una de sus bases para armar la programación, es el llamado *Hit Parade* de la Unión Americana, de donde retoman a los artistas de moda, así como del *billboard*, donde se encuentra a lo más destacado del *rock, heavy metal, reggae, latino, house, pop*, etc.

1.3.6 La Super Q Kebuena (XEQ FM 92.9 MHz 79.07 kw de potencia). La Tropi Q fue su primer nombre. Inició sus transmisiones en 1981. Su gerente es Javier Toussaint Ribol. Desde sus inicios basó su programación en el amplísimo género musical conocido como tropical, retomando a los grupos tradicionales como la Sonora Matancera, así como a los solistas más renombrados como Celia Cruz, Bienvenido Granda, entre otros. También tuvieron cabida todos los movimientos guapachosos como el merengue, jazz latino (o salsa), cumbia, son, rumba, cha cha chá, etc.

La emisora se ubicó por primera vez en las instalaciones de Radiópolis (Ayuntamiento 52) y de ahí hasta 1993 cuando se cambió a Tlalpan 3000, junto con el resto de emisoras de este brazo de Televisa. Algunos de sus directores han sido: Manuel Durán y Martín Fabian.

Como es característico de las emisoras de corte tropical, la Tropi Q Kebuena ha organizado muchos bailes, en salones, teatros, estudios, deportivos, lo que le ha permitido mantenerse con un público fiel que sigue a la emisora, que tiene la gran ventaja de su sonido con magnífica fidelidad. También, como es obvio, apoya a los músicos consagrados en la pantalla casera, aunque también programa a grupos que inician o a los grandes como Willie Colón, Rubén Blades, etc.

Para completar su estructura mantiene un cuerpo de locutores jóvenes que con gritos y chistes tratan de animar al auditorio, como es el caso del también cantante Miguel Gutiérrez "El lobo" (mote puesto por Valentina Leyva), también ha colocado voces femeninas como Alejandra Pérez Grovet y más recientemente Liliana Elizalde. Incluso, se le ha querido poner el mote de "La voz de la música latina".

Dentro de las emisiones que más tiempo han durado al aire encontramos "Las noches del Tropicana", "Sonorisima", "Sopita de camarón", etc. Asimismo han grabado varios discos elepés.

Pese a su aceptación por parte del público los funcionarios de la Tropic Q, al cumplir 12 años de transmisiones, decidieron, primero incorporar algunos segmentos con la llamada corriente grupera, para después cambiar (aunque los directivos aseguraban que sólo se combina) la música tropical por grupera. En el boletín de prensa del 5 de enero de 1993 el director de la emisora (en ese entonces, Manuel Durán) declaró (28):

"En el tercer año de la década de los noventa, se continuará impulsando como hasta ahora el movimiento afroantillano, destacando los ritmos extranjeros y por supuesto, dando mayor apoyo a los nacionales. En lo que se refiere a los grupos, se programará únicamente aquellos temas que se apegan a lo tropical. Considero que conjuntos mexicanos que han hecho su mercado en el extranjero, poseen mucho talento en ese género musical y es necesario que el público capitalino los conozca".

Y el cambio total se anuncia el 10 de enero, incluso ahora se llama La Super Q Kebuena, dirigida por Martín Fabian, que según varios grupos e incluso diarios capitalinos como "El Sol de México" lo catalogan como el "rey" de la "payola" moderna.

Con este cambio de perfil se pierde un espacio, aunque monótono y sin grandes aportes, de la músicaailable. El nuevo director Martín Fabian aseguró en su primera declaración:

"La Super Q será la catedral del movimiento grupero de la República Mexicana, ya que se programa música del Norte, Occidente, Sureste, etc., en una palabra, está balanceada.

"Quizá mucha gente piense que estamos saturando el cuadrante con música grupera, pero definitivamente no es así, simplemente consideramos que ante el auge que ha cobrado dicho género, era necesario ofrecerle al auditorio capitalino un sonido más digno. No quiero decir que en Amplitud Modulada no se pueda, más bien, es por las características técnicas del mismo medio".

Sin embargo, la Sinfonola al aire que es la Super Q Kebuena no aporta nada al cuadrante mexicano, tal vez al bolsillo de los involucrados sea la cuantiosa diferencia de este cambio.

1.4 ORGANIZACION RADIO CENTRO.

Tal vez para todos aquellos que no tenemos un profundo dominio de lo que sucede en el cuadrante sea una enorme sorpresa la afirmación que a continuación daré: La Organización Radio Centro (ORC), es la cadena más importante en cuanto a infraestructura, proyección y economía, pese

a que no tiene una emisora muy promocionada como la XEW de Radiópolis, o la más antigua como la XEB del IMER o bien la más escuchada y costosa en su publicidad como "La Red", de Radio Programas de México. Sin embargo, ORC con sus 9 emisoras en el D.F., OIR que enlaza a más de 35 plazas de las principales ciudades del país con 84 emisoras y Cadena Radio Centro que abarca 59 emisoras con un potencial de escuchas de población hispana en América del Norte con 13, 685, 600, -se precia de ser la única cadena en el mundo que transmite 24 horas del día mediante dos satélites de telecomunicaciones (29), es sin duda alguna, un gran emporio que mientras otras cadenas se pelean los *ratings*, ellos los concretan con publicidad. Veamos un poco de su historia.

Un Radiodifusor de abolengo llamado Francisco Aguirre Jiménez (conocido en el medio como don Panchito Aguirre) fundó en 1952 en la Ciudad de México la Organización Radio Centro, con dos emisoras: Radio Centro y Radio Exitos, convirtiéndose en una nueva opción para los radioescuchas.

Francisco Aguirre Jiménez inició su actividad en la radiodifusión al ingresar a la emisora XEFO, medio con el cual crece y se consolida, pero sobretodo al que dedica su vida entera. En 1949 adquiere la Cadena Radio Continental.

Explotando su capacidad publicitaria, logra que la radio comience a producir grandes ganancias a través de una premisa, que platicó en una ocasión al "hombre radio" Ramiro Garza y que éste la recuerda así: "Mientras todos se pelean el gran mercado, yo (Panchito Aguirre) he aprovechado la necesidad de anunciarse de los pequeños comerciantes y micro empresarios, que ya en grupo representa tanto o más que las grandes empresas que por demás siempre imponen sus condiciones".

Esta premisa la han consolidado en ORC, un ejemplo claro de lo anterior es la formación de los super-paquetes, que por una tarifa módica un anunciante tendrá nueve estaciones emitiendo sus mensajes por un precio promedio-bajo, por decir, si se quiere que se transmitan cuatro días por semana de 10 ó 25 palabras tendrá un costo de 874,080 pesos, que divididas entre 9 da un resultado de 97,120 pesos y ahora entre cuatro días da por día y por estación 24,280 (todo) de viejos pesos, esta tarifa se tomó de noviembre de 1991. (30)

Francisco Aguirre atendía todos los días a su organización e incluso creó la fórmula de ganar auditorio a través de concursos y regalos a sus escuchas. También promovía sus emisoras con cualquier persona que conocía o se encontraba por las calles, a las que invitaba a escuchar sus estaciones (sobretudo Radio Centro). Ramiro Garza, quien trabajó por muchos años con don Panchito, recuerda la siguiente anécdota a su vez comentada por Francisco Aguirre: "Tomé un taxi y al escuchar la emisora sintonizada por el chofer, le sugerí de manera insistente que le cambiara a Radio Centro, un tanto enfadado me preguntó por qué, a lo que contesté: pues a ese lugar voy y me gustaría escucharla. Sin más, le cambió hasta sintonizarla, al llegar a Artículo 123 -donde estaba la emisora- le pregunté que le parecía y me contestó que estaba bien y que la escucharía más seguido, pues no la conocía y al parecer regalaban muchas cosas. Al momento le obsequié unos discos y le dije que era buena opción. Por último me preguntó, mientras me daba el cambio, que si trabajaba ahí a lo que tras una sonrisa le dije: sí, soy el empleado más humilde".

A medida que Organización Radio Centro crecía se fueron incorporando nuevas emisoras de Amplitud Modulada, además de la creación de la Organización Impulsora de Radio (OIR), división dedicada a dar apoyo a las estaciones afiliadas en el resto de la República Mexicana, a través de la venta de paquetes ORC.

Es hasta 1974 cuando la organización incrementa sus actividades al incursionar también en Frecuencia Modulada, al poner en operación tres emisoras: Estéreo Joya, Estéreo 97.7 y Universal Estéreo.

A la muerte de Francisco Aguirre Jiménez, en 1979, su esposa María Esther Gómez de Aguirre asume la presidencia del Consejo de Administración, claro, apoyada por sus dos hijos (quienes han ostentado puestos importantes en el medio radiofónico), Adrián y Carlos Aguirre Gómez. Entre sus más recientes logros se encuentra la expansión que la empresa tuvo en los últimos años, con la creación de la Cadena Radio Centro (CRC), bajo las premisas de: Servir al más amplio auditorio mediante una radiodifusión de excelencia, información objetiva y responsabilidad social.

Según estudios realizados por ORC sobre la participación de audiencia, durante los últimos 21 años ORC ha sido líder en la Ciudad de México, manteniendo constantemente un auditorio de más del 30 por ciento de la población.

Es necesario regresar a 1965 cuando se creó la Organización Impulsora de Radio (OIR), división que representa comercialmente a las emisoras de ORC diseminadas en los diferentes estados del país. hoy en día ofrece en paquete servicios de programación, comercialización y producción a los anunciantes, facilitando la operación de las emisoras, al ofrecer lo más actual que se genera en el medio (es considerada la cadena más importante de México), ya que cuenta con 84 estaciones afiliadas y enlaza a más de 35 de las principales ciudades del país vía satélite, servicios que ha perfeccionado a través de la modernización de sus instalaciones. Además, (según folletería de la emisora) atiende a una población total de 15,675,405 personas. Para complementar el panorama de OIR crearon a SER (Servicios Especializados en radiodifusión), que atiende la eficiencia de las emisoras en cuestiones de ingeniería. (31)

Otro de los brazos de ORC es Cadena Radio Centro (CRC), que entró en operaciones justo cuando comenzó a trabajar el Sistema de Satélite Morelos, expandiendo sus límites allende la frontera (1986), con la primera transmisión de una programación musical e informativa dirigida a la audiencia de habla hispana radicada en Estados Unidos. Esta señal generada por CRC desde la Ciudad de México llega a las oficinas de la misma organización en Los Angeles, California, donde se complementan los aspectos de comercialización y cobertura noticiosa de Estados Unidos, para luego transmitirla por medio del Satélite Galaxie VII a las estaciones afiliadas de habla hispana de E.U.

Este servicio inició sus trabajos con cinco estaciones, actualmente enlaza a más de 60 emisoras ubicadas en las principales ciudades de esta nación, donde se concentra el 85 por ciento de la población hispanoparlante. Cadena Radio Centro también tiene oficinas en Dallas, Nueva York y Miami. Sus servicios se caracterizan por brindar una programación adaptada a las necesidades informativas, culturales y sociales de los radioescuchas de cada región a la que llega, aunque en la

realidad todos los formatos de sus emisoras en México transmiten música grabada (conocido este método como las complacencias, solicitadas por el escucha a través del teléfono).

Su penetración en el mercado hispano se ha expandido a una población de 13,685,600, con una cobertura que representa el 85 por ciento del total de hispanohablantes en Estados Unidos.

ORC también ha mantenido un servicio de noticias conocido como "Noticentro", dirigido por Juan María Naveja. Este noticiario provee de información, durante las 24 horas del día, a través de las nueve estaciones, con 170 resúmenes de noticias de tres minutos y 15 al día en el Distrito Federal. A través del satélite Organización Impulsora de Radio envía seis noticentros de tres minutos que generan 540 servicios informativos al día y tres resúmenes noticiosos de 15 minutos que difunden las radiodifusoras afiliadas en todo el país.

Cabe hacer mención que ahora este servicio se ha visto disminuido, ya que ORC cuenta con la emisora denominada Formato 21, que transmite las 24 horas del día noticias de todos los géneros.

1.4.1 Radio Centro (XEQR 1030 khz AM 10 kw de potencia). XEQR emitió su señal por primera vez en 1942. Dentro de su cuerpo de locutores encontramos a Joaquín Ortiz Galván, Manuel Resendiz, Rogelio Navarro, Gerardo Mendoza, Luis Garmendia, Ignacio Mancilla, San Miguel y uno de los más veteranos operadores Gaonita, (32) entre otros. Durante muchos años se ha considerado como la estación de la "familia mexicana" y ha sido uno de los principales foros para la corriente musical conocida como baladista.

Su fórmula principal para atraer oyentes es regalar diferentes enseres domésticos, discos y organizar actividades de tipo social como "Operación salvavidas" (donde el público dona sangre para la Cruz Roja).

1.4.2 Radio Variedades México (XEJP 1150 khz AM 10 kw de potencia). XEJP inició sus transmisiones en 1930.

Una época de creatividad comercial de Radio Variedades fue sin duda la década de los sesenta, a la llegada del "hombre radio" Ramiro Garza (se inició en XENK 6.20), cuando se dio el auge a programas de concurso, regalos a la puerta de su casa, etc. De ese tiempo resaltan los nombres de los locutores José Luis Anaya Méndez (fallecido), Miguel Angel Brambila (actualmente

en el departamento de ventas de ORC), Enrique Cuevas Báez (en Formato 21) y Alejandro Wong. (33)

El formato de Radio Variedades se ha mantenido desde los setenta y fue la primera emisora que impulsó a los grupos, aunque a diferencia de ahora (que son de quebradita, de caballito) en aquella época eran de balada rítmica, que competía con Radio Mil. Siempre se ha caracterizado por ser populachera, con buenos locutores-animadores como Edmundo Lazcano, Raúl Olvera, Jaime Curt, etc., (algunos retirados otros en activo).

1.4.3 Formato 21 (XECMQ 1320 khz AM 10 kw de potencia). XECMQ inició sus transmisiones en 1930. Durante la década de los sesenta, setenta y ochentas tuvo el formato de baladas en español (durante algún periodo también baladas en inglés), tiempo durante el cual se llamó Radio Sensación. Hoy, es Formato 21 "la estación de las noticias", durante las 24 horas del día. Para lograr este objetivo adquirieron varias unidades móviles, entre coches y motocicletas, en las cuales se da el reporte del tráfico cada 10 minutos y cada 21 minutos se lleva a cabo un nuevo ciclo de noticias, aunque en realidad se retoma una misma información varias veces en diferentes bloques. La idea fue elaborada por Carlos Aparicio (que salió de Radio Red) y Rafael Vieyra.

1.4.4 Radio Consentida (XEFAJ 1560 khz AM 20 kw de potencia). Esta emisora es una de las más recientes de ORC, ya que su inicio marca el año de 1981. Su primer nombre fue Radio 1560 y desde ese entonces su perfil ha sido de música mexicana, norteña, de banda, ranchera, etc. Posteriormente cambió a Radio Consentida, con series que recuerdan a Pedro Infante, Javier Solís, Jorge Negrete, Los Tariácuri, Vicente Fernández, Juan Gabriel, etc.

Esta es una de las pocas emisoras que sostienen un perfil dedicado a la música comercial de corte vernáculo, sin embargo, su programación no presenta innovaciones y cae en la emisión de discos y cortes comerciales.

1.4.5 El fonógrafo del recuerdo (XERC 790 khz AM 10 kw de potencia). El inicio de las transmisiones de XERC fue en 1945.

Durante muchos años se llamó Radio Exitos y transmitía rock en idioma inglés, sobresaliendo los *Beatles*, *Doors*, *Rolling*, etc., y era clara competencia de La Pantera y Radio Capital.

Durante la década de los ochenta esta emisora se denominaba Expresión 790, (propuesta impulsada por Eduardo Pasquel) presentando programas de carácter social donde comentaban las noticias de manera crítica, conducido por Verónica Ortiz y Sergio Sarmiento, que levantó mucho revuelo por su frescura y acidez. Este concepto terminó en los inicios de 1991, a lo cual el investigador Fernando Mejía Barquera lo comentó en el periódico "El Nacional": "En la desaparición del proyecto de Expresión 790 han convergido elementos políticos y económicos... los comentarios de Ortiz y Sarmiento habrán incomodado a algunos funcionarios públicos y el económico está en la divergencia de los dueños de ese emporio en cuanto al carácter que deben tener las emisoras del grupo". (34)

1.4.6 Radio Exitos (XEEST 1440 khz AM 5 kw de potencia). En Amplitud Modulada Radio Alegría (hoy Radio Exitos) es la emisora más joven del grupo, sus inicios datan de 1983.

Uno de sus formatos fue música moderna en español, que terminó cuando cambiaron a esta frecuencia la vieja Radio Exitos con todo el rock desde los años sesenta hasta el actual.

1.4.7 Radio Joya (XEJP 93.7 mhz FM 60.48 kw de potencia). Radio Joya comenzó sus emisiones en 1973. Esta emisora se ha mantenido con un formato de música romántica, uno de sus fundadores y voz principal fue Fernando Ramírez Olace (falleció en 1990), mantuvo durante muchos años un programa de poemas.

1.4.8 Universal Estéreo (XEQR 107.3 mhz FM 60.48 kw de potencia). Al igual que Radio Joya, Universal Estéreo lanzó su señal al aire en 1973. Su *slogan* es "Tu gran compañera".

Su primer nombre fue Radio Universal y se planteó como una opción musical para adultos de 18 a 45 años. Este formato de música en inglés se ideó desde 1974 y de ahí a la fecha se ha mantenido, claro, bajo ciertas modificaciones o adecuaciones, pero siempre basándose en el rock de los sesenta y setenta. Sus principales programas son "Pioneros del rock and roll", de los *Beatles*. El creador de esta emisora es la "voz universal", Adolfo Fernández Zepeda, quien asegura que la estación se encuentra en cuarto lugar general de *rating*, el primer lugar en música en inglés y en segundo en cuanto a automovilistas. (35)

Universal Estéreo es casi en su totalidad música grabada con la participación de Adolfo Fernández Zepeda y, más recientemente, Raquel Castro. Incluye el formato de tres en tres (tres canciones ligadas, sobre este formato, cabe hacer mención que en Estados Unidos se llegó a programas hasta con 20 canciones seguidas).

1.4.9 Estéreo 97.7 (XERC 97.7 mhz FM 60.48 kw de potencia). El primer formato en que tuvo en 1973 fue el de canciones en inglés denominada como Radio Hits. Para complementar la terna de emisoras que se iniciaron en 1973, tenemos a Estéreo 97.7. El 10 de agosto de 1988 decidieron cambiarla a baladas en español de tres en tres y un corte comercial llamándose desde entonces Estéreo 97.7, que compite con Estéreo 102. El director de la emisora es Gabriel Hernández y su único locutor es Arturo Flores.

1.5 IMAGEN, COMUNICACION EN RADIO

Imagen, Comunicación en Radio es uno de los grupos más jóvenes. Está integrado por cuatro emisoras, dos en AM y dos en FM: XELA, XEDA Radio 13, XEDA Pulsar FM y XHDL Radio Activo 98 1/2.

El antecedente más remoto de este grupo se encuentra en la emisora XELA, conocida como la estación de la "buena música" inaugurada en 1940 fundada por Mariano Suárez, Gayosso Marcos Arrangoiz, Julio Zetina, Daniel García, Antonio Comejo y Javier Uthof, miembros del Club Rotario de la Ciudad de México.

Varios de sus fundadores fallecieron a principio de la década de lo sesenta y es entonces cuando el abogado José Luis Fernández, presidente de la Asociación Interamericana de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y redactor de la Ley Federal en dicha materia adquiere la emisora y se crea el grupo como lo conocemos actualmente Imagen, Comunicación en Radio, ya que se suma a Radio 13, Pulsar FM y Radio Activo. Un cambio muy importante para este grupo fue en 1991 cuando separaron las señales de AM y FM dándoles un perfil propio, impulsado por Alejandro Fernández y José Alvarez.

Cabe hacer mención que dentro de la organización de Imagen, Comunicación en Radio, la comercializadora Irradia (que trabaja en exclusiva para esta organización) es la encargada de los

proyectos comercializadores y que van logrando perfilar las necesidades de las emisoras. En tanto en la programación musical y de series está Fernando Swain. Asimismo, Imagen... está sustentada en tres ejecutivos que son: José Luis Fernández Herrera (presidente del grupo), José Luis Hernández Prieto (gerente de mercadotecnia, finanzas, comercialización y relaciones públicas) y Alejandro Fernández Prieto (gerente industrial de operaciones y sistemas).

Sus instalaciones se encuentran ubicadas en Trabajadores Sociales 309, Colonia Magdalena Atlazolpa.

1.5.1 Buena Música en México (XELA 830 khz AM con 10 kw de potencia). XELA inició sus transmisiones en 1940 y desde entonces se convirtió en un bastión muy importante de la llamada música clásica. Está concesionada por Radio Metropolitana, S.A, su representante es Irradia y su gerente es Luis Fernández H.

La programación de XELA se basa en la transmisión de piezas musicales completas como cantos gregorianos, danzas renacentistas, sinfonías o conciertos barrocos.

Durante sus inicios las emisiones se realizaban desde unos cuartos muy pequeños y con equipos de transmisiones muy rudimentarios. Ya pasados los años logra institucionalizar los controles remotos desde el Palacio de Bellas Artes, así como las recepciones a los artistas extranjeros que visitaban nuestro país. Para los inicios de los cincuenta se instalaron sus oficinas en Paseo de la Reforma.

Una nueva modalidad de comunicación y acercamiento de XELA fue la llamada Carnet Musical, que consistía en un boletín con la programación de la emisora, el cual se repartía en colonias como Clavería, Polanco, Las Lomas, San Angel, y en los estados de México y Morelos, logrando establecer un público fijo y "selecto". Asimismo, marcó muy claramente el tipo de anunciantes que necesitaba, definiéndose como publicidad e imagen corporativa, que busca no vender un producto, sino presentar el prestigio de instituciones públicas o privadas como la UNAM.

Para lograr mantener su esfuerzo ha logrado reunir en su fonoteca más de 100 mil obras de música selecta, incluso hoy en día, mantiene amplias colecciones en discos de 78 revoluciones por minuto, aunque ahora ya usan los discos compactos. Así también, se tienen ediciones musicales

compradas en Nueva York, obtenidas por intercambio con embajadas, grabaciones en vivo, etc., donde encontramos a Bach, Vivaldi, L. Von Beethoven, W. A. Mozart, Federico Chopin, Pior I. Tchaikovsky, Rachmaninoff, M. Ravel... interpretados por las orquestas más renombradas.

Pese a las crisis económicas de esta empresa, siempre destacó el profesionalismo de sus trabajadores como los locutores Rubén Santos, Jaime Chapper, entre otros.

Fue el 3 de mayo de 1991 cuando se fusionaron las discotecas de XELA (AM y FM), que también marca el inicio de la separación de señal de las dos frecuencias. Durante la década de los ochenta y principio de los noventa XELA AM también contaba con los comentarios de varias personalidades del arte, letras, política, como Jesús Silva Herzog, Leonor Tejeda, Cristina Barro, Sergio García Ramírez, Feliciano Béjar, Raúl Cossio Villegas, Marco Antonio Montes de Oca, Luz Fernández de Alba, Carlos Chávez y Eduardo Lizalde..., todo contenido en los resúmenes informativos llamados "Sólo 15 minutos".

1.5.2 Radio 13 Con la fuerza de la palabra (XEDA 1290 khz AM 10 kw de potencia). XEDA-A.M comenzó sus trabajos en 1936. Desde sus inicios se caracterizó por su lema de "Sonido internacional". Dos series de Radio 13 fueron muy populares "Las trece grandes de Radio 13" y "Anatomía de un L.P", con voces destacadas como la de Jorge Salazar Padrón (con 37 años de servicio en esta empresa y todavía activo), Jesús Díaz Altamira, Víctor Manuel Cardena, Arnulfo Gómez, Luis Hernández Espinosa, Arturo Iglesias, Rubén Hernández, entre otros. (36)

Una muestra de su originalidad fue que Telesistema Mexicano (antecedente de Televisa) consultaba a la emisora sobre los datos fichados que emitían y que aún no se conocían en la Ciudad de México, para después incluirlas como fondos musicales en diversos programas unitarios y telenovelas. Uno de sus directores (en dos ocasiones) fue Fernando Swain.

Radio 13 retransmitió durante muchos años a través de la frecuencia del 90.5 de FM, con la rúbrica de Radio Imagen, hoy Pulsar FM.

En mayo 10 de 1991 también Radio 13 cambió su perfil, de música internacional a "Corazón latino", en la cual se programaba lo mejor de la música tropical de todos los tiempos, buscando un perfil inclinado a la mujer, incluyendo un ambicioso proyecto denominado "Con la mejor intención",

que era un informativo tipo Guillermo Ochoa, que no tuvo gran relevancia, conducido por Raymundo Dfáz González (Raydigón)

1.5.3 Pulsar FM. (XEDA 90.5 mhz FM con 44.46 kw de potencia). XEDA se inauguró en 1969 y desde ese tiempo se mantuvo retransmitiendo música internacional, estaba enlazada con Radio 13. Los ritmos musicales que se podían escuchar eran *soft rock*, *soft jazz*, *soft pop*, etc., dirigidos principalmente a un público de 25 a 40 años. Durante su primera etapa se conocía como Radio Imagen y trataba de competir con emisoras como Estéreo 100, Azul 89, Estéreo Rey, entre otras. Luego pasó al formato de "Sonido es imagen" y actualmente se llama Pulsar FM.

1.5.4 Radio Activo 98 1/2 (XHDL 98.5 mhz FM con 44.46 kw de potencia). XELA FM inició en 1962 y retransmitía la programación de XELA de AM. Fue hasta 1991 con el nombre de Estéreo Clasic, cuando cambió su programación, sus siglas y posteriormente su nombre a Dial FM. (15 de abril de 1991). Para este cambio se programó música juvenil romántica, apoyada por las voces de tres jóvenes conductores que se iniciaban en la radio: Ricardo Lebrija, Mauricio Cantú y Mónica Kuri. También se incorporaron series como "Radio paradiso", "Bongolandia", "Huateque", etc.

Meses más tarde cambió su nombre a Radioactivo 98 1/2, con una programación que incluye rock y música contemporánea internacional (de la década de los 70 a la fecha) y con un perfil dedicado a estudiantes y profesionistas.

1.6 RADIO FORMULA

Hasta aquí no había tenido tantos problemas para recolectar todos los datos, hasta que llegó Radio Fórmula, un grupo fuerte, pero que en los terremotos de 1985 perdió la memoria, sin embargo, he aquí lo que se pudo rescatar:

A poco más de 50 años de su creación, el grupo Radio Fórmula ha logrado constituirse como una organización fuerte. Su lema es "Fórmula selectiva". Radio Fórmula era propiedad de Emilio Azcárraga Vinagreta y formaba parte de Radiópolis (brazo radiofónico del emporio Televisa). Pese a la importancia del grupo, Emilio Azcárraga Vinagreta, decidió vender el grupo (en los años sesenta) a Rogerio Azcárraga, quien apoyado por Eugenio Pasquel Molinar, gerente de las emisoras, las ha

mantenido en buenos sitios. Durante mucho tiempo la empresa se llamó Grupo Oro y sus estaciones las denominaban con números (Radio Uno, Radio Dos, Radio Tres, etc., según su posición en el cuadrante). (37)

Radio Fórmula atraviesa muchos problemas financieros y el Estado se hace cargo de algunas emisoras del grupo como la XEB y es ahí, con la unión de otras emisoras que nace formalmente Radio Fórmula con las siguientes emisoras: XEDF Radio Noticias, Rock Fórmula, Radio AI "La catedral de la radio en México", Jazz FM (hoy, Radio Uno) y FM 103.

Actualmente la directiva de este grupo se integra así: Rogerio Azcárraga (presidente), Jaime Azcárraga (vicepresidente ejecutivo), Gabriel Nuñez (vicepresidente operativo) y directores artísticos de las diferentes emisoras. Eugenio Pasquel dejó a Radio Fórmula en 1992, luego de 30 años de laborar y asesorar a este grupo. (38)

En los primeros años de la década de los noventa este grupo continúa teniendo problemas económicos que se manifiestan al no pagar sus deudas, así lo relatan en "Radio tips" (39): "Todo indica que Radio Acir y Radio Fórmula, dos de los principales grupos radiofónicos no están pasando por su mejor momento. Ha llegado a tal grado su problema de falta de liquidez, que han tenido que suspender, por varias semanas, los pagos a sus acreedores. ¿Estarán enterados de esta situación Rogerio Azcárraga y Francisco Ibarra López? Sería lamentable que su reconocida imagen como empresarios de los medios de comunicación se viera empañada por la ineptitud de algunos de sus colaboradores".

1.6.1 Radio Noticias (XEDF 970 Khz AM 10 kw de potencia). XEDF se inició en el año de 1957. Radio Noticias, mejor conocida como Radio Fórmula o la D.F. En los inicios de la década de los setenta, cuando Javier Sánchez Campuzano era director, se le ocurrió numerar las estaciones según su posición en el dial y a la D.F le tocó ser Radio Tres y con este formato, se iniciaron las canciones ligadas, en este caso de tres en tres de las 0:00 a las 6:00 horas.

A finales de los ochenta Radio Fórmula dejó su formato de emisora musical para convertirse en noticiosa y de programas en vivo con comentarios de toda índole enfocados principalmente a la mujer como "Salud y belleza" con Alfredo Palacios, "Todo para la mujer" con Maxime Woodside,

"Palabra de mujer" con Marisa Escribano, "La mujer en la cultura" con Graciela Cantú, "Pregúntale a Emmy", "Bionatura" con el doctor Abel Cruz, "Ustedes y Nosotros" con el Angel de la noche Jorge Manuel Hernández (programa nocturno con pretendido auxilio ciudadano y entretenimiento para los trasnochadores), etc.

Sin duda, este reacomodo toma fuerza con su programa noticioso en el cual incluye a más de 40 comentaristas, alrededor de voces con mucho prestigio en la locución como es el caso de Luis Cáceres (fundador de la emisora), Luis Ignacio Santibáñez (descanse en paz), Jorge Zuñiga y don Pedro Ferriz Santa Cruz.

XEDF ha logrado tomar fuerza dentro del espectro de audiencia en la última década, una razón, según relata Maxime Woodside a Notimex el 11 de octubre de 1993, es: "El impacto de la radio en el auditorio matutino repuntó a raíz de una mala programación televisiva. La televisión empezó a ser muy mala, sobre todo por las mañanas a raíz de la programación de ECO y posteriormente Nino Canún. Al observar y comprobar que las series televisivas, sobre todo las matutinas están mal realizadas, la gente se ocupa mejor de oír la programación radiofónica, situación que aprovechamos para presentar programas de interés y entretenimiento".

1.6.2 Radio AI. (XEAI 1500 Khz AM 20 kw de potencia). La inauguración de XEAI data de 1938.

Hablar del Canal 1500 o Radio Cañón y en dos ocasiones AI, "La catedral de la música tropical" es recordar un programa matutino que con buen humor nos despertaba a diario: "Batas pijamas y pantuflas", el cual, junto con sus locutores Armando Calderón y Sergio Roth, quedaron enterrados bajo los escombros del edificio de Avenida Chapultepec, casi esquina con Cuauhtémoc a causa de los terremotos de 1985.

En este grupo radiofónico los locutores y comentaristas trabajan por temporadas o simultáneamente en todas las emisoras, en el caso de AI laboran Angel Fernández, Flor Berenguer, Eduardo Ruiz Healy, Héctor Lechuga, entre otros. Pese a su tradición no ha logrado consolidarse. Hoy es otra vez música tropical con el formato de música-corte comercial-música.

1.6.3 Rock Fórmula (XESM 1470 Khz AM 10 kw de potencia). XESM data del año 39. Al ser adquirida por el señor Rogerio Azcárraga se integra a la Cadena Oro. Para este periodo queda al frente Eugenio Pasquel Molinar, quien decide nombrarla "Super Musical" y transmitía música de rock and roll con discos de Angélica María, César Costa, Enrique Guzmán, etc., y balada moderna. La emisora se ubicaba entre las calles de Rébsamen y Dr. Río de la Loza. Posteriormente cambió de nombre a Radio Fiesta, bajo la dirección artística de Adrián Ojeda. (40).

Cuando toma posesión como director general del Grupo Oro el señor Francisco Javier Campuzano, la XESM adopta otro formato: Radio Cinco, con música vernácula, bajo la dirección de Guadalupe Hurtado. Esta emisora operaba de una manera muy precaria, ya que eran los mismos locutores quienes se encargaban de colocar los discos, que gracias a la llegada en 1980 de Víctor Manuel Barrios Mata se acabó y cambió su nombre a Radio Cañón, donde encontramos a sobresalientes locutores como: Pedro de Lille Sáenz, Manuel Razo Castañeda, Eduardo San Martín, etc.

En uno de sus múltiples cambios se denominó Radio Fórmula 14-70, para poco tiempo después transformarse en Radio Cañón y hoy Rock Fórmula.

1.6.4 Radio Uno (XEDF 104.1 Mhz FM 40.66 kw de potencia). El inicio de XEDF FM fue en 1979 y trajo aparejada la ilusión de tener música de jazz en el cuadrante de la mejor categoría, sin embargo, 11 años después se decidió cambiar por música grupera. La difusión del jazz en México se considera elitista y por ello se le ha limitado, (los únicos espacios permanentes han sido en Radio UNAM y Radio Educación) y con Jazz FM se creyó que se podía consolidar este ritmo sincopado, pero la realidad de la comercialización y de buscar ganar dinero a montones ganó de nuevo.

En sus años de jazz su director artístico era Roberto Morales y esta emisora se planeó como única en su género y con sonido de la mayor calidad por estar en FM, también tenía un segmento de noticias en idioma inglés, conducido por Roger Conti y Carlos Limbaniro, que se basaba en las notas de ABC, UPI, BBC y Notimex.

Con el cambio a Radio Uno, comenzaron a realizarse bailes populares en conjunto con AI. A finales de 1992 se implanta Radio Uno, en un principio se transmitió con música tropical que buscaba su público en los comerciantes, tablajeros, o personas que trabajan en baños públicos y

loncherías, con esta fórmula el *rating* subió inmediatamente, las llamadas comenzaron a llegar y el auditorio fue formando la programación, si querían rock, le ponían rock y así, cualquier tipo de música ligada de cuatro en cuatro, aunque los radiodifusores aseguran que este modelo es popular y participativo, lo cierto es que sólo llega a una simple sugerencia por teléfono (por supuesto no al aire). (41)

1.6.5 FM 103 (XERPM 103.3 Mhz FM 10 kw de potencia). XERPM nació junto con Radio Uno en 1979. En su inicio se propuso una combinación de noticias de carácter financiero y música denominada Radio Nostalgia, con canciones del recuerdo con el sonido de hoy. Se programaban cinco canciones y dos comerciales, es decir, casi 14 minutos de música continua por dos minutos de anuncios comerciales. También pasó un periodo donde programaba música en inglés y se llamaba Estéreo 103, aunque su nombre comercial era Kosmo 103 "Tu punto de encuentro". Una de las ventajas es que el sonido ya es digital.

Al consolidarse como FM 103 comenzaron a realizar diversos festivales de la nostalgia y la bohemia, donde nuestros padres y abuelos podían escuchar su música y divertirse como antaño, conducido por Eduardo Charpenel, Jorge Zuñiga, León Michel, Pedro Ferriz Santa Cruz, Angel Fernández, Guillermo Jiménez Rojas, etc.

1.7 GRUPO ACIR S.A

Este grupo radiofónico es de los que han progresado, tanto en infraestructura como recursos humanos, más rápido en los últimos diez años.

El creador del grupo, presidente y director general es el señor Francisco Ibarra López, quien además ha sido en varias ocasiones presidente de la Asociación Nacional de la Publicidad.

El grupo ACIR se creó en agosto de 1965 y desde este momento creó el concepto de brindar servicios integrales a las radiodifusoras nacionales en materia de ventas, producción, asesoría, implementación técnica, así como aspectos legales y jurídicos. Dentro de su proyección destaca que es el único sistema radiofónico con acceso a tres canales del satélite Morelos, dos subportadores y un canal sencillo (*Single Channel Per Carrier -SCPC-*, que cuenta con su propia computadora) lo que

garantiza transmisiones ininterrumpidas y con la máxima calidad en el territorio mexicano y un canal sencillo en el satélite Galaxy II para cubrir el Norte de América. (42)

Además, de las cuatro emisoras del D.F, agrupa a 140 emisoras diseminadas por diferentes estados de la República tanto propias, como administradas o afiliadas en: Acapulco (Guerrero), Celaya y León (Guanajuato), Ciudad Delicias (Chihuahua), Ciudad Obregón (Sonora), Coatzacoalcos (Veracruz), Monterrey (Nuevo León), Morelia (Michoacán), Querétaro (Qro.), Villahermosa (Tabasco), Puebla (Puebla), San Luis Potosí (S.L.P) y Valladolid (Yucatán).

Para mantenerse en la lucha con los demás grupos a partir del tres de mayo de 1993, los directivos de ACIR reestructuraron el formato de sus emisoras. También se decidió que las cuatro emisoras fueran piloto de todas las demás de la República que tengan los mismos nombres, ya que con la actual tecnología puede unificar los criterios programáticos, aunque las emisoras conserven sus características propias según su región. También organizan la gerencia de prensa bajo el mando de Marco Antonio Gómez Pérez, aunque se da a conocer oficialmente hasta el 17 de agosto de 1993.

En julio de 1993 el periodista Alberto Aguilar escribió en su columna que Grupo ACIR venderá sus estaciones a Televisa (43). Para aclarar este hecho Guillermo Ochoa entrevistó a Francisco Ibarra López quien dijo: "Indiscutiblemente que el periódico en el que aparece la noticia y el señor Alberto Aguilar, son personas que merecen todo nuestro respeto, son profesionales y serios, pero seguramente están mal informados. Como todo mundo sabe Grupo ACIR es la organización número uno en la República Mexicana, nuestra mística ha sido siempre la de ser los mejores, de continuar creciendo, de ser serios y dar un magnífico servicio a nuestros radioescuchas y reitero que la mística de todos nosotros es el trabajo. Nuestra organización no se vende, ni se venderá mientras yo viva. Es nuestro prestigio, nuestro nombre y trabajo de toda la vida, algo por lo que hemos luchado y pagado muy caro por ser independientes. Grupo ACIR no está en venta, ni siquiera en pensamiento, no se vende todo ni en partes. Haremos nuestras asociaciones estratégicas con otros medios, podemos participar y realizar acciones en conjunto, lo mismo con empresas americanas, con Televisa o con otros competidores como lo hemos hecho con Radiorama, Rasa, Televisa, Multivisión".

Las instalaciones del Grupo ACIR están ubicadas en Montes Pirineos 770, Colonia Lomas de Chapultepec. ACIR tiene las siguientes emisoras: XEL, XEVOZ, XEFR y XHSH.

1.7.1 Radio ACIR, La señal del país (XEL 1260 khz AM 10 kw de potencia). Justo dos años después de la expropiación petrolera (1938), nació XEL, concesionada por Radio Impulsora Herdez. En los primeros años tuvo varios perfiles y formatos.

En la década de los cincuenta fue estación bilingüe, ya con el nombre de Capital, y para 1965 nació Radio Capital (su fundador es Luis Cabero y de paso es el año en que se conforma el grupo ACIR), con música internacional contemporánea, principalmente rock.

Durante más de 20 años esta emisora se llamó Radio Capital, donde programaban música de rock y se escuchaban programas de confrontaciones como "Cara a Cara" de diversos grupos, así como series especiales dedicadas a los *Beatles*, *Rolling Stones*, *Creedence's*, "Estudiantes 1260" y todos los grupos de la vieja ola inglesa. Asimismo, nació una serie que rompió muchos esquemas llamada "Vibraciones", donde se podían disfrutar caras completas de los elepés y de la voz de Manuel Camacho. (44)

Para 1989 cambió el nombre de la emisora de Radio Capital a Radio ACIR, (y Radio Capital ocupó la frecuencia de Radio Voz), incorporando al periodista Guillermo Ochoa (quien tiene 32 años de experiencia y en sus inicios comenzó en la radio) en un noticiario llamado "Informativo Panorama". Fue en una de sus transmisiones vía satélite desde Hermosillo, Sonora, cuando inauguró su unidad móvil. Asimismo en 1992 "Informativo Panorama" obtuvo el Premio Nacional de Periodismo en crónica y reportaje y con "Ondas" (junto con Grupo ACIR) que otorga el gobierno de España. En su propaganda hablan de su infraestructura, de la cual mencionan que es la más avanzada y completa de la red de estaciones terrenas receptoras, para la transmisión vía satélite a través del Sistema Morelos y dos *subcarrier* que garantizan la excelente calidad de las transmisiones. (45)

Dentro de su trabajo fueron los primeros en poner un fax a disposición del auditorio para que los comentarios, quejas, etc., quedaran por escrito. Así también, incorporaron en 1990 programas de concurso como: "Con Kippy vamos de gane", tratando de sumar *rating*. (46)

Actualmente, Radio ACIR transmite programas de contenido durante las 24 horas del día, como la serie "Frente a Frente" conducida por Jaime Alejo Castillo (47) para lograr esto, ha tenido que adquirir tecnología avanzada en cuestión de radiofonía como el sistema de transmisión digital, emisión vía satélite, una unidad móvil de las más sofisticadas, etc.

Dentro de su programación sobresalen los noticiarios. Por la mañana está "Informativo Panorama", conducido por Guillermo Ochoa y Lourdes Guerrero y a medio día encontramos "Vector XXI" bajo las voces de José Cárdenas y Ana Patricia Cardiani. También están programas de polémica deportiva como los "Protagonistas en vivo", bajo las riendas de José Ramón Fernández. Además, encontramos programas de contenido social como el conducido por Elizabeth Ojeda denominado "Temas al descubierto", o el de "Hablemos Claro" bajo la dirección de Lolita de la Vega y por supuesto el programa frívolo a cargo de Juan Calderón llamado "Que hay de nuevo".

1.7.2 Heavy Radio (XEVOZ 1590 khz AM 10 kw de potencia). XEVOZ nació en 1964 bajo la concesión de Radio Publicidad Latinoamericana.

Durante varios años fue Radio Voz, la estación tropical de Grupo ACIR y como director artístico estuvo Manuel Camacho (48), para los inicios de los noventa cedió su frecuencia al formato de Radio capital, llamado Capital radio.

Para el tres de mayo de 1993 XEVOZ sufrió una modificación a su formato denominado Heavy Radio (tomado del heavy metal, derivación del rock), buscando presentar a los grupos más reconocidos, y así satisfacer a un amplio sector de la juventud. Para hacerla más atractiva presentan entrevistas con los diferentes integrantes de los grupos musicales, además de obsequiar boletos para sus conciertos cuando se presentan en México. Al frente de esta emisora queda uno de los más reconocidos locutores de rock: Luis Cabero.

Dentro de su equipo de locutores encontramos a Manuel Camacho, Edgar Aguilera y Karen Stern.

1.7.3 La Comadre (XEFR 1180 khz AM 1 kw de potencia). El inicio de XEFR data de 1952 y está concesionada a Radio felicidad, nombre que llevó durante muchos años, con un perfil de

música moderna en español. Entre el cuerpo de locutores recordamos a Joel Bello Sánchez, acompañado por el operador Manuel Méndez, etc.

El nombre de La Comadre fue adoptado el tres de mayo de 1993 para convertirse en grupera (movimiento de moda a finales de la década de los ochenta y lo que va de los noventa). Según información de prensa ofrecida en esa fecha el Grupo ACIR presentaba a esta emisora como la propuesta para "rescatar" y "difundir a los conjuntos musicales que son más representativos de nuestras raíces musicales, junto con la ranchera. Los grupos que ahora comanda el movimiento más fuerte de los últimos años, por su tipo de expresión tan especial nacida en el Norte de nuestro país".

Al referirse al por qué del nombre, los directivos indicaron que se pensó en éste por ser muy familiar en nuestro país, ya que después de nuestros padres, los compadres son los seres más queridos y respetados y de ellos en especial la comadre. Para este nuevo formato se contará con un cuerpo de locutoras, (aunque no se ha logrado en casi siete meses de emisiones) entre los trabajadores de la voz encontramos a Jorge Castillo, Manuel Rubí, Elizabeth Soria y Lilián de León.

También se buscaba hacer de La Comadre una difusora con contenido y no sólo música, con el fin de estar informando constantemente al público de los dimes y diretes de los grupos y por supuesto, comenzaron a organizar bailes populares los domingos, primero en Chapultepec y después Azcapotzalco. Al frente de la emisora queda Gustavo Páez Véjar.

1.7.4 Amistad (XHSH 95.3 mhz FM 31.20 kw de potencia). Concesionada a FM Radio la llamada Estéreo Amistad XHSH salió por primera vez al aire en 1967. Cuando nació la banda de FM en México vino a cambiar por completo el concepto de AM, por su fidelidad, sus pocos anuncios comerciales y su contenido musical, dando preferencia a la música Instrumental, "clásica", al jazz y a las canciones en idioma inglés, con el tiempo se fue adaptando a los diversos sectores de la población incluyendo balada, tropical fino, etc., ahora, tenemos hasta grupero.

Amistad, en sus inicios dio preferencia a la balada rítmica en inglés y a partir de 1993 cambió a balada en español interpretada por cantantes de moda como Emmanuel, Flans, Pandora, etc. Amistad define a este concepto de música como balada en español fina y adhiere a la presentación con locutoras jóvenes más acorde con los jóvenes (a quien va dirigida la estación). El encargado de

realizar este proyecto fue Gustavo Páez Véjar, quien además desempeña el cargo de Director de Producción del Grupo ACIR a nivel nacional.

1.8 ESTEREO REY

El dueño de esta empresa es el empresario Joaquín Vargas Gómez, quien además tiene múltiples negocios, conocidos como JV Corporación divididos en restaurantes como la cadena *Wings, Mediterrané, Meridian, Villa Loraine, Provence, La Cochera de Bentley* y la concesión de cafetería y restaurante de la Casa del Lago en Chapultepec, así como su cadena de televisión restringida o por microondas Multivisión, Telerey, más recientemente Multiradio digital y por lo menos 15 emisoras de radio en el país (49). Desde el inicio sus emisoras se ubicaron en Mariano Escobedo 532 Colonia Anzures.

1.8.1 Estereo Rey (XHMVS 102.5 mhz FM con 27.21 kw de potencia). En tanto crecía la efervescencia del movimiento estudiantil de 1968 que culminaría con una terrible represión del ejército y el gobierno de Gustavo Díaz Ordaz exaltaba la llegada de los Juegos Olímpicos y reprimía a los jóvenes rocanroleros con cabello largo y libros bajo el brazo, (vaya paradoja, pues algunos años después su hijo Alfredo Díaz Ordaz sería músico de rock y organizaría tremendas fiestas de todo el día y toda la noche, hoy descansa en paz), el señor Joaquín Vargas iniciaba su camino dentro de la radio al inaugurar en 1968 su emisora Estéreo Rey "la máxima dimensión en radio" con una programación internacional de música de alto nivel para jóvenes empresarios, que al paso del tiempo se consolidaría dentro de la élite. Incluso, su publicidad se jacta de su manera de hacer radio con su noticiario "Para empezar":

"Por eso 'Para empezar' se transmite en FM, la barra radiofónica que concentra en su auditorio al público con mayor nivel socioeconómico, con más capacidad de decisión y con mayor disposición a los cambios. A diferencia de AM, escuchada por personas poco abiertas a las novedades tecnológicas y de bajo poder adquisitivo, la FM sugiere la mejor alternativa en radio. "Para Empezar" se comunica con las personas que deciden el cambio en México... Además, Frecuencia Modulada Mexicana es la primera cadena de la FM, por muchas otras razones como ser los primeros con sonido estereofónico, sistema digital, con 180 mil watts de potencia. Primeros en FM con noticiarios

de larga duración nacional vía satélite, con sistema ASAT-6406, la unidad móvil más avanzada para transmitir vía satélite Morelos.

"'Para Empezar' cuenta con la más eficaz estructura noticiosa que cualquier otro noticiario radiofónico de México y además cuenta con el respaldo de *Cable News Network (CNN)*, la cadena más grande del mundo. CNN es una empresa hermana de Frecuencia Modulada Mexicana... Desde el lugar mismo está la jugada y con el respaldo de ESPN, la cadena informativa especializada en deportes más reconocida en el mundo". (50)

1.8.2 FM Globo Estéreo (XHRDM 104.9 mhz FM con 61.80 kw de potencia). Ya con cinco años de experiencia en radio Joaquín Vargas obtuvo la concesión de FM Globo con la cual intentó mantener un formato con música latinoamericana, en la cual se escuchaba desde el "Cóndor pasa" hasta "Por tí" de Oscar Chávez y que se modificó con la llegada de Ramiro Garza, quien le dio un formato de música en español, primordialmente balada con frases de identificación como: "Tu música en tu idioma".

1.9 GRUPO RADIO FRECUENCIA MODULADA

El grupo Radio Frecuencia Modulada, S.A, o conocido también como Agentes de Radio y Televisión (ARTSA), tiene tres emisoras muy similares: Azul 89, Amor 106 y Digital 99. Su dueño y gerente es Gustavo Echeverría Arce. Su director artístico es Héctor Lamas. Sus instalaciones se encuentran ubicadas en Blvr. de los Virreyes No. 1030, Colonia Lomas de Chapultepec. Cada emisora del grupo cuenta con un operador: Carlos Martínez (Azul 89), Rocío Ichazo (Digital 99) y Lidia Esquinca (Amor 106). Sus formatos, retomando a Ramiro Garza son muy simples, ya que se basan en un promocional, canciones de moda, ya sea en español o en idioma inglés y sus cortinillas (incluida la identificación de la emisora). En realidad, es un grupo que con bajos costos logra tener tres emisoras poco propositivas, aunque sí rentables económicamente.

Para conceptualizar este tipo de emisoras recordemos la música de consultorio o elevador, de tonos suaves, tranquilos y armoniosos.

1.9.1 Azul 89 (XHM 88.9 mhz FM con 19.67 kw de potencia). Inició sus emisiones en 1968. Su contenido es básicamente de canciones en idioma inglés, con algunos temas instrumentales. Según

sus programadores, esta es la emisora preferida del grupo y su contenido se basa en la difusión en temas selectos, en inglés, francés, portugués e italiano, que son de hasta tres décadas atrás y fueron éxito en su tiempo.

La voz oficial de Azul 89 es de Héctor Lama y su *slogan* dice así: Azul 89, el *soundtrack* de tus recuerdos... Azul 89, ayer y hoy en un mismo tono... Azul y amor, misma idea en inglés y español.

1.9.2 Digital 99 (XHPOP 99.3 mhz FM con 58.70 kw de potencia). Su año de inicio fue 1962. Esta es la emisora juvenil del grupo, pretende ser una estación bilingüe, con una leve tendencia a favor de la música en español. Esta frecuencia es la más activa, ya que cuenta con algunos programas en vivo, como la emisión matutina llamada "Aerobics", conducida por Sofía Sánchez Navarro. Posteriormente vienen los diversos turnos de operadores.

Algunas de sus voces son: Belia Vargas Elizondo, Julio César Palomera de la Ree (voz que identifica a la emisora, y presenta a Lolita de la Vega en su programa de televisión "Hablemos claro"), etc. Su director artístico es Héctor Lama.

1.9.3 Amor 106 (XHDFM 106.5 mhz FM con 57.72 kw de potencia). Esta emisora fue inaugurada en 1969. Su programación es romántica. Está concesionada por el Grupo Radio Metrópoli. Su gerente es Gustavo Echeverría Arce.

El corte romántico de Amor 106 está basado en temas en español, conocidos como de catálogo, pero con interpretaciones modernas, por decir el tema de César Portillo de la Luz "Contigo en la distancia", interpretado por muchos cantores, pero actualmente volvió a ser éxito al ser interpretada por Luis Miguel y es la versión nueva que transmite Amor 106, es decir lo más comercial.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS DEL CAPITULO UNO.

- 1 Revista radio tips No. 19 mayo de 1992 pág.2.
- 2 Directorio 1992-1993 de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.
- 3 Agencia UPI en su despacho 08-20-92 12:44 GMT.
- 4 Excelsior 29 de septiembre de 1991 sección Espectáculos pág.8.
- 5 El Nacional 6 de septiembre de 1993.
- 6 Cuadros de medición de INRA del mes de noviembre de 1993.
- 7 Revista Radio tips No.16 febrero de 1992 pág.5.
- 8 El Financiero 11 de noviembre de 1991 pág.2.
- 9 El Universal 6 de enero de 1992 sección Espectáculos pág.1 y 10.
- 10 Revista Kangurito No.3 febrero de 1992 pág.3
- 11 La Jornada 23 de marzo de 1993 pág. 16.
- 12 El Nacional 13 de marzo de 1992 sección espectáculos pág.5.
- 13 Revista Kangurito No.8 febrero de 1992 pág.2. y Revista Radio tips No.18 abril de 1992 pág.22.
- 14 Revista Microfonito No. 23 marzo de 1992 pág. 13.
- 15 Revista Kangurito No.3 febrero de 1992 pág.6.
- 16 El Nacional 3 de marzo de 1991 sección Espectáculos pág.5.
- 17 El Nacional 8 de abril de 1991 edición de radio Pág.17.
- 18 Revista Kangurito No.8 febrero de 1992 pág.3.
- 19 Radio tips No.4 febrero de 1991 pág. 52-54.
- 20 El Nacional 19 de septiembre de 1990 sección Espectáculos pág.11.
- 21 El Nacional 4 de noviembre de 1992 sección Espectáculos pág.5.
- 22 El Nacional 3 de diciembre de 1991 sección Espectáculos pág.5.
- 23 El Nacional 10 de julio de 1991 sección Espectáculos.
- 24 Revista Microfonito No. 23 marzo de 1992 pág.5.
- 25 El Nacional 5 de febrero de 1993 sección Espectáculos pág. 7.
- 26 El Nacional 3 de enero de 1991 y 7 Cambio de febrero de 1991.
- 27 El Nacional 14 y 15 de febrero de 1992 sección Espectáculos pág.5 y 20.
- 28 Boletín de prensa emitido por la gerencia de prensa del Grupo radiópolis.
- 29 Revista radio tips No.18 abril de 1992 pág.3.
- 30 Las tarifas de ORC, están contenidas en un tríptico donde aparece además una reseña del grupo y el porqué la este grupo es la mejor opción para anunciarse. Se la obsequian a empresarios año con año.
- 31 Publicidad aparecida en el directorio de la CIRT 1991.
- 32 Revista Microfonito No.26 septiembre de 1992 pág.3.
- 33 Revista Microfonito No.27 diciembre de 1992 pág.8.
- 34 El Nacional 11 de noviembre de 1990.
- 35 Revista Creativa año 1 No.3 pág.17
- 36 Revista Microfonito No.26 septiembre de 1992 pág.12.
- 37 Revista Microfonito No.23 marzo de 1992 pág. 8.
- 38 Revista Microfonito No.26 septiembre de 1992 pág.7.
- 39 Revista Radio tips No.21 julio de 1992 pág.5.
- 40 Revista Microfonito No. 23 marzo de 1992 pág. 5 y 14.
- 41 Revista Mexicana de Comunicación No.29 mayo-junio de 1993 pág.36.
- 42 Revista Radio tips No.3 enero de 1991 pág.2 y 3.
- 43 El Financiero 16 de julio de 1993 columna Nombres, nombres y... Nombres.
- 44 Revista Radio tips No.14 enero de 1992 pág.3

- 45 Anuncio aparecido en el directorio de la CIRT de 1990.
- 46 El Nacional 11 de julio de 1990 sección Espectáculos.
- 47 El Nacional 14 de octubre de 1990 sección espectáculos pág.14.
- 48 Revista Microfonito No.23 marzo de 1992 pág.3.
- 49 Revista Proceso No.813 y 907 junio de 1992 pág.8 y marzo de 1994 pág.20, respectivamente.
- 50 Revista promocional editada por Estereo Rey, para anunciantes.

2 CAPITULO SEGUNDO: OTRAS EMISORAS DEL CUADRANTE

CAPITALINO, BREVE HISTORIA

Existen en el cuadrante capitalino emisoras que son independientes, no están incorporadas a ningún grupo radiofónico, que son netamente comerciales y de alguna manera representan una opción, tanto para el patrocinador como para el escucha, aunque con muchas desventajas. Dentro de este grupo también tenemos estaciones que tienen su poderío centrado en otros estados (caso SOMER, aunque en el Distrito Federal solo tiene a Estéreo Cien). Estas radiodifusoras únicas pertenecen a una persona y no tienen filiales (Radio Chapultepec) y corren el grave peligro de acabar en brazos de la competencia, pues su oferta dentro del mercado es muy limitada.

Otro factor digno de comentarse en este apartado es la condición precaria en que trabajan las emisoras únicas y que de ninguna manera representan peligro para los grandes consorcios y lo peor aún, es que en su estructura musical, noticiosa e incluso política-administrativa, son una copia de las más fuertes, aunque no representan a otras corrientes ideológicas o financieras, y se mantienen como un pequeño negocio apegado a las normas del estado, sin arriesgar en proyectos más ambiciosos. Esta idea la condensa muy bien la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) (1) a la que están afiliadas las estaciones: "Nuestra Cámara debe ser congruente ante la apertura del gobierno mexicano y abrir sus puertas a los amplios horizontes que nos ofrecen las nuevas tecnologías... Es necesario promover y valorar nuestros medios, concertando los mecanismos que aseguren su consolidación financiera y tecnológica, en beneficio de la Industria de Radio y Televisión". En suma, son una familia (14 para ser exactos) que son dueños de todo el cuadrante (2), y como parte de esas familias dichas emisoras también figuran en el inmenso mar hertziano.

Por otra parte, siempre quedará la incógnita del por qué el Estado sigue concesionando a los mismos grupos (sobre todo en provincia) y no busca repartir más equitativamente las emisoras e incluso las obliga a tener espacios culturales. Ojalá y los radiodifusores de las emisoras independientes o únicas puedan marcar alguna oferta diferente para el radioescucha, o bien, despierten y aprovechen a ese público que está harto de los mismos formatos, "payola" y poco contenido crítico de los grandes grupos. Helas aquí.

2.1 RADIO 6.20 (XENK)

Radio 6.20 (XENK 6.20 Khz AM con 10 kw de potencia). XENK es una emisora concesionada a Radio 6.20 S.A. Su distintivo es: 6.20 "Vínculo entre generaciones... Con la música que llegó para quedarse".

¡Estamos al aire! fue el primer grito que se escuchó en la cabina de la emisora 6.20 cuando iniciaron sus transmisiones en forma el 20 de junio de 1951. En esa época los estudiantes estaban pendientes de los encuentros deportivos entre el Instituto Politécnico Nacional y la Universidad Nacional Autónoma de México, que se transmitían en directo por la XENK, 6.20 "Emisora de la Juventud". Sin embargo, su historia no comienza ahí, sino algunos años atrás cuando los pioneros de la radio Emilio Turo, el general Fernando Proal Prado y el señor Víctor Blanco, adquirieron el primer transmisor (diseñado por el entonces secretario de comunicaciones C. Buchanan), con una capacidad de 10 mil watts de potencia, registrado por RCA Víctor. Para 1946 la estación se llamaba Radio Unión, debido de la unión antes mencionada, ya que además poseían la FR (luego llamada Radio Femenina) y la RH. Con el tiempo y estando de director Cutberto Navarro se decidió cambiar el nombre a XENK por Radio Comanjilla, a causa de que uno de los patrocinadores más importantes de la emisora tenía un balneario con ese nombre en Guanajuato.

Fue en el año de 1951 cuando tomó su perfil definitivo, ya que Radio Mil le vendió su discoteca, debido a los cambios que estaba presentando esa estación (de musical a noticiosa), de ahí, arrancó bajo el nombre: "Emisora de la Juventud", pese a ello para 1965 se tuvo que modificar el nombre, pues en aquel entonces se creía que los jóvenes no tenían poder de compra, por lo cual se buscó otra frase, hasta que se llegó a la propuesta de Silvestre Razo: La música que llegó para quedarse, pues se tocaba toda la música (principalmente norteamericana) con letras en idioma inglés.

En cuanto a su logotipo (un gallo), los dueños de 6.20 tomaron muchas ideas entre las que se mencionaba que en Francia se otorga un premio conocido como "El Gallo de Oro" a los mejores números musicales (que se aceptó), de esta idea un dibujante que laboraba en la emisora se le ocurrió darle vida al gallo con un seis. Todo esto ocurrió cuando las instalaciones de la emisora estaban

situadas en la calle de Balderas, en el Centro. Para 1970 se buscó otro adorno, el cual consistía en destacar al gallo dentro de una clave de sol, quedando como actualmente la conocemos.

En lo que respecta a la frase "Vínculo entre generaciones" fue concebida por el experimentado locutor Fernando García (quien además, junto con el productor artístico Silvestre Razo, proporcionaron oralmente la historia que estamos desglosando), pues él cree que existe una similitud musical entre los jóvenes de los cincuenta, sesenta y los actuales, a través de la música, pues los primeros son padres de los segundos y han transmitido su gusto musical a través de sus propias vivencias en este campo.

En los inicios de los cincuenta, 6.20 transmitía los partidos de fútbol americano estudiantil de México, logrando gran éxito, hasta que llegó la televisión. Posteriormente la base de sus emisiones son la buena música de Europa y Estados Unidos, como las grandes bandas, el *hit parade*, etc., asimismo, siempre se han preocupado por mantener contactos en el extranjero tanto a través de publicaciones especializadas como con los distribuidores de material fonográfico. También se incluyen segmentos de transcripciones del servicio de Radio Exterior de España, principalmente de cuestiones científicas así como minireportajes de ciencia médica. Esta empresa ha logrado consolidar a un personal fiel que ha entregado su vida tanto al micrófono como a la administración, en el caso de los trabajadores de la voz encontramos laborando desde sus inicios hasta la actualidad a don Armando Rascón, más reciente a Fernando García, Manuel Guillén, entre otros. En cuanto a la administración la empresa sólo ha cambiado en cuatro ocasiones, teniendo como presidentes (en orden progresivo) a: Víctor Blanco Fornieles, Lidia Blanco Fornieles, Silvestre Razo y de nueva cuenta Lidia Blanco Fornieles.

6.20 sólo ha tenido dos cambios de instalaciones. De 1950 hasta 1960 estuvo en la calle de Balderas, para mudarse a sus instalaciones en Bertolache número 1918, Colonia del valle, en las cuales permaneció hasta 1993 y a finales de año se trasladó a las oficinas de la Gran Cadena Rasa, en la colonia Roma, aunque nada se ha sabido oficialmente, incluso se rumora que fue vendida.

Pese a que es una estación que conserva su perfil y tiene un público muy fiel y constante, el vínculo entre generaciones ha pasado a ser de abuelos y bisabuelos con nietos (demasiado dirigidos por la televisión) que ya no tienen tantas cosas en común.

Aunque 6.20 nos presenta la música que llegó para quedarse, tal vez no comprenda que sus locutores (reconocidos en el medio como unas de las mejores voces, como aquella de Fernando Banderas, quien laboró para esta empresa durante 25 años y la cabina de transmisión lleva su nombre, hoy desaparecido (3)) también tengan derecho a obtener un poco de las ganancias, sin embargo, en los últimos años ni reparto de utilidades, ni algunas prestaciones que habían ganado, les han podido dar, aunque, la venta de tiempo aumenta y es un negocio rentable.

A finales de 1993 la estación cambia su dirección a la calle de Durango 341, Colonia Roma y con ello al parecer se confirma su venta o adhesión a la Gran Cadena Rasa, fundada por José Luis Lemus y José Laris Iturbide, con decenas de estaciones en el país.

Quisiera plantear una pregunta que siempre me he hecho: ¿por qué el dueño de la estación logró la concesión, si él es de origen español y supuestamente la Ley Federal de Radio y Televisión no permite que extranjeros tengan inversión en este campo?

2.2 RADIO CHAPULTEPEC (XEOC)

Radio Chapultepec (XEOC 560 khz AM con 0.75 kw de potencia). Sus transmisiones iniciaron en 1958. Su fundador fue Federico Obregón Cruces y sus objetivos han sido los de informar y divertir. Pese a su poca potencia, Radio Chapultepec se logra escuchar en el Valle de México y algunos estados cercanos como Tlaxcala, Puebla, Hidalgo y parte de Morelos.

Sus primeros locutores fueron: Ignacio Herrera, Mario Adams y Ramón Sanabria. Actualmente sus voces son Martín Franco, Ignacio Herrera, José Contreras, J. R. Domínguez y Cristóbal Pérez Valenzuela, como dato importante cabe hacer mención que además de locutores también fungen como operadores, ya que su formato de programación así lo requiere, pues presentan una melodía y una canción, y los cortes de los locutores sirven para anunciar el nombre de los temas, así como la hora. Este funcionamiento es el más parecido a la radiodifusión de provincia.

Sus emisiones diarias son de 19 horas, cuentan con tres servicios de noticias que hacen un total de 50 minutos, así como cápsulas informativas cuando sucede algo muy importante, en esta área laboran cuatro personas, que apoyan cuando se transmiten los programas deportivos o de espectáculos.

Sus instalaciones se ubican en Avenida Chapultepec 473. Radio Chapultepec no tiene filiales y sus dueños han pasado de generación en generación, incluso, su concesionario Oscar Obregón Mazón, ha incorporado a sus dos hijos Oscar y Octavio Obregón Velasco en puestos claves. Por su poca capacidad, su áreas de trabajo se reducen a cuatro departamentos: administración, promoción y ventas, artístico y técnico. La emisora cuenta con 21 trabajadores. Sus tarifas comerciales están de acuerdo a la norma, incluso un tanto por debajo. Por 5 minutos cobran 600 mil viejos pesos, por 10 minutos mil 200 pesos viejos.

Uno de los programas que ha intentado destacar es "Mesa Reservada", conducido por el restaurantero Jaime Gerner y María Luisa Alcalá (a veces también por la cantante Eva María), en el cual invitan a periodistas, actores, cantantes, etc., para hablar de chismes del "mundillo", han asistido reconocidos actores y cantantes como Héctor Bonilla, Rocío Dúrcal, Juan Luis Guerra, Joaquín Sabina, Gabriela Rivero.

Sin embargo, esta emisora tiene muchísimas desventajas, como su atrasada tecnología, nula promoción, etc., que desde el punto de vista de Oscar Obregón, no lo son, pues el no venderá para crecer, aunque el Tratado de Libre Comercio tal vez le demuestre la necesidad de ser mas competitivo tanto tecnológica como humanamente para no caer en crisis financiera.

2.3 ABC RADIO (XEABC)

ABC Radio, "La estación de la palabra" (XEABC 760 khz AM con 20 kw de potencia). Esta emisora comenzó sus trabajos en 1964, su concesionario es Radio México S.A., su gerente es Guillermo Cárdenas Aguilar y se representa en forma independiente. Se ubica en Eugenia No. 1462, colonia Narvarte.

Su fundador y primer dueño fue el pionero de radio Carlos Ferraez Matos, quien en 1960 fundó XEVC, en el estado de Veracruz (una de las estaciones más antiguas de la región) y

posteriormente Radio ABC, la cual vendió en 1984 al grupo encabezado por Mario Vázquez Raña, para irse a radicar a Veracruz, donde fundó el grupo Radiodifusoras Organizadas del Golfo, S.A. de C.V.

Con su formato de programación de contenido en vivo, ABC le abrió las puertas a dos conocidos radioperiodistas mexicanos, uno fue Francisco Huerta, (aquí inició sus programas de "Voz pública") y a Jorge Manuel Hernández "El ángel de la noche", ambos compraban tiempo en la emisora y ambos estaban vetados en todas las demás radiodifusoras. Asimismo se recuerdan programas como "Notidiario: noticias de México", o "México en el mundo de la noticia, conducido por Gabriel Alvarez.

El año de 1989 marcó el inicio de la actual etapa de la emisora, cuando se denominó "La estación de la palabra", bajo las riendas de la doctora venezolana Tere Vale de González Avelar (hermana del comediante Raúl Vale y esposa del político Miguel González Avelar, quien fuera secretario de Educación Pública). El nuevo formato logró atraer a varios pensadores, políticos, periodistas, analistas y literatos de gran embergadura como Carlos Monsiváis, Juan José Arreola, Andrés Henestrosa, Miguel González Avelar, Juan José Brennan, Pedro Ferriz, José de la Herrán, Manuel Mejido, José Carlos Robles, Federico Vale, entre muchos otros. En cuanto a deportes se incluyó el programa "Ahora sólo deportes", con Ignacio Matus y Antonio Moreno.

Con una comunicación desenfadada, sin formalismos adherizada con decenas de cápsulas culturales, políticas, científicas, etc., han logrado captar a buen público, sobre todo de cierto nivel socio-cultural. En una plática con Tere Vale, cuando cumplió dos años este formato explicó que "la idea no es buscar el éxito comercial como lo hacen los grandes grupos de radio, ni competir poniendo salsa, cumbia, gruperos, rock, sino enaltecer los valores del ser humano (aunque la emisora es elitista). Es una opción para aquellos que gustaban de temas de café, o quienes polemizaban de cualquier tema, con ello logramos una variedad temática difícil de ofrecer en otras emisoras. Tratamos de interactuar con el público, se le hizo participar para ir redefiniendo la ruta, siempre tratando de lograr una comunicación ágil en la conducción de tiempos y temas. La estructura es muy sencilla, cada tres minutos se escucha una cápsula de las distintas voces de las personalidades

que colaboran. Ahí se opina, se comenta, e inclusive se educa en forma de un libro itinerante, ya que a cualquier hora puedes escuchar estos comentarios versátiles, pues se transmiten las 24 horas del día, además, se complementa con los servicios informativos como el que conduzco en la mañana, o programas deportivos, financieros, culturales, etc."

Tere Vale concluyó la plática definiendo y conceptualizando la estación: "Buscamos fomentar la expresión a través de la palabra hablada. Encontrar el verdadero valor de la radio en cada una de sus fases. Establecer un medio polifacético y mutable. La emisora, si no es la primera, sí es la única en su género, de ahí parte su éxito o fracaso; creemos válido cualquiera de estos dos caminos, si son propiciados por nosotros mismos. Cuando comenzamos no se creía en nosotros. Los publicistas pensaban que no era negocio, ya que se estaban haciendo en México programas de larga duración o amarillistas que llamaban la atención, pero gracias a los 200 colaboradores de alto nivel y a las más de 500 cápsulas hemos logrado ganar la confianza y ahora, en 1992, iniciaremos un noticiario científico, con enlaces con la Comunidad Económica Europea, así como programas especiales sobre Barcelona".

"La estación de la palabra" lleva el lema "En marcha la revolución del lenguaje". Precisamente en el segundo aniversario de la radiodifusora, el escritor Juan José Arreola habló del por qué le interesó este proyecto: (4)

"Ya no había remedio en la radio, hasta que salió una estación diferente, "La estación de la palabra", porque yo me he ganado la vida gracias a la palabra, al gran poder de la palabra. He trabajado mucho en televisión. Sin embargo, sigo creyendo fervientemente en que la palabra está por encima de la imagen. Soy persona de radio, me siento pionero. Comencé en una pequeña estación de Zapotitlán el Grande, Jalisco. Ahí participé diciendo poemas (finales de 1929 y 1930); en 1937 trabajé como locutor en la XEJP y ahora en ABC, por lo que considero a la radio mi medio natural, en el que discurro como pez en el agua. Es mi elemento, porque ahí todo se basa en las imágenes suscitadas por la palabra, con la cual descubrimos este mundo tan maravilloso".

En un boletín emitido por la emisora el 20 de julio de 1993, se expone el concepto de su trabajo: "En contra de la opinión expresada por algunos dueños y representantes de medios de

comunicación sobre la aceptación que tiene el público de productos de baja calidad en contenido y realización, ABC Radio, apuesta por la opción de la inteligencia de darle la palabra a quienes saben de qué se está hablando:

"ABC Radio respeta al auditorio y ofrece programas que van más allá del entretenimiento o la información desordenada. El público merece una programación con temas serios, sin que ésto signifique abordarlos en un tono solemne o aburrido".

Tal vez sea necesario revisar más cuidadosamente este formato, pues de verdad, es una de las emisoras que ofrece una opción con una miscelánea de comentarios convertidos en cápsulas de ingenio y humor que hacen más accesible la ciencia, tecnología y pedagogía, además, de alguna manera, representa una posibilidad real del cuadrante de AM, en convertirse en radio de contenido hablado. Aún sin ostentar grandes recursos técnicos, las emisiones de ABC Radio mantienen el interés de los escuchas, toda vez que utiliza al máximo (en tres minutos) el poder de la imaginación inmersa en las frases bien elaboradas. (5)

2.4 CRYSTAL FM (XHFO)

Crystal FM (XHFO 92.1 mhz FM 150 kw de potencia). Esta emisora se inició en 1983 y su representante es Crystal Cima, su gerente es Daniel Carrera Rojo. Sus instalaciones se ubican en Montecito No. 59 colonia Nápoles. Desde sus inicios adoptó un perfil de música en español, donde predominaba la balada. Es pertinente aclarar que el Directorio de la CIRT maneja esta fecha de inicio, aunque en realidad nació antes. (6)

Según información obtenida de la emisora y en la revista "Microfonito", Crystal originalmente inició sus transmisiones en 1965 y se llamaba Radio Triunfadora, su locutor era Enrique Guzmán García (7), siendo la primera en FM, con 5000 watts de potencia y su única locutora fue Alicia Rodríguez, mejor conocida (dentro del medio artístico) como la "Pipa" Rodríguez. Su dueño era Manuel Estudillo. Sus instalaciones se encontraban en la calle de José María Marroquí No. 11. Su programación se basaba en rock en idioma inglés, posteriormente transmitió música instrumental y luego balada en inglés. En 1983 venden la emisora a Francisco

Javier Sánchez Campuzano y se traslada al segundo piso del Hotel de México, del cual emigran cuando se incendia, a su actual residencia, en Montecito.

Crystal FM pertenece al llamado grupo de los Siete S.A de C.V. Esta agrupación también es dueña de las revistas "Play boy" y "Hoy"; dos canales de televisión en Reynosa, Tamaulipas; 80 emisoras de radio diseminadas en 21 estados de la República Mexicana, pero sobre todo en el Norte, (ocho Radio Cañón, 25 Estéreo Vida, dos Radio Turquesa, etc. Asimismo, estaciones en Estados Unidos; dos salas de arte, una en Nueva York y la otra en Polanco -Interarte-). El perfil de Cadena Crystal Cima se sintetiza así: Transmite desde 80 radiodifusoras ubicadas en las 44 principales ciudades, cuenta con todos los géneros musicales. Es escuchada por más de 33 millones de personas en México y representa el 41 por ciento de la población total del país. (8)

Cabe hacer mención que en un principio la dueña de Crystal, era la Cadena Crystal, que para febrero de 1992 se fusionó con la empresa Radiocima S.A, para formar la Cadena Crystal Cima. (9)

Crystal, cuyo *slogan* es "El amor no tiene idioma en 92.1 FM", transmite las 24 horas del día, su programación es grabada, sin línea abierta al público. Ofrecen diariamente un noticiario de 5 a 10 minutos, elaborado por Magdalena Zárate, la única reportera, que se auxilia de los servicios de la agencia de noticias Notimex, la CNN, etc., así como de algunos corresponsales. Su director artístico (hasta 1991) es Ricardo Altamirano. Sus locutores son: Olga Romero, Rocío Braver, Eduardo Guzmán, Arturo Delgado, Patricia Andón y Ricardo Altamirano. En la estación laboran 79 personas. Su perfil se basa en estudios realizados por INRA y Nielsen y buscan predominantemente a un auditorio de 25 a 35 años de edad. Su programación retoma las listas de popularidad, ya que por medio de ellas van incluyendo baladas en español de moda, por lo cual encontramos a Timbiriche, Menudo, Lucero, etc. Compitiendo con otras emisoras similares como 97.7, Yo siendo dos, etc. También cuenta con su noticiario "Hoy, síntesis informativa".

En diciembre de 1990 Crystal inició un cambio en su programación al incluir canciones en español y en inglés, con ello, se busca incrementar público masculino a la estación, ya que se había enfocado más hacia la mujer, pues cuando inició la estación estaba de moda la balada en español interpretada por hispanos como Camilo Sexto, José José, etc., que han quedado rezagados y esto

combinado con encuestas realizadas por la emisora se optó por dar un giro programático donde se unen la balada y el rock pop. Su perfil se encamina hacia las personas de 18 a 45 años de edad.

Tras el cambio de razón social y de instalaciones las emisiones se normalizan hasta 1993 cuando alquilan la emisora a Organización Radio Centro, la cual de manera muy oportuna (comercialmente hablando) la convierte en Sonido Z, bajo el perfil de música grupera, logrando ganar adeptos rápidamente. Como dato curioso Sonido Z está a un ladito del cuadrante de La tropi Q kebuenta, que también es grupera y tiene regular aceptación.

2.5 ESTEREO CIEN (XHMM)

Estéreo Cien (XHMM 100.1 mhz FM con 31.68 kw de potencia). XHMM lanza su primera señal al aire en 1964. Su concesionario es Radio Maranatha México, S.A., (nombre que llevó en sus inicios la emisora) su representante es Sociedad Mexicana de Radio (SOMER) y su gerente María Isabel Vázquez Castillas.

A instancia del señor Edilberto Huesca Perrotín, se crea el grupo SOMER (a la que pertenece Estéreo Cien) en 1966. El objetivo de la empresa fue dar servicio a las agencias por medio de tiempo de las estaciones. También se proyectó dar asesoría y orientación a los radiodifusores afiliados a la cadena en cuanto a producción de programas de radio, campañas publicitarias, así como difundir y alentar a sus agremiados para que incorporaran innovaciones tecnológicas (10). Sus primeras instalaciones se ubicaron entre las calles de Londres e Insurgentes, posteriormente se mudaron a Niza y Hamburgo hasta 1981 y finalmente a Gutenberg, donde se localizan actualmente. Laboran un total de 500 empleados. Su gerente operativo es el experimentado radiodifusor Joaquín Bauche Alcalde.

SOMER cuenta con 33 emisoras en diferentes partes del país como en Morelos, Jalisco, Nuevo León, Hidalgo, Veracruz, Yucatán, Baja California, Tamaulipas, Guerrero, Quintana Roo, Mac Allen, Texas y sólo Estéreo Cien en el Distrito Federal, se ubica en Darwin 68, colonia Polanco, su cobertura abarca el Valle de México. En cuanto a su perfil se cataloga como de corte internacional contemporánea y su logotipo es un delfín, que además representa la filosofía de la empresa, del cual hablaremos en su oportunidad.

Cuando inició sus transmisiones XHMM contaba con una potencia de mil watts, para 1980 logró aumentar a 60 mil watts, y ya como Estéreo Cien llegó a 180 mil watts que mantiene en la actualidad, y que le permiten cubrir el Valle de México. (11)

Su audiencia (buscada y encontrada) se sitúa principalmente en los grupos acomodados socialmente con una edad de 18 a 35 años (80 por ciento) y de 35 a 44 años (20 por ciento). Además de la música presentada por el locutor Mario Vargas, cuenta con varios programas, principalmente informativos como "Enfoque, su diario hablado", fundado por José Cárdenas, que tuvo que ser suspendido debido a que su equipo de trabajo le daba la voz a la oposición y tal situación causó temor a los empresarios (12), quienes lo cambiaron por un mal locutor llamado Ramsés Ancira, quien alababa de forma desmesurada al PRI y pregonaba que vivía de maravilla con los 10 millones de pesos (viejos) que ganaba al mes, (ya que con trabajos terminó el nivel medio superior) y ahora conducido por Enrique Quintana; "Cien en los deportes" y "Deporteando" bajo las riendas de Luis Baraldi y Raúl Ferrari.

Cabe hacer un paréntesis para conocer un poco más de la filosofía de trabajo de la familia Huesca (este símbolo fue escogido por la señora Huesca) y que se sintetiza en el alma del delfín, este símbolo ha creado un ambiente de trabajo que parte de conceptos filosóficos. He aquí un resumen de la historia: (13)

"El delfín es un mamífero de sangre caliente como el hombre. Hace millones de años abandonó la tierra firme y convirtió el mar en su hábitat. Estos cetáceos, además de su belleza, poseen una inteligencia asombrosa. El delfín era en la mitología griega el símbolo de Apolos Delfico, delfino o delfiniano, e igualmente de Poseidón. Su sentido más desarrollado es su oído. Los delfines son capaces de comunicarse con el ser humano en un nivel alto de inteligencia. Su sentido social y el comportamiento de asistencia para sus congéneres lastimados o enfermos, dan la seguridad de que se ayudan unos a otros. Es un animal de grupo y no es feliz a menos que esté en compañía de uno o más delfines. Esta solidaridad social se ha manifestado cuando alguno está herido, pues dos o tres van a protegerlo, en tanto el resto se queda a cierta distancia a ver que sucede. Si se logra animar al delfín herido, no lo abandonan porque saben que puede morir".

A continuación transcribo una breve entrevista que realicé al señor Edilberto Huesca, conocido en el medio como el Güero Huesca, sobre el futuro inmediato de la radio.

El señor Huesca tiene 27 años dentro de la radiodifusión y es la figura fundamental de la organización SOMER.

--¿Están preparados los radiodifusores mexicanos para la competencia que desatará el TLC?

--Los empresarios mexicanos están bien preparados para enfrentar la competencia. La industria radiofónica es muy fuerte, tenemos que tener en cuenta que actualmente somos más de 110 radiodifusores en todo el país, que constantemente nos estamos preparando para llegar a grados de excelencia. La radio es un oficio que se adquiere con la experiencia y se refuerza con la capacitación, en SOMER priorizamos estos elementos para poder tener trabajadores competentes, incluido mi hijo Germán Huesca, quien se ha ganado el puesto de conductor de la estación por méritos propios, ahora bien, tenemos personal calificado como Mario Vargas, quien ha logrado imponer un estilo muy singular.

Vivimos una época de preparación constante. Fuera improvisados. Hay que llegar a la excelencia, pues son los únicos elementos que tenemos para hacernos competitivos en el mercado radiofónico. La radio es el oficio más hermoso, pero muy difícil de llevar y llenar los zapatos con dignidad, aquí hemos tratado de valorar a las personas, no por recomendaciones, sino por su trabajo.

--¿Sin embargo, se dice que pulula la llamada "payola"?

--Rechazamos de forma enérgica el síndrome de la "payola", nuestro público (que oscila entre 25 y 45 años) está convencido de que lo que presentamos en la emisora no es lo pagado, sino lo que tenga calidad, incluso, antes de que sonaran en México temas bellos, nosotros los poníamos a consideración del auditorio. Lo que sucede es que las emisoras no han encontrado su perfil adecuado y mercantilizan sus espacios. Nosotros estamos balanceados, 25 por ciento de contenido (noticiarios, programas de contenido) y el resto de música y buscamos que nos escuchen personas cultas con gustos refinados.

--¿Al referirse a la preparación, qué tipo de personal o perfil profesional necesita la radio?

--La radio necesita comunicadores, es decir, personas completas, no sólo locutores o animadores, sino verdaderos comunicadores que puedan atender las necesidades de este trabajo y de los radioescuchas. Vivimos en la era del cable, hay radio y televisión por cable, por lo cual los mejores captarán a la audiencia. Además, la publicidad es abundante, es una jungla de carteles, hay más de cinco mil carteles en la capital, más de 58 estaciones de radio y muchos grupos de la población a quien atender, con diferentes necesidades musicales de coproducción hablada y de contenido.

--¿*Qué tipo de radio cree que deba prevalecer en este mar de posibilidades?*

--La radio debe estar constituida conforme a la época, acomodarse y adicionando elementos actuales, es decir, debe sectorizarse, especializarse, ya que si se dedica a un público determinado puede atenderlo mejor y no tratar de abarcar demasiado.

2.6 RADIO MUNDO (XEN)

Radio Mundo (XEN 690 khz AM con 20 kw de potencia). XEN es una de las emisoras más antiguas, ya que sus inicios datan de 1925. Está concesionada a Radio Sistema Mexicano, S.A. Su gerente es Silvestre Razo, un viejo y connotado radiodifusor. Sus instalaciones están ubicadas en Insurgentes Sur No. 1871 Colonia Guadalupe Inn.

Durante muchos años Radio Mundo ("Te toca el sonido de todas las tierras" era su *slogan*) mantuvo un formato denominado de música internacional, su publicidad decía: "Escucha ondear el sonido de todas las tierras. Escucha el nuevo mundo que te ofrece Radio Mundo. Te toca disfrutar el cambio. A lo largo de toda su programación, te sentirás en un mundo aparte. Radio Mundo te toca el mejor sonido de la música, de la información y del entendimiento, en la nueva era de sus transmisiones". (14)

En los años recientes encontramos las voces de Ramiro Jacobo (quien identifica la emisora), Ramón Romero Maese, quien relevó a Carlos Ferro, Carlos Rincón, etc. (15) Otro programa que se escuchaba por esta frecuencia era "Mundo empresarial" con Charles H. Oppenheim.

En un cambio de formato de Radio Mundo salen sus dos locutores Carlos Rincón Trujillo y Ramiro Jacobo, aunque ellos aseguran que es por razones profesionales y en busca de nuevos

horizontes (16), la verdad es que el nuevo formato de deportes no les da cabida. Hoy es una radio completamente comentada y dedicada al deporte en todas sus ramas, que todavía no encuentra la cuadratura al círculo.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS DEL CAPITULO DOS.

- 1 Revista Antena, noviembre-diciembre 1991 pág. 1.
- 2 Revista proceso No. 756 pág.6-11.
- 3 Revista Microfonito No. 26 septiembre de 1992 pág. 15.
- 4 El Nacional 23 de diciembre de 1991 sección Cartelera pág. 23
- 5 Revista Radio tips No.4 febrero de 1991 pág. 40-42.
- 6 Directorio 1992-1993 de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.
- 7 Revista Microfonito No.26 septiembre de 1992 pág.6.
- 8 Anuncio publicado en la Revista Intermedios de agosto de 1992.
- 9 Desplegado aparecido en el Heraldo de México del 4 de febrero de 1992, pág.12, primera sección.
- 10 Revista Radio tips No.6 abril de 1991 pág.2.
- 11 Revista Radio tips No.21 julio de 1992 pág.6.
- 12 Excelsior 23 de noviembre de 1990 columna Botica.
- 13 Documento elaborado por Estéreo cien para promover su símbolo, mecanografiado.
- 14 Anuncio publicado en la revista Radio tips en octubre de 1991.
- 15 Revista Microfonito No. 26 septiembre de 1992 pág.3.
- 16 Revista Microfonito No. 27 diciembre de 1992 pág.5.

3 CAPITULO TRES: MODELOS DIFERENTES EN EL DIAL

En este tercer capítulo haré referencia a las emisoras permisionadas, es decir, de carácter cultural como Radio UNAM y Radio Educación. Sin embargo, debo abrir un hueco importante para dar paso al Instituto Mexicano de la Radio (IMER), -con el cual inicio este apartado-, pues aunque algunas de sus emisoras son de carácter comercial, se mezclan con proyectos culturales de gran importancia y alcance, que de alguna manera son la competencia más cercana del cuadrante con aquellas emisoras de carácter netamente mercantil. No está por demás remarcar que el IMER es un proyecto gubernamental que pese a sus vaivenes sexenales, se mantiene como competencia dentro del cuadrante, aunque mal manejada por el gobierno.

3.1 RADIO ESTATAL (INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO)

El Instituto Mexicano de la Radio, conocido por *vox populi* como IMER, fue creado por el entonces presidente de la República Miguel de la Madrid Hurtado en 1983, quien a través de un ambicioso proyecto decidió la separación de las funciones normativas y las actividades operativas de los medios de comunicación masiva en México a través de la creación de organismos descentralizados en tres rubros: de radio por conducto del IMER, de televisión con IMEVISION y en cine con el IMCINE. Desde ese momento (23 de marzo de 1983) el entonces cuerpo administrativo concentrado en Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) sólo se ocuparía de las funciones normativas, en tanto que los recién creados institutos actuarían como organismos públicos descentralizados con personalidad jurídica y patrimonios propios.

Para dar forma legal al nuevo organismo el 25 de marzo de 1983 apareció en el "Diario Oficial de la Federación" las disposiciones de reformas a RTC:

"1.- Las entidades destinadas a las actividades de radiodifusión, televisión y cinematografía, por ser propiedad del Estado, deben cumplir de manera óptima con los objetos señalados por las leyes;

2.- El Gobierno Federal, a través de la Secretaría de Gobernación, tiene la facultad y el deber de impulsar una producción radiofónica, televisiva y cinematográfica de alto nivel hasta expresar la

percepción de la realidad y que, en cada ámbito, satisfaga las necesidades y requerimientos de cultura y entretenimiento de la sociedad mexicana;

3.- El Estado ha venido creando, adquiriendo y desarrollando diversas entidades dedicadas a la capacitación, financiamiento y producción en radio, televisión y cine;

4.- Es necesario que las entidades creadas expreso por el Estado para la comunicación operen debidamente integradas con el objetivo de lograr el máximo aprovechamiento de los recursos humanos y técnicos con que disponen, pero también deben ser reordenadas y modernizadas a fin de lograr su máxima eficiencia;

5.- El Gobierno Federal considera necesario un nuevo sistema capaz de distinguir y separar las funciones operativas, encomendadas a un organismo descentralizado;

6.- De acuerdo con la situación actual, el Estado une la función de normatividad de los instrumentos de la actividad radiofónica, televisiva y cinematográfica con la operación de los mismos y que, de conformidad con la experiencia del Estado en materia de administración, la operación descentralizada permite mayor capacidad operativa."

En el mismo "Diario Oficial de la Federación" aparecen las funciones asignadas al novedoso IMER, de las cuales se extractan:

"I.- Formular y promover los planes y programas de trabajo que se requieren para el cumplimiento de su objetivo (operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo);

II.- Promover y coordinar las actividades radiofónicas, a través de las entidades que opere y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas;

III.- Estimular, por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y la descentralización cultural;

IV.- Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado;

V.- Celebrar convenios de cooperación, coproducción e intercambio con entidades de radio nacionales y extranjeras;

VI.- Realizar estudios y organizar un sistema de capacitación en materia radiofónica;

VII.- Establecer oficinas, agencias y representaciones en la República Mexicana y en el extranjero, pudiendo adquirir, poseer, usar y enajenar los bienes muebles e inmuebles necesarios para el cumplimiento de este fin;

VIII.- Expedir su Reglamento Interior, y

IX.- Las demás que el decreto señale y otras disposiciones le confieran para el cumplimiento de sus fines."

De acuerdo con lo anterior, el IMER cuenta con:

- Los bienes muebles e inmuebles asignados por el Gobierno Federal.
- El presupuesto anual asignado en la partida de egresos de la Federación.
- Los ingresos percibidos por concepto de servicios prestados.

A partir de ese momento, el IMER se haría cargo de las emisoras: Grupo RTC-Radio, S.A, al que pertenecían XEB la "B grande de México", XERPM y XEMP, asimismo, Radio México Internacional con sus cinco frecuencias en onda corta, Productora Nacional de Radio; XHOF, del Departamento del Distrito Federal y Promotora Radiofónica del Balsas.

En un boletín de prensa emitido por la Secretaría de Gobernación, ya con las siglas impresas del IMER da una explicación sobre ¿QUE ES EL IMER?, en el cual dice: "Son las siglas del Instituto Mexicano de la Radio, la corporación que desde 1983 agrupa a las emisoras y los servicios de radiodifusión del Gobierno Federal.

"Son 18 estaciones (once en nueve estados y siete en la capital de la República) que ofrecen al radioescucha una programación para todas las edades y todos los sectores sociales. Son estaciones de gran tradición o de fresca novedad, que conjugan la experiencia y el espíritu de innovación".

Cabe hacer mención que las estaciones de radio en el Distrito Federal que operan bajo la tutela del IMER, pertenecen al Estado, y se consideran como propiedad nacional ya que no se rigen bajo el régimen de concesiones o permisos, aunque algunas de ellas como la XEB al pertenecer a un grupo particular operaba bajo concesión, pero al tomarla el Gobierno para su operación pasó a cumplir una función social (el Estado no se puede concesionar a sí mismo un bien). Sobre este hecho podemos apuntar un dato que manejó la administración de Teodoro Rentería, primer director del

Instituto, entre cuyas estadísticas se desprende que el IMER da más importancia a la cultura, ya que en 1988 se alcanzó la cifra de 65 mil 400 programas de vocación socio-cultural, además, una característica del IMER es que no anuncia productos que causen daño a la salud, por lo cual se prohibieron los comerciales de cigarros, bebidas embriagantes, alimentos chatarra, etc.

Puede decirse que el creador de la figura y concepto del IMER fue Teodoro Rentería Arróyave, quien fue el jefe de prensa de la campaña presidencial de Miguel De la Madrid Hurtado, quien agradeció su labor al nombrarlo director del IMER. Rentería Arróyave, surgido de la radio comercial, estructuró las emisoras formando gerencias por cada estación del Distrito Federal y para provincia nombró una subdirección de estaciones foráneas, así como para noticias denominó una dirección llamada "Sistema Nacional de Noticias". También les antepuso a sus emisoras el *slogan* de estación piloto, con lo cual daba manga ancha para hacer los cambios pertinentes. El primer director del IMER asentó las bases del proyecto IMER. Asimismo, cuenta con por lo menos tres edificios que se conocen: el de Margaritas 18, Poseidón y Mayorazgo (atrás de la Cineteca Nacional), mismos que se anuncian en las respectivas emisoras.

Pese a toda la compleja organización fue hasta 1988 cuando la hoy extinta Secretaría de Programación y Presupuesto conformó una reestructuración y diseñó un organigrama completo de las diferentes direcciones del IMER que había crecido mucho (Anexo 1).

Cuando concluyó el sexenio de De la Madrid Hurtado y por ende, Teodoro Rentería dejó la dirección del IMER, lo sustituyó el doctor Gerardo Estrada, quien mantuvo el proyecto. El IMER comenzó a pasar por la cuerda floja con la amenaza de la desincorporación y problemas sindicales, que se agravaron de manera contundente cuando llegó al IMER Alejandro Montaña Martínez, quien de pronto desapareció Radio Rin, despidió a mucho personal sindicalizado e impuso la ley del más fuerte (incluso, exigía a los directores de los periódicos que no se hablara ni para bien ni para mal del IMER y ésto lo digo por experiencia propia, pues para esa fecha, quien escribe, laboraba en el periódico "El Nacional" y era editor de las planas semanales de radio, y en cierta ocasión mi jefe inmediato me dijo que el director José Carreño Carlón había recibido una llamada de Montaña para

pedirle que sus reporteros ya no escribieran nada de él ni del Instituto, claro, con la consabida amenaza de que si volvía a tocar al señor Montaña sería despedido del periódico).

Durante la administración de Montaña Martínez se anunció en 1992 la primera etapa de reestructuración del IMER, que consideraría: reformas al decreto de creación, construcción de un nuevo edificio que aglutinaría a las seis emisoras del D.F., la construcción de una planta terrena para realizar comunicaciones vía satélite, la constitución de la sociedad "Voz e Imagen de México", que permitiría la regulación de la titularidad de las emisoras concesionadas al Instituto. Asimismo, el proyecto incluía el fortalecimiento de la red nacional, así como un nuevo programa de comercialización para llegar a ser autosuficiente.

Pese a la inyección de dinero al instituto y a la reestructuración técnica, Montaña reconoció que los recursos con que trabajaban en el IMER eran muy limitados y aseguró que no se puede ofrecer una programación nueva, de calidad, si no se cuenta con técnica adecuada y tal parece que con esto el IMER apunta a convertirse en rentista de sus estudios de grabación y a competir en el mercado publicitario a fin de allegarse recursos. (1)

Al término de esta etapa nebulosa vino un período muy corto con la llegada al IMER de Jorge Medina Viedas, y posteriormente hasta la fecha, de Jorge Ruiz Dueñas, quien formaba parte del "Consejo de planeación y políticas de desarrollo" de Canal 22 de televisión, asimismo, fue funcionario de la Secretaría de la Contraloría de la Federación y secretario general de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM).

Dentro de las cosas positivas que se han mantenido dentro del IMER tenemos la coordinación con diversas entidades estatales de cultura o participación ciudadana, donde se da voz a núcleos de la población que difícilmente los medios comerciales aceptarían. Tal sería el caso, por ejemplo: el convenio con el INBA, con el cual han trabajado con programas tales como: "Escritores por adelantado", con el cual han difundido la obra literaria de jóvenes autores. Asimismo, se trabajó en un proyecto conjunto con la UNAM titulado "¿Y nosotros qué?", emisión donde se abordan las necesidades, inclinaciones naturales y derechos de los niños.

Sería también, el caso de la primera radionovela que retoma de manera profesional y profunda el tema del SIDA, titulada "Rocío, la historia de una mujer de nuestro tiempo". Comenzó sus emisiones en noviembre de 1991. Esta serie se realizó en coordinación con el grupo denominado "Mexicanos contra el SIDA", "Confederación de Organismos no gubernamentales, A.C" (MCSC) y el IMER. Con un costo de 68 mil dólares, 48 mil proporcionados por *Family Health International* y 20 mil de recursos propios del MCSC, el programa en realidad marcó una apertura importante en los medios masivos para la prevención y la información a la población sobre este terrible mal. (2)

En entrevista con el Presidente de "Mexicanos contra el SIDA", Arturo Díaz Betancourt pudimos vislumbrar la importancia de la radio:

"Hoy, después de tres años de trabajo de campañas radiofónicas conjuntamente con el IMER podemos y debemos evaluar este objetivo como una responsabilidad social que tenemos con la sociedad civil organizada contra el SIDA. Desde el 27 de julio de 1989 que comenzamos nuestra campaña en Estéreo Joven del IMER, hasta la coproducción de "Rocío, la historia de una mujer de nuestro tiempo" en la Ciudad de México y a nivel nacional por las repetidoras del IMER, creemos que hemos demostrado nuestra capacidad de participación en la construcción de un México moderno y democrático.

"Por otra parte, en el marco de modernización y democratización del país, el trabajo realizado conjuntamente con el IMER estos años, es una muestra exitosa, a nuestra manera de ver, cuando existe voluntad política para enfrentar el problema, es posible conjuntar los esfuerzos de ciudadanos y autoridades. En este proyecto hemos sido libres para planear, trabajar y acordar diferencias, tanto los ciudadanos como las autoridades así como, coproducir y difundir información sobre SIDA. A diferencia de otros países donde el paternalismo estatal señala a las organizaciones lo que deben hacer. Creemos que para vencer la epidemia del SIDA se necesita esto que hemos logrado con el apoyo del IMER: respeto, concertación, disposición, democracia y unión de esfuerzos.

"Aquí queremos hacer un reconocimiento específico al grupo IMER, ya que a pesar de los cambios de director han sido capaces de librar un obstáculo burocrático usual: la falta de continuidad. Nosotros iniciamos este proyecto con el anterior director (Gerardo Estrada, hoy director

de Bellas Artes) y lo desarrollamos y concluimos en lo que a la radionovela se refiere con Alejandro Montaña.

"'Rocío...' y nuestras campañas radiofónicas queremos difundirlas en todas las estaciones privadas del país, es una urgencia. Tan sólo falta la voluntad de los dueños para ello. Igualmente para las iglesias, la invitación se extiende para que por lo menos no obstruyan el trabajo de prevención como sucede en algunas partes del país".

Si bien, el IMER no es un modelo perfecto, ha contribuido para que la sociedad tenga alguna opción a sus necesidades de comunicación, que no estén marcadas por empresas que lo único que persiguen es la ganancia y estar en primer lugar del *rating*. Esto lo reafirmaría el ex director del IMER Gerardo Estrada, cuando al término de la entrega de diplomas a los participantes de "Los rostros del aire" (coproducción con el INBA) afirmó: "El público demanda cada vez más servicios culturales que la radio le proporciona ya sea en combinación con la música, el teatro, la danza, artes plásticas o escultura, por lo que el IMER está obligado a cumplir la voluntad popular". (3)

Otro director del IMER que mostraba optimismo con respecto a la radio del Estado era Teodoro Rentería (primer director del IMER), quien en entrevista en 1991 (4), indicaba: "La radiodifusión estatal está en el momento más importante de su historia, por lo que el crecimiento debe ser inevitable, ya que el gobierno la ha apoyado como nunca antes... Sería un grave error que no se aprovechara esta coyuntura, porque todas las radiodifusoras de México han sido apoyadas fuertemente por el gobierno estatal y federal.

--"¿*Cuáles han sido las fallas de la radio?*

--"La fundamental es que se había convertido en una sinfonía al aire. Manejaban fórmulas sencillas como la utilización del disco y una brevísima intervención del locutor, todo inmerso en un "chorizo" de comerciales. Estas fórmulas propiciaron que el oficio de locutor se fuera extinguiendo, pero ahora en las nuevas programaciones son indispensables los guionistas, periodistas y mucha gente especializada con el talento creativo para ganar auditorio, por eso se han multiplicado las escuelas de periodismo que proveen del material humano suficiente".

Y tal vez Teodoro Rentería tenía razón, ya que a mediados de junio de 1992 se reunieron varios funcionarios para dar el espaldarazo al IMER y acabar con los rumores de que se podría privatizar este organismo, informándolo a la opinión pública así (5): "Cabe señalar que el reordenamiento y modernización del IMER se esperaba desde hace tiempo, además con ésto se quitan los rumores de la venta de ese grupo radiofónico; ahora sólo falta esperar en qué términos se desarrollan los acontecimientos".

Es necesario dejar claro que el IMER ha sido mal administrado, ha caído en el amiguismo y tiene pocas perspectivas en su futuro.

3.1.1 XEB La B grande de México (XEB 1220 khz AM con 100 kw de potencia). Esta pionerísima estación del cuadrante mexicano (la primera emisora comercial) inició sus transmisiones el 14 de septiembre de 1923. Un día después, el 15 de septiembre la CYB, por primera vez transmitió la ceremonia del grito de independencia, encabezada por el entonces presidente de México el general Alvaro Obregón. La compañía fundadora fue Nacional de Radiodifusora, S.A y su comercializadora fue Grupo Oro que representaba a la marca cigarrera "El buen tono". En este tiempo sus siglas eran CYB. Uno de los fundadores y que participó en la instalación de la emisora fue el Ingeniero José de la Herrán y Pau. Los ingenieros ajustaron la potencia de la radiodifusora a 500 watts. El primer director y encargado general fue Raúl Azcárraga Vidaurreta.

El 14 de septiembre, a las 18:15 horas quedó ajustado el equipo y a las 19:10 transmitía antes que otro medio en México la noticia del combate de box del campeón mundial Dempsey vs Firpo, la cual fue recibida desde la emisora WQD de Nueva York. Cabe hacer notar que esta emisión era captada primero por el radioaficionado hidalguense José Velasco, quien a su vez transmitía vía telefónica desde Pachuca a "El buen tono".

"El buen tono" cambió sus siglas CYB por XEB (cuando se adjudicó a México el distintivo XE para estaciones de radio), operaba en la frecuencia de 665 kc y era la más escuchada. Ya en la década de los 30 incorporó la onda corta con la siglas XEBT. También a inicios de los 30, la cigarrera "El buen tono" dejó de ser patrocinador de la estación y a partir de entonces Julián Morán ocupó este lugar hasta los cincuenta.

Durante la "época dorada de la radio", la XEB fue forjadora de talentos y abrió sus puertas a los cantantes noveles de aquella época así como a los consagrados entre ellos tenemos: doctor Alfonso Ortíz Tirado, Maruca Pérez, Nestor Mesta Chaires, Wello Rivas, Gonzalo Curiel, "Panzón Panseco", Pedro Infante, Miguelito Valdés, Rafael Hernández, el pianista español José Iturbi (cuyo nombre llevaba un estudio de la emisora). Asimismo, se promovió el radioteatro con figuras como Pura de Córdova, Abraham Galán, Fanny Anitúa, Mario Moreno "Cantinflas", Joaquín Pardavé y Josefina Aguilar.

Como sobresaliente se podría calificar el trabajo del ingeniero Juan Buchanan, encargado de toda la labor técnica. Algunos de los directivos que estuvieron activos fueron José J. Reynoso, Bernardo San Cristóbal, Manuel González Calzada, Armando de María y Campos y André Duprat. Entre la camada de grandes locutores de la XEB encontramos a: Enrique W. Curtis, Alonso de Alvarado, Edmundo García, Guillermo Nuñez Keith, Jesús Bennets, Horacio Uzeta, Javier Manzanares, Rafael Rubio, Francisco Moreno y Julián Moreno. (6)

A partir de los años 50 la emisora pasó a manos de Rogerio Azcárraga (actual concesionario del grupo Radio Fórmula).

Por supuestos problemas económicos (aunque nunca se han aclarado las causas) RTC se hace cargo de esta emisora en 1978 y para 1983 pasa a formar parte del recién creado IMER. Su gerente desde esos años ha sido Rafael Cardona Linch. XEB es canal libre internacional y se puede escuchar en un 95 por ciento del territorio nacional.

Antes de la creación del IMER, la B tenía un perfil social, siendo portador de los foros de consulta popular que se realizaban, promoviendo actividades culturales, de entretenimiento, orientación, información, -incluso en este último rubro ha mantenido presencia a través de su "Sistema Nacional de Noticiarios", que trató de reforzar a partir de noviembre de 1993 con la incorporación de Carlos Ramos Padilla y el nuevo proyecto titulado "Antena Radio"-, con series como "Tú nos importas" conducido por el periodista Jaime Alejo castillo (7), etc.

3.1.2 Noti tiempo (XEQK AM 1350 khz 1 kw de potencia). La XEQK se fundó en noviembre de 1940. Su dueño era un destacado director de orquesta y en un principio difundía

música, pero no obtuvo los resultados deseados, por lo cual, fue vendida en 1944 y ahí comenzó la historia de la hora exacta. La QK (cuca) La hora exacta, como se ha conocido durante muchos años es la emisora con mayor número de anuncios comerciales.

Sin duda, hizo época por sus bien estructurados mensajes con ritmo, precisión y eficacia como aquel que decía "Chocolates Turín, ricos de principio a fin", o aquel de "Haste, le da la hora exacta" y a continuación daban la hora que marcaba el Observatorio Nacional de México y con base al meridiano de *Greenwich*, o el de "Marcos Cerro, el hombre bomba no tiene sucursales". Se calcula que los capitalinos sintonizan la "cuca" por lo menos una vez al día. Sus locutores han sido Luis Ríos Castañeda y Alonso Díaz de la Vega Olgufín (en la primera y más brillante etapa), luego vinieron Rosaura Hernández y Ramón Ríos Hernández.

Al pasar a formar parte del IMER en la transmisión se incluyeron frases como "Uno es México, México es uno" y otras por el estilo, en un afán de patriotismo y moral. Cabe hacer mención que en el mundo existen pocas emisoras con este formato, como ejemplo tenemos una en Inglaterra, Venezuela y Cuba, aunque Ramiro Garza intentó realizar Radio Reloj en Monterrey.

3.1.3 660 (XEDTL AM 660 khz con 10 kw de potencia). Esta emisora se fundó el 14 de agosto de 1931. Se identificaba (como lo anota Cristina Romo en su libro "La otra radio, voces débiles, voces de esperanza") en 1952 con las siglas XEBZ Radio Insurgentes. Su concesionario era Vocero Mexicano S.A. No estaba afiliada a ninguna cadena.

Posteriormente cambiaron sus siglas a XERPM, al constituirse como estación piloto de Radio Programas de México. De ahí se convierte en parte de organización Radio Fórmula, hasta que las toma RTC Radio, S.A.

Cuando llegó a manos del IMER (1983) se constituyó en un proyecto muy ambicioso, al convertirse en Radio Rin, la única emisora dedicada totalmente a los niños, hecho que se consuma el primero de enero de 1984. En esta acción pionera la directora Marta Romo y su equipo de trabajo se plantearon líneas programáticas que se centraban en: orientar, informar, educar, difundir cultura, divertir y promover la comunicación entre los infantes. Sus premisas que fundamentaban la idea eran:

-No olvidar que en nuestro país más del 50 por ciento de la población son niños menores de 14 años.

-Dar la posibilidad de que los niños se comuniquen sin ningún intermediario, para esto, existían varios niños locutores.

A continuación presento una breve entrevista con Marta Romo sobre su proyecto de radio infantil:

"En México se encuentra la única estación, de todo el mundo, dedicada a los niños y aunque la hacemos con los mínimos recursos se ha logrado conjuntar un panorama amplio sobre lo que piensan y dicen los infantes. Para lograr hacer la programación de Radio Rin, hemos tenido que recurrir al amor que sentimos por ellos y hacerlos que participen y se sientan como en casa, con su lenguaje, porque la experiencia nos ha demostrado que el niño rechaza el autoritarismo, y nos la hemos jugado, porque el mayor enemigo de la estación es el padre de familia.

"Soy una amante y viciosa de la radio infantil. He trabajado en proyectos similares durante 17 años (la entrevista la concedió en 1992), primero en Radio Educación con la serie "De puntitas" y ahora en el IMER con una estación que transmite 22 horas diarias dedicadas a los pequeñines.

"Soy productora en jefe de la emisora, pero el trabajo ha sido de todos como Mayté Ibargüengoitia, Martha Alcocer, Iliana Gordillo, Remi López, Haydeé Sevilla, Lourdes Barranco, entre muchos otros. Ahora estamos tratando de consolidar el patrimonio que representa Radio Rin, al conformar un patronato, que garantice la vida de la estación sin buscar que se comercialice, atendiendo sólo las necesidades de los infantes, porque la riqueza intelectual, alegría y gran vitalidad de los niños es increíble".

Pese a los diversos éxitos de la emisora, al tomar posesión como director del IMER, Alejandro Montaña Martínez, lo primero que hizo fue acabar con este proyecto único en el mundo al desaparecer a Radio Rin. Para ello, se organizó una conferencia de prensa el 24 de octubre de 1991, en la cual se trató de explicar el por qué de esta decisión, que resultaba ser por los bajos índices en el *rating* de la estación, de acuerdo a un estudio del INRA (cuadro 2), que por supuesto, no toma en cuenta el artículo 17 de la "Convención sobre los Derechos del Niño", de la que México es

signatario, la cual dice: "Los estados... reconocen la importante función que desempeñan los medios de comunicación y velarán porque el niño : ga acceso a información, material procedente de diversas fuentes nacionales e internacionales, en especial la información y el material que tengan por finalidad promover su bienestar social, espiritual y moral y su salud física y mental". Todo hace pensar que los buenos proyectos de radio se acaban sólo porque INRA dice que no lo escuchan las personas encuestadas. A este respecto Miguel Angel Granados Chapa indicaba que en 1990 por sugerencia de la señora Cecilia Ocelli, se constituyó un patronato para fomentar las tareas de Radio Rin; el patronato asignó un fondo inicial de cien millones de pesos (viejos) para apoyar la producción radiofónica. Sin embargo, entre las perspectivas del IMER, está la de cancelar la única opción del público infantil. (8)

El mismo Consejo Nacional para la Cultura y las Artes anunciaba a través de sus boletines de prensa los logros obtenidos por Radio Rin, así como los convenios logrados. He aquí dos ejemplos claros de esto.

El 19 de junio de 1990 en la información de prensa número 861 entrevistaban a Carlota Villagrán, productora del programa "Préstame tu micrófono" que era un espacio para el acercamiento de los niños de las fronteras de México. En dicha entrevista, Carlota se refería a la importancia de emisoras como Radio Rin: "En la medida en que conoces a los demás, aprendes a aceptarlos y a reconocer las diferencias, es decir, estableces un principio de democracia, bajo esta premisa se realiza "Préstame tu micrófono", un programa en el que los niños se acercan a la diversidad cultural de las fronteras de México. La temática de la serie versa en las tradiciones, leyendas, costumbres y personajes reales o ficticios tanto de la frontera Norte como Sur, narrados de manera especial por la actriz Pilar Bolívar, y qué mejor que sea en Radio Rin, única estación que atiende a la población infantil menor de 15 años, cuya experiencia en este quehacer, guiados por Marta Romo, les permite contar ya con un público cautivo".

Incluso, en 1991 la estación organizó un magno Festival Infantil llamado "Niños por la paz", con el fin de contribuir a que los niños liberen la preocupación que les causa el conflicto bélico del Golfo Pérsico. Este acto tuvo mucha aceptación entre los niños, quienes llevaron a sus padres a

participar de sus inquietudes. Así aparecía la crónica periodística (9): "El Festival Niños por la Paz (fuchi a la guerra) hizo que los infantes tomaran la palabra y se comunicaran a través de la frecuencia 660 en AM con todo el Valle de México para demostrar que ellos también pueden opinar sobre los problemas que los adultos crean en el mundo".

Tal vez el éxito más sonado de Radio Rin fue el obtenido en junio de 1991, cuando la cápsula titulada "Mejor échate un bailecito" se hizo acreedora a la medalla de bronce en el Festival Internacional de Publicidad de Nueva York, donde participaron dos mil 789 programas y cápsulas radiofónicas de 28 países. "Mejor échate un bailecito", fue escrita y producida por Iliana Gordillo, con voz de Oscar Gómez Acevedo y dirigida por Marta Romo, concursó en la categoría de cápsulas promocionales e identificaciones, donde estuvieron producciones de Inglaterra, Francia, Holanda, Estados Unidos, Portugal, España y México, entre otras naciones. Este triunfo lo magnificaba el CNCA en el boletín número 282 del 1 de julio de 1991 que decía: "Este premio es un reconocimiento al trabajo que el IMER, a través de su emisora infantil Radio Rin hace con los niños y a favor de ellos dentro de sus transmisiones diarias en el 660 de Amplitud Modulada. En representación del Director General del IMER, licenciado Alejandro Montaña Martínez, la licenciada Marta Romo, gerente de Radio Infantil, la única estación de niños en toda la República, viajó a la urbe de hierro para recibir la medalla de bronce del Festival Internacional de Publicidad de Nueva York".

Por su parte, el director del IMER, expuso un nuevo proyecto el cual quedó en manos de Alberto Lozano quien produjo los programas "El planeta de los niños", "Los niños, sal y pimienta" y "La casa de los niños" y quien dijo que Radio Rin jamás cumplió con las expectativas trazadas, ya que el niño no tiene el hábito de escuchar la radio y que cuando lo hace, generalmente, es en compañía de algún adulto (10). Y fue así que Radio Rin desapareció del cuadrante dando paso a programas para niños en diversas estaciones del IMER y a diferentes horarios.

Se argumentó que se ampliaban los tiempos de emisión, ya que se transmitiría por todas las estaciones del país a diversos horarios. Tras este hecho Alejandro Montaña descalificó lo realizado

por el equipo de Radio Rin y acabó con un trabajo valioso no sólo por los niños que hicieron suya la estación, sino también por otros radiodifusores del mundo.

Tal vez el señor Montaña nunca se imaginó que la sociedad civil, esa que nunca apareció en los *rating* del INRA, protestara tanto públicamente como a través de los medios impresos. He aquí un breve resumen. En "el suplemento Jornada Niños", Jaime Whaley escribió (11): "Alejandro Montaña, director del IMER, ha determinado cambiar el formato de programación de Radio Rin, la estación de los niños. Se pretende hacer una estación como la mayoría de las que ocupan el cuadrante, esto es, musical y comercial. Una de las características de Radio Rin es que no había avisos comerciales. Ante este hecho habrá una manifestación de protesta frente al IMER por la reducción de los programas dedicados a los niños". Llegó el día de la manifestación infantil y así lo consigna la crónica periodística: "El sábado 19, un grupo de niños se reunió en la calle de Margaritas, en la Colonia Florida, para defender la radiodifusora dedicada a ellos: Radio Rin; la única de las mil 47 que existen en el país. Una de las 19 frecuencias del IMER, institución encabezada por Alejandro Montaña, "el mismo funcionario que meses atrás pretendió sin éxito dismantelar Radio Educación". El pretexto para su desaparición y conversión en estación especializada en deportes y música tropical, es la falta de rentabilidad y audiencia... mientras tanto, Marta Romo y siete productores renunciaron antes de convertirse en los sepultureros de su propio esfuerzo". (12)

Por fin, llegó el nuevo formato, que poco o nada aporta al las demás "rockolas" al aire, todo en aras de poder "comercializar y hacer autosuficiente" al IMER y a Radio 660.

Cuando pensamos en la simple comercialización para obtener más recursos, recordamos la plática que sostuvimos con el sub gerente de radio infantil (1989), voz de Estéreo Joven y de la "La hora nacional" del Distrito Federal, Enrique Lazcano quien dijo: "A los dueños de las estaciones comerciales sólo les interesa ganar dinero, por eso a veces escuchas música terrible, que sin duda es pagada. El día en que los que manejan la radio particular, piensen menos en la "lana" y un poco más en hacer cultura para el pueblo, ese día la radio podrá trascender". (13)

Luego del cambio, el IMER comenzó su publicidad que decía: "Todo el color de la música afroantillana y todo el calor de los deportes, por fin, en una estación de radio: Radio 660. Deportiva, divertida y tropical. Sintoniza el 660 de AM, escucha salsa, cumbia, rumba, merengue, ¡todos los ritmos!, entérate de las noticias y comentarios deportivos más importantes, todo el día, entre canción y canción y en nuestros programas especiales con Carlos Albert". (14)

3.1.4 Radio 710 (XEMP AM 710 khz 1 kw de potencia). La emisora XEMP se fundó el 1 de noviembre de 1961. Logró ser muy popular en sus inicios por transmitir música vernácula y era conocida como "La Charrita del Cuadrante". También Cristina Romo en su libro "La otra radio..." sostiene como antecedente de esta emisora a la estación independiente XEMPOC de onda corta y concesionada a Mercedes Arredondo de Tuero. Posteriormente pasó a manos de Radiovisión Mexicana por algún tiempo, antes de formar parte del consorcio Radio Fórmula.

En 1978 formó parte del Grupo RTC Radio, S.A y en 1983 con la creación del IMER se convirtió en Opus 710 La estación cultural, que serían el primer proyecto de una emisora cultural y antecedente de Opus 94.

A partir de los sismos de 1985, por las necesidades sociales de comunicar todos los sucesos que se desarrollaban se cambió el perfil a sólo noticias llamándose Radio Información.

A finales de 1989, XEMP cambia su programación y línea musical, aunque fue hasta el 30 de marzo de 1990 cuando se convirtió en Radio 710, "El perfil tropical del IMER", combinándola con información, cultura, deportes, educación, etc., bajo la gerencia de Griselda Alvarez. En realidad, este cambio no trajo nada novedoso, ya que retomó la fórmula sencilla de programar música tropical de diversas épocas así como la organización de bailes masivos de la corriente grupera. Aunque (con el criterio del *rating*, para esta época ya era director del IMER el doctor Gerardo Estrada Rodríguez) Griselda Alvarez asegura (según información manejada por el CNCA en el boletín número 1246): "La transformación de la estación fue positiva, porque el incremento de nuestro auditorio en apenas siete meses así lo demuestra. Lo que hicimos fue simplemente darle más difusión a la música popular, lo cual no quiere decir que vayamos a dejar la cultura a un lado, pero sí era necesario un cambio".

Para hacer más sonoro este cambio de formato se organizó un bailongo en el salón donde participaron grupos como "La morralla", y en esta ocasión los dirigentes del IMER indicaron que se pretendía revitalizar la cultura de la música popular y así poder llenar un hueco existente en este género, ya que en el cuadrante sólo hay dos estaciones que programan música guapachosa- bailable.

(15)

3.1.5 Láser FM (XHOF FM 105.7 mhz 30 kw de potencia). XHOF está adscrita al régimen de permiso. Perteneció al gobierno capitalino (DDF), con una potencia reducida sólo al Zócalo, pero al ser incorporada al IMER su potencia aumentó a 30 mil watts.

Durante varios años promovió fuertemente el rock en español, la poesía, etc., con un 95 por ciento de su programación en vivo, con lo cual lograba gran retroalimentación de sus escuchas. Durante este tiempo se llamó Estéreo Joven.

Uno de sus gerentes, Guillermo Medina, definía así a la emisora: "Estéreo Joven es un medio de animación socio-cultural con, de y para los jóvenes. Esto quiere decir que queremos animar a la cultura de los diferentes sectores de la población. Nos proponemos básicamente difundir las diferentes manifestaciones del rock y la música afroantillana, también es un medio de expresión para aquellos creadores que no tienen espacios donde manifestarse. Logramos en 1990 el interés de un buen número de jóvenes sobre temas como la literatura, el Sida, la sexualidad, los derechos humanos y la ecología.

"Hemos pretendido recuperar la cultura que se encuentra en las calles; los barrios, centros de trabajo y deportivos. Claro, no queremos imponer una cultura sino animarla. Estéreo Joven es una estación interactiva (sic), en donde hay libertad para expresar con las formas de comunicación adoptadas por la juventud. Esta libertad para manifestarse se debe a una renovación social y a una apertura democrática. Estamos al final del milenio y la cultura se renueva, al igual que los valores que nos rigen. Se trata de una modernización cultural".

Una de sus voces, Isabel Camargo, en entrevista en "El Nacional" habló a un año de haberse convertido en Estéreo Joven: "tratamos de dar una orientación, motivar la asistencia a los

espectáculos culturales, sobre todo en aquellos que sean entrada libre, o a bajos precios, para que no haya pretexto y la gente enriquezca su cultura".

Al referirse a la nueva tradición de locutores, aseguró: "Ya no existen locutores estrellas, aunque las imágenes se manejen a ese nivel, los que trabajamos en el Instituto Mexicano de la Radio somos naturales, no estamos acartonados y sobretodo nos comportamos igual dentro de la cabina que en la calle".(16)

Estéreo Joven logró conjuntar a un amplio grupo de personas denominado "Colectivo de Radio Escuchas de Estéreo Joven", su objetivo era buscar en la radio algo más que simple compañía musical, es decir, una radio alternativa y abierta al escucha. (17)

Sin embargo, a fin de generar dinero, luego de cinco años desaparece este proyecto para que nazca Láser FM, la cual es una copia de 97.7 o Yo 102, al programar baladas rítmicas en español de los grupos de moda por bloques de tres en tres. El objetivo, según la gerente Marcela Zalce Duplán es lograr una pluricultura musical combinando el rock mexicano y la balada. Al referirse a la comercialización de la emisora explicó que deben ser redituables para el Estado, hay que salir del estereotipo que se le ha dado a la radio estatal, porque están a la altura de cualquier otra estación del cuadrante... "no queremos ser una carga y estar sangrando el presupuesto federal" (18). A la salida de Alejandro Montaña del IMER su equipo emigró con él y Láser se quedó ahí, en el baúl de los pendientes.

3.1.6 Opus 94 (XHIMER FM 94.5 mhz con 50 mil watts de potencia). También Opus 94 está incorporada al régimen de permiso. Esta radiodifusora transmite exclusivamente música "clásica" o de cámara, además de series con buen contenido cultural, haciendo un valioso reconocimiento a los grandes compositores mundiales de música con calidad. Cabe hacer mención que esta emisora es la única que se instaló específicamente para el IMER, ya que se aprovechó la última frecuencia disponible de Frecuencia Modulada, ya otorgada al Instituto Politécnico Nacional (IPN), pero que nunca utilizó.

La locutora de Opus, María Guzmán, habló de los problemas económicos de la estación, así como de los bajos sueldos y de sus satisfacciones dentro de la radio cultural:

"Los locutores que trabajamos en el área cultural tenemos muchos problemas económicos, mientras que quienes se desempeñan en el ámbito comercial ganan lo que quieren, lo cual no es malo, todo depende de lo que te guste.

"En la radio comercial limitan tu creatividad profesional, porque los patrocinadores y los dueños te marcan pautas a seguir, mientras aquí en el IMER se busca difundir, mostrar los caminos que conducen a la cultura". (19)

Dentro de sus contenidos encontramos la transmisión de conciertos en vivo y en directo desde las salas.

Su actual directora es Carmen Strobl, quien ha colaborado en este proyecto desde que era Opus 710, cuando los problemas técnicos eran evidentes y las carencias superlativas, incluso los colaboradores prestaban sus discos. Carmen primero fue productora, cuando se aumentó la potencia a 50 mil watts y se programaban muchos conciertos en vivo, desde algunas salas o desde el estudio A del IMER. Para subsanar, de alguna manera, las carencias se formó un "Club de amigos de Opus 94", quienes colaboraban con material fonográfico en forma desinteresada.

3.2 RADIO UNIVERSITARIA (RADIO UNAM XEUN)

Radio Universidad (XEUN 860 khz AM 35 kw de potencia; XEUN 96.1 mhz FM 35 kw de potencia y XEYU 9600 khz onda corta, banda internacional de 31 metros). Radio UNAM, como se conoce comúnmente, tiene una gran historia, que inicia con el discurso del primer director de esta emisora Alejandro Gómez Arias aquel 14 de junio de 1937 y que se sintetiza así: (20)

"En esta forma la Universidad hace oír nuevamente su voz de siglos, la labor de su cuerpo colegiado, de sus médicos, de sus abogados, de sus ingenieros, de todos sus catedráticos, de los que sirven al país, del que la Universidad es esperanza y quiere ser ejemplo... Tiene la (Universidad) un amplio programa de extensión cultural por medio de la radio... no sólo para todo el país, también para el extranjero... Envío un saludo a las comunidades universitarias de provincia. A ellos nos dirigiremos para llevarles el dato científico más reciente, la voz de nuestros mejores profesores, las bibliografías más notables y cultas.

"Nuestras estaciones estarán al servicio del país en el intercambio de ideas políticas y sociales. Por ellas podrán transmitirse todas las tendencias, todas las ideologías, pues nuestra labor es de absoluto desinterés al servicio de las clases imposibilitadas de congregarse aquí. Estaremos, pues, al servicio de la cultura y al servicio del arte... la forma de este nuevo servicio de enseñanza y arte (será) tratando de dignificar la música y no de envilecerla... (la radio) se vuelve contra el hombre al transmitir música que degenera y envilece. Por eso las estaciones universitarias transmitirán las grandes obras musicales de todos los tiempos y también las melodías anónimas del pueblo, armoniosas y cristalinas cuando son auténticas. En alas de este instrumento prodigioso la Universidad Nacional se ofrece al país, queriendo que se le escuche y se le juzgue".

Aquel día 14 de junio aparecía brillante la publicidad en los diarios capitalinos donde se leía al calce: Radio Universidad Nacional XEXX 1170 kilociclos Onda Larga. Inauguración hoy lunes 14 de junio a las 20 horas. Eloise Roessler, Celia Teresa Pin, Orquesta Sinfónica de la Universidad Nacional, Trío Clásico, Anfiteatro Bolívar, boletos gratis en el departamento de acción social.

Sin duda, este acontecimiento vendría a determinar el manejo de la radio cultural en la sociedad mexicana, ya que de esta manera surgía otro modelo de la comunicación radiofónica en México, pues no era una emisora más de carácter comercial como la XEB o la XEW, ni otro tipo de radiodifusión gubernamental, sino un proyecto educativo de y para los universitarios. En esta época en que la radio mexicana se consolidaba y abría nuevas rutas, el proyecto universitario surgió como nuevo modelo radial, fue pionera en el ámbito cultural. Asimismo, la vanguardia en todas las artes definió su programación y asumió una clara postura hacia los escuchas, incluso, posteriormente muchas emisoras universitarias han seguido su formato. (21)

Tras la inauguración se nombró al primer director, el abogado Alejandro Gómez Arias (duró un año al frente). Como en toda su existencia, los recursos económicos de Radio UNAM era precarios, sin embargo, adquirieron dos transmisores *Collins*, *Western Electric*, uno de onda larga para XEXX y otro de onda corta para XEYU, que eran considerados en su época como de los mejores. Asimismo, se compró un piano. Como dato curioso se cuenta que el nieto de Porfirio Díaz, el ingeniero Ignacio Díaz, fue el encargado de montar la emisora en el estudio de Justo Sierra 16, en

dos cuartos del primer piso. La antena era un alambre que colgaba de un edificio a otro. Por cierto, el montar la emisora tuvo un costo aproximado de 12 mil dólares, pagando al contado dos mil y posteriormente en cómodas mensualidades el resto.

En una entrevista publicada en la Gaceta UNAM con motivo de los 50 años de la estación, Alejandro Gómez Arias recuerda los inicios: (22)

"La idea de una radiodifusora es muy vieja; desde los días de 1929, del movimiento por la autonomía universitaria. Una Universidad pequeña, como la de ese entonces parecía sentir la necesidad de saltar los muros y extender su acción. Limitadísima de recursos económicos, parecía que era ideal tener una radiodifusora.

--"¿Qué pretendía esa radiodifusora?

--"Usted lo sabe, lo elemental: apartarse en su programación y en sus fines de las grandes difusoras comerciales, crear un estilo nuevo y por supuesto no abandonar el propósito de toda institución universitaria, que es el de difundir la cultura. En nuestro proyecto figuraba también por supuesto la música nacional y el folklor, pero todo eso era una idea en cierto modo depurada y alejada de lo que las difusoras comerciales hacían. Creo que de alguna manera lo logramos, si no plenamente, sí como un inicio, como una simiente.

"De mis compañeros de aquella aventura puedo mencionarle al ya entonces famoso crítico musical don José Barrios Sierra; lo ayudaba en sus tareas don Manuel Angeles, y contamos también con don José María de los Reyes, a cuyo cuidado quedaron principalmente las antenas de nuestra radiodifusora, que estaba en la escuela de Ciencias Químicas, en Popotla. Nuestro locutor estrella fue el bachiller Alvaro Gálvez y Fuentes, que después, como usted sabe mejor que yo, ocupó un lugar importantísimo en la radio nacional.

"Como no podíamos pagar programas especiales y colaboraciones especiales, naturalmente era una estación casi sin programación rígida. Para mí, por supuesto, ha sido inmensamente emotivo seguir los pasos de Radio UNAM. Y cuando por ejemplo la radiodifusora en los días terribles del 68 siguió por algún tiempo transmitiendo sus programas, a mí me emocionaba eso mucho, porque era la

voz de los jóvenes, de los que nunca he estado separado, porque me recordaba hazañas de nuestra ya entonces remota juventud.

"--¿Cuántas horas de transmisión había al principio...?"

"-- En las mañanas dos horas, de las diez a las doce, y por las tardes, hasta el anochecer. Posteriormente agregamos al equipo normal una pequeña radiodifusora de onda corta, y esa naturalmente se oía muy lejos".

Para 1939 cambiaron sus siglas de XEXX a XEUN en la frecuencia de 860 kilociclos en AM (hasta 1956 la emisora universitaria mantuvo su programación en horario de 16:00 a 23:00 horas de lunes a sábado, de acuerdo al calendario académico de la UNAM, no había transmisiones los domingos, días festivos y periodos vacacionales.

En 1958 la estación cambió sus instalaciones a Ciudad Universitaria. El director era el doctor Efrén C. del Pozo. Para esta nueva etapa se adquirió equipo nuevo: el transmisor de Frecuencia Modulada de marca *Phillips* con mil watts de potencia. Así también, se creó el departamento de grabaciones y el de "Voz viva de México". En este proyecto se grabaron a Carlos Fuentes, Carlos Pellicer, Guadalupe Amor, Juan José Arreola, Juan Rulfo, Ignacio López Tarso, etc. En 1956 se inauguró la primera torre-antena de transmisión de 86 metros de altura.

También se daba mucho auge a los radioteatros y series cortas como "Un diálogo con un ángel", estelarizada por Carmen Montejó y dirigida por Héctor Mendoza.

3.2.1 Recuento de una radio comprometida

Radio UNAM ha tenido épocas muy brillantes, como la de los sesenta (cuando estaba de director Pedro Rojas y posteriormente Max Aub). La emisora se encontraba ubicada cerca de la Alberca Olímpica (eran nuevas instalaciones) y esto lo recuerda Carlos Monsiváis. (23) En este periodo estaba colaborando en la emisora Carlos Fuentes y Fernando Solana en la crítica política; Rosario Castellanos, José Emilio Pacheco y Sergio Pitó de comentaristas bibliográficos (con intervenciones esporádicas de Gabriel García Márquez, Juan García Ponce y Emmanuel Carballo); Elena Poniatowska hacía entrevistas, Luis Cardoza y Aragón en la crítica de artes plásticas, Juan López Moctezuma en la serie de jazz, José Antonio Alcaraz en los comentarios musicales y Carlos

Monsiváis con reseñas de cine. Pero la estación también daba oportunidad al teatro con Juan José Gurrola, Oscar Chávez, Aurora Molina, Ana Ofelia Murgía, Luis Heredia, Claudio Obregón, Nancy Cárdenas, etc. También se recuerdan las voces de Bill Chávez, Antonio Bermúdez y Rodolfo Sánchez Alvarado.

Dos hechos estremecieron los micrófonos de Radio UNAM. El primero fue la invasión a Bahía de Cochinos, que provocó que intelectuales y trabajadores tomaran la emisora para hablar airadamente de este hecho con libertad. El segundo, ya como director Joaquín Gutiérrez Heras durante los días del movimiento del 68 de lo cual Carlos Monsiváis lo recuerda así: (24)

"Desde el principio, desde el 27 de julio, Radio UNAM apoyó al movimiento, denunció la represión, le hizo propaganda a los actos y las marchas, pasó por control remoto los domingos literarios organizados en la explanada de rectoría por la Asamblea de Intelectuales y Artistas... El director de Radio UNAM, Joaquín Gutiérrez Heras, se negó a cualquier censura, y sólo pidió un lenguaje racional, a la altura de la actitud mostrada por brigadistas y manifestantes.

"Yo combinaba el montaje de la serie del Consejo nacional de Huelga (CNH) con las parodias de "El cine y la crítica", centradas exclusivamente en la ridiculización del aparato represivo... Luego de la ocupación militar de Ciudad Universitaria (del 18 al 23 de septiembre), los diputados, el inefable Octavio Hernández (a quien premiaron con la Secretaría General del DDF) y el locutor Luis M. Farías (a quien obsequiarían la gubernatura de Nuevo León, el control político de la Cámara de Diputados y la alcaldía de Monterrey), insultaron con rencor y con vileza al rector Barros Sierra, y atacaron al adoctrinamiento subversivo, impartido desde Radio UNAM. De modo tajante Barros les contestó a "esas personas menores y a quien las mandaba", pero por unas semanas Radio Universidad salió del aire. Se volvió al trabajo semanas después del 2 de octubre. En esos días, vi al rector agobiado, tenso, muy lúcido. Me recomendó serenidad, y me pidió que continuase haciendo el programa, pero durante unos meses el humor nos estaba negado... En octubre de 1970, concluyó la serie. En la década siguiente Radio Universidad y Radio Educación consolidarían su sitio privilegiado en el esquema de las oportunidades culturales en México. Y eso significó, en primer término, el derecho irrenunciable a la crítica".

En 1973 se adquirió el terreno para instalar la planta transmisora de onda larga en el antiguo Rancho el Arbolillo en Ticomán, Distrito Federal y un año después el director de Radio UNAM Max Aub puso en funcionamiento el nuevo equipo de transmisiones de AM con 50 mil watts de potencia de radiación diurna y 25 mil watts para la emisión nocturna.

Uno de los programas más antiguos y sobresalientes, es sin duda, el iniciado en 1971 conocido como "La guitarra en el mundo", conducido y elaborado por Juan Helguera.

Para 1976 el rector Guillermo Soberón corta el listón a las nuevas instalaciones ubicadas en Adolfo Prieto 133, también se compró nuevo equipo, pero para Frecuencia Modulada el cual se maneja en estereofonía con 20 mil watts de potencia y se creó la audioteca, asimismo, se adquirieron teletipos por los cuales se reciben las noticias de todo el mundo. En memoria del gran músico mexicano Julián Carrillo se inauguró el Auditorio de Radio UNAM con un concierto y una placa conmemorativa que lleva su nombre. El auditorio Julián Carrillo ha servido no sólo para la emisora, sino para presentar obras de teatro, conciertos, etc.

El 20 de abril de 1982 salió al aire la serie "En la ciencia", es digno de mencionar lo anterior pues los espacios para la difusión científica son mínimos en la llamada radio cultural y por supuesto en la comercial no existen. Para lograr que se emitiera la serie "En La ciencia", se argumentó que: (25) "En nuestros días, buena parte de la cultura de las sociedades se reproduce e induce a través de los medios masivos de comunicación. Y una gran ausente en sus mensajes es, precisamente, la ciencia, pues si bien existen programas que abordan temas científicos, éstos son aislados del resto de los mensajes. Los dramas y programas de "distracción y entretenimiento" están acusadamente infestados de ignorancia, prejuicios y supersticiones. En el ámbito de las noticias, la ciencia sólo llama la atención de los periodistas cuando da lugar al escándalo, al alarmismo".

En 1975 entra a Radio UNAM el escritor y Tomás Mojarro, conocido por su auditorio como "El Valedor", quien a casi 20 años de trabajo ininterrumpido ha mantenido sus programas "Pensamientos e ideas de hoy", "Palabras sin reposo", "Paliques y cabeceos" y "Domingo siete", (aunque sus primeras series se llamaron "Charlas sin sentido" y "Sábado seis"). En una entrevista que le realicé en 1991 definió muy claramente su postura ante los medios masivos de comunicación:

"Entiendo perfectamente que los medios de comunicación están al servicio del sistema político y social imperante. Están regidos por ciertas reglas no escritas que se deben acatar y que cuando alguien no las respeta es cercenado de ese medio. Lo he vivido en carne propia cuando fui expulsado de los canales de televisión 11 y 13 del Distrito federal; del canal 4 de Veracruz; canal 8 de televisión mexiquense, así como del diario Ovaciones". Sin duda, Mojarro ha sido una respiradera para la libertad de expresión en radio y fuente inagotable de los otros puntos de vista que no se comentan en los medios comerciales. Aunque para ser justos, Radio UNAM contaba con extraordinarios comentaristas como Carlos Illescas, Edmundo Valadés, Juan López Moctezuma, Verónica Ortíz, Augusto Benedico, etc.

En 1986 en la administración de Beatriz Barros Horcasitas se iniciaron las gestiones para la adquisición de un transmisor de AM para sustituir el que está, pues está funcionando desde hace 20 años. Asimismo, el DDF donó a la UNAM un terreno de 2,250 m2 ubicado en el km. 4.5 de la carretera al Ajusco, para una antena terrena. Pero lo más significativo fueron las pláticas y debate entre universitarios y autoridades, cuando el rector Jorge Carpizo Mc Gregor (hoy secretario de Gobernación) impulsó varias medidas con el fin de aumentar las cuotas y pagos de servicios a los estudiantes, quienes en protesta realizaron una huelga y casi paralizaron a la ciudad de México, logrando detener las medidas. Esto significó además la apertura de la radio (aunque sea la cultural) al debate entre grupos y que se plantea retomar en las campañas presidenciales en 1994. Incluso, desde esta época se mantuvo una estrecha comunicación entre Radio UNAM y el Congreso Universitario, muestra de ello son las cifras que se dan en 1991; cuando hubo 10 enlaces con el Congreso que utilizaron tanto en AM como en FM, así también, se impartieron cursos de locución, etc. (26)

Algunos de los reconocimientos obtenidos por Radio UNAM son: Premio Nacional de Comunicación en 1981 en noticiarios; Premio de Periodismo y de Información "Entrevistas Radio UNAM" en 1982; XV Certamen Nacional de Periodismo de 1984, entregado por el Club de Periodistas; Premio Nacional de Periodismo y de Información en el rubro de Divulgación Cultural en 1982 y 1985; Diploma por su actividad en los terremotos de 1985.

La década de los noventa, ya como director Alberto Dallal y posteriormente Fernando Escalante Sobrino (este último tomó posesión el 11 de abril de 1991), trajo una serie de problemas entre las autoridades y los trabajadores de base, que salieron a la luz a la entrada del actual director de Radio UNAM Eraclio Zepeda.

Los conflictos comienzan cuando se anuncian cambios tanto en programación como en personal y así lo sintetizaba un boletín de prensa emitido por Radio UNAM el 14 de junio de 1991: "Entre los cambios que se han iniciado, destaca la adopción de una política de servicio universitario a la sociedad, como lo demuestra la barra de programas dirigidos al público de diversos estratos sociales, que de lunes a viernes ocupan el horario de mediodía, en los que se ofrece información y soluciones a inquietudes específicas de la ciudadanía.

"Uno de los objetivos de Radio UNAM es el equilibrio entre la programación musical y la hablada. De aquellos dos o tres cuartitos en la preparatoria de San Ildefonso -como apuntaba Carlos Monsiváis- hasta las actuales instalaciones de la Colonia del Valle, con sus plantas retransmisoras en Ticomán y el Ajusco, Radio Universidad Nacional Autónoma de México celebra con la comunidad universitaria, el quincuagésimo cuarto aniversario de su existencia, para continuar con su tarea de ser enlace entre el acontecer científico-académico y cultural de la UNAM y la sociedad mexicana".

También se han presentado diversas censuras tanto en noticiarios como en programas: "'Palabras vivas' es el programa radiofónico conducido por Verónica Ortíz y que se transmite todos los jueves de 9 a 10 de la noche desde hace casi cinco años. No obstante el tiempo transcurrido, no tiene apoyo de Radio UNAM. La emisión ha sufrido las carencias de la estación e incluso los cambios de directores: Beatriz Barros censuró un programa sobre "Laguna Verde" y Alberto Dallal propició el cambio de nombre del programa a "De amores y desamores". (27)

Con algunas protestas y paros de labores Radio Universidad seguía trabajando y logrando algunas cuestiones interesantes como la coproducción de radioteatros (con Radio Pacífica de Nueva York), la producción de la radiópera "Pedro Páramo", transmisiones a Europa como el concierto desde la sala Carlos Chávez a 22 países (28), cursos y ser la sede de la Reunión Extraordinaria de Radiodifusoras y Productoras Universitarias de Radio, dentro de este marco Radio UNAM inauguró

el nuevo transmisor para Frecuencia Modulada con 35 mil watts de potencia y dos cabinas para FM llamadas Max Aub y anunció la separación de señales de AM y FM. En esta reunión salieron a la luz propuestas, así como los graves problemas que enfrentan estas emisoras, he aquí una síntesis de los puntos más sobresalientes: (29)

"La Reunión Extraordinaria de Radiodifusoras y Productoras Universitarias de Radio buscó fortalecer los vínculos interinstitucionales entre las diferentes emisoras y productoras de radio, con la finalidad de lograr propuestas que permitan a la radiodifusión universitaria, competir con calidad y cantidad en producción de programas, propósito señalado en reuniones anteriores.

"Durante la reunión se propuso la creación de un noticiario nacional universitario, mismo que tendría la finalidad de dar a conocer a las diferentes comunidades los avances en los centros escolares.

"El problema principal es de carácter económico, que no permite el desarrollo de las estaciones y limita el cumplimiento de sus objetivos; se deben buscar formas de financiamiento alternativas al presupuesto ordinario otorgado por la Universidad. Reconocemos que existe la necesidad de organización de las estaciones con el propósito de enfrentar problemas comunes y de realizar coproducciones. Asimismo, urge rescatar técnicamente a las emisoras, adquiriendo nuevas tecnologías, actualizar y capacitar al personal con el fin de encontrarse en mejores condiciones de participar en la modernización de la Educación superior del país.

"Este documento contiene una propuesta para adicionar un párrafo al artículo 53 de la Ley Federal de Radio y Televisión con el propósito que permita a las estaciones universitarias recibir recursos financieros vía patrocinio". Firmaron 23 institutos de educación superior.

Al saber los trabajadores de base de Radio UNAM las propuestas de autofinanciamiento y el cambio de director en 1993, enviaron una carta al periódico "El financiero" (30), en la cual pedían un director competente y capaz, sobre todo por el rumor que se había generado de que Fernando Chamizo o Antonio Morales (colaboradores de Fernando Escalante) aspiraban al puesto: "La base de Radio UNAM manifiesta su más completo repudio y desacuerdo al posible nombramiento que se está manejando de Fernando Chamizo o Antonio Morales, al cargo de la emisora universitaria".

En una nota cargada de calificativos aparecida en la misma fecha, pero en el periódico "El Universal Gráfico", firmada por Román R. Christfield, encabezada así: "Quieren privatizar Radio Universidad", se lee: "Uno de los pocos orgullos de la Universidad Nacional Autónoma de México lo constituyó Radio UNAM, una emisora que hace apenas una década todavía marcaba la pauta del quehacer radiofónico en México. Hoy, hundida en la pena sin gloria, "ai" la van pasando. Sus últimos directores: Beatriz Barros Horcasitas -pésima-, Alberto Dal(l)al Martínez -megalómono- y Fernando Escalante -el peor en toda la historia de Radio UNAM- más que levantar la estación la hundieron más aún..."

"Ahora, no obstante todas las agresiones laborales en contra de los trabajadores, el maestro Gonzalo Celorio, recién ratificado en la Coordinación de Difusión Cultural, pretende premiar a este siniestro personero -Chamizo- con el único fin de privatizar a Radio UNAM, único espacio propio de los universitarios dentro y fuera de los recintos académicos, único foro de análisis y contenido, de conciencia crítica y fundamentada en este país inundado de radios comerciales.

"Ya enviaron invitaciones a todos los bancos para que patrocinen diversos espacios en esta emisora. Hicieron lo propio con otras empresas nacionales y transnacionales, y sólo esperan respuesta para iniciar, o más bien continuar, el esquema de privatizar en breve, la radio de las conciencias de este país..."

Bajo este clima el rector José Sarukhán Kermez designó al escritor Eraclio Zepeda como nuevo director de Radio UNAM, quien poco a poco ha ido implementando políticas de saneamiento y organización dentro de Radio UNAM. Pese a ello esta institución sigue siendo un páramo importante para aquel auditorio que busca más allá de la manipulación de los medios comerciales.

3.3 RADIO CULTURAL (XEEP)

Radio Educación (XEEP 1060 khz AM 50 kw de potencia y XEPPM onda corta 6181 khz en la banda de 49 metros). Sin duda alguna Radio Educación se ha convertido en una emisora importante para la cultura mexicana, pese a sus problemas financieros, estructurales, del sindicalismo reacio a los cambios y a sus vaivenes sexenales, hoy XEPP es una alternativa dentro del cuadrante.

Dentro de la radio conocida como cultural (al lado de Radio UNAM) ha servido para que la sociedad tenga alguna alternativa radiofónica y de crítica social, sin embargo su futuro se ve nublado debido a que los gobiernos neoliberales no tienen ninguna propuesta cultural y mucho menos referente a los medios masivos, incluso se maneja insistentemente la posibilidad de privatizar a las empresas de comunicación pertenecientes al Estado, con lo cual peligrará Radio Educación.

Por otra parte, la sociedad está reclamando, cada vez con más insistencia, que la radio (tanto cultural como comercial) se abra a las diferentes corrientes de pensamiento tanto políticas, científicas, sociales como económicas y culturales. Todo podrá cristalizarse si los partidos políticos, organizaciones civiles, culturales, sindicatos, estudiantes, maestros, científicos, asociaciones, fundaciones, etc. se unen y exigen no sólo un espacio dentro de las emisoras existentes, sino de sus propias estaciones.

3.3.1 De la CZE a XEEP

El Estado, desde los inicios de la radio, ha tenido estaciones a su servicio, este es el caso de la JH, perteneciente a la Secretaría de Marina y la CZE Cultura y Educación, esta última data del 15 de julio de 1924 -aunque en realidad comenzó a operar hasta el 30 de noviembre del mismo año- y es el antecedente más remoto de lo que hoy conocemos como Radio Educación.

Al igual que Radio Universidad, la historia de Radio Educación ha pasado por periodos muy difíciles y accidentados. La emisora de la Secretaría de Educación Pública, comenzó a radiar el 30 de noviembre de 1924, con las siglas CYE, es un fruto tardío de los anhelos del maestro José Vasconcelos, ya que este pensador mexicano creía que la radio era el instrumento ideal para dar cima a sus proyectos. La primera gran exclusiva de la radio cultural fue una información noticiosa: el 17 de julio de 1928, Radio Gobernación dio a conocer minutos después de ocurrido, el asesinato del presidente electo Alvaro Obregón.

Como lo cita la investigadora y profesora universitaria Alma Rosa Alva de la Selva (31) Radio Educación fue bien vista desde sus inicios: "En 1924 comenzaban las pruebas radiotelefónicas para lanzar al aire la primera estación cultural del país, la CYE, que después de varias vicisitudes y ausencias periódicas en el cuadrante reapareciera, firme, como XEEP, Radio Educación, en 1967".

Para 1928 sus siglas cambiaron a XEFC, de acuerdo a la Conferencia Internacional de Comunicación que otorgó a México el uso de los indicativos XE. Con múltiples deficiencias y cortes de señal al finalizar el sexenio de Lázaro Cárdenas del Río, en 1940 suspendió sus emisiones para reiniciarlas en los cincuenta, reducida a una pequeña oficina, dos estudios y sus respectivas cabinas de grabación. Ya como presidente, Adolfo López Mateos, creó la Unidad de Grabaciones de la Secretaría de Educación Pública (SEP), instalando estudios que en un principio sirvieron para que la emisora saliera al aire en manos de maestros normalistas rurales y más tarde fueran las instalaciones de Radio Educación.

Entre 1967 y 1968, la estación se convirtió definitivamente en Radio Educación bajo las siglas de XEEP en el 1060 khz AM con 20 mil watts de potencia. Se marcaban como objetivos específicos de la emisora los siguientes: Apoyar la enseñanza a cargo de la SEP, especialmente la abierta; promover y difundir programas de interés cultural y científico; transmitir programas que tiendan al mejoramiento del nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.

Con una antena nueva y transmisor de 50 mil watts de potencia inauguró en 1976 sus oficinas (que utiliza en la actualidad), ubicadas en Angel Urraza 622 Colonia del Valle).

El 22 de noviembre de 1978 se firmó el acuerdo 21 con la Secretaría de Educación Pública, en el cual se le otorga a Radio Educación un carácter de organismo desconcentrado y con ello, autonomía para diseñar su futuro y su programación, con lo cual vivió momentos de creatividad importantes.

En diciembre de 1988, Radio Educación se incorporó al recién creado Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), y un año después, reestructuró su programación con base a los hábitos radiofónicos y las necesidades de información que se manifiestan en las siguientes estadísticas (proporcionadas por la misma emisora): el 52 por ciento de su programación se basa en programas de diversos tópicos educativos y culturales que expresan la pluralidad étnica, regional de nuestro país, en tanto las series noticiosas, periodísticas y de orientación social ocupan el 12.9 por ciento de la programación y 35.1 por ciento se reparte entre programas musicales (o simplemente música), anuncios informativos, conciertos en vivo, recreativos y series que reflejan los problemas cotidianos

de la urbe. Su auditorio oscila entre niños, jóvenes (sobretudo universitarios) y adultos (profesionistas). Los principales puestos de dirección son: el director general y varias áreas o subdirecciones como la técnica administrativa, producción y planeación, información, etc. Con respecto a sus tarifas, encontramos que tiene dos precios, uno para el sector público y otro para el privado, este último más elevado, sin embargo, son precios muy accesibles, por ejemplo, para 1993 un programa de 5 a 10 minutos tenía un costo de 750 mil pesos viejos y el costo por minuto era de 250 mil pesos viejos.

Sus principales áreas de cobertura radiada son: Distrito Federal, Estado de México, Tlaxcala, Morelos, Puebla, Hidalgo, Querétaro y parcialmente Guanajuato, Michoacán y Guerrero.

3.3.2 Situación actual

Bajo esta perspectiva en enero de 1989 llega a esta emisora como director Alejandro Montaña Martínez, quien tras un año y diez meses hizo un balance de sus actividades (información que obtuve al entrevistar al señor Montaña). Cabe hacer mención que en esta entrevista el señor Montaña pensaba diferente de los patrocinios, de los cuales no buscaba que fueran comerciales, viraje notorio en su estancia en el IMER como ya se señaló al inicio de este apartado, asimismo, pensaba en ese momento que existía un hueco importante con respecto a la atención a los niños (en el IMER desapareció la única emisora infantil en el mundo): (32)

"... estamos viviendo una coyuntura de grandes proporciones, y nunca como ahora nos encontramos ante una sociedad tan participativa y demandante, con tantos deseos de propiciar el cambio y coadyuvar con medidas positivas para el bienestar del país. Asimismo, los medios masivos han logrado comunicarse efectivamente con su auditorio. Este es uno de los objetivos de Radio Educación.

"Durante muchos años la estación ha consolidado una personalidad y estilo propios para difundir la cultura y los avances tecnológicos, con lo que hemos logrado ser un enlace directo con la sociedad civil y el Estado.

"--¿Cuáles fueron los resultados de la encuesta?"

-- Encontramos que los jóvenes no estaban contemplados en la programación de Radio Educación, de ahí que elaboramos la barra "Rock en la urbe", con duración de dos horas que ha tenido un éxito considerable y un acercamiento sólido con los jóvenes. Además, se complementó con programas diseminados durante toda la semana, logrando incrementar en buena medida nuestro público juvenil, resultado que se corroboró con el informe de mayo de este año.

--¿Qué pasó con el público infantil?

-- Los resultados de la multicitada encuesta nos revelaron el hueco que no se ha llenado con respecto a la programación infantil. En este sentido se ha planteado la manera de subsanar este espacio y ahora están a la puerta dos programas para los infantes que se transmitirán por la mañana.

--¿Cuentan con los recursos necesarios para lograr los objetivos señalados?

--Los recursos son bajos. Además, se acabó con el mito del Estado protector. Ahora la emisora debe generar ingresos frescos, que permitan concluir todos los proyectos.

"Hay un proyecto para encontrar patrocinadores, con esto, no quiero decir que exista la perspectiva de comercializar a Radio Educación, que es eminentemente cultural; sólo se aceptarán patrocinios cuando no se afecte el contenido programático de la estación."

Aunque no se tienen datos, Radio Educación es una de las emisoras que cambia más continuamente su programación, un ejemplo fue en agosto de 1991 cuando se presentaron 20 programas nuevos, y que para 1992 llegó a más de 70 nuevas series y mil quinientos programas producidos en combinación con diversas instituciones culturales y en 93, hasta mayo, 15 más (33). Así también, fijó sus nuevas propuestas en una información de prensa fechada el 1 de septiembre de 1991. "Los cambios han tenido como antecedente y fundamento, las conclusiones de una encuesta sobre hábitos de radioescuchas en el Valle de México, ejecutada para esta emisora en agosto de 1991 por una empresa especializada. El citado estudio arrojó los siguientes datos: (34)

"El auditorio de Radio Educación está conformado predominantemente por escuchas de entre 20 y 59 años; con ingresos superiores a la media nacional, y que se desempeñan profesionalmente, sobre todo, en el sector público.

"Destaca el hecho de que los oyentes de Radio Educación son conscientes de los objetivos de la emisora, demuestran complacencia y están de acuerdo, en términos generales, con su programación.

"Es de señalarse, con todo, que ese mismo auditorio demandó mayores espacios para abordar temas relacionados con la familia, la ecología, la salud y la ciencia".

Dos hechos han significado de manera importante la vida de esta emisora: uno es la existencia de su sindicato, el cual ha sido combativo, pero a la vez no propicia cambios en favor de la emisora y es de los pocos que ha presionado a las autoridades para ganar sus demandas. Incluso, uno de sus líderes, Marcial Alejandro, afrontó una huelga de hambre para pedir se solucionaran sus demandas. La otra circunstancia importante fue el surgimiento de lo que sería el primer Club de Radioescuchas en el país, marcando el rumbo de la estación que impulsó otra forma de hacer radio, aunque causó mucha polémica.

Dentro de los directores de Radio Educación encontramos en 1968 a Carmen Millán, luego vino Gerardo Estrada, el periodista Miguel Angel Granados Chapa, José Antonio Alvarez Lima, al cual le siguió Héctor Murillo Cruz, Alejandro Montañó Martínez y actualmente Luis Ernesto Pi Orozco. (35)

En 1991 Radio Educación incorporó a su programación el primer programa sobre derechos humanos titulado "Respuesta", ésto es significativo, porque de verdad era un reclamo popular. La serie fue dirigida por la Comisión Nacional de Derechos Humanos y aunque no se logró tocar los temas de raíz, sí nos permitió a los radioescuchas darnos cuenta de las graves deficiencias que tiene el país en este rubro, además, nos amplió el horizonte, pues los derechos humanos van desde los niños hasta los ancianos, de cualquier estrato social (36). Asimismo, realizó programas de coproducción con el CNCA, Programa Cultural de las Fronteras, INBA, SEP, Fondo de Cultura Económica, CONACYT, Consejo Consultivo de la Ciudad de México, Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Refrescos Pascual, Grupo Interdisciplinario de Sexología, Pronósticos Deportivos, Telcel, entre muchos otros, con el fin de poder ahorrarse recursos o generar ingresos que permitieran avanzar más a la emisora. En el mismo caso está el programa "Aquí y ahora la

ciudad", conducido por el actor Héctor Suárez, auspiciado por el Consejo Consultivo de la Ciudad de México, que tuvo buena aceptación. (37)

En la década de los noventa, la emisora de la SEP ha dado mucho auge a las radionovelas y series dramatizadas de pocos capítulos. Algunos de estos trabajos son: "La casa que arde de noche" basada en la obra de Ricardo Garibay, guión de Martha Jasso y estelarizada por Alonso Echánove, María Rojo, Ana Ofelia Murgía, y Claudio Obregón (38); "Historia verdadera de la Conquista de la Nueva España", estelarizada por Ignacio López Tarso, Claudio Obregón, José Carlos Ruiz, Martha Aura, entre otros; "Los de abajo", de Mariano Azuela; "El águila y la serpiente" de Martín Luis Guzmán; "El llano en llamas" de Juan Rulfo; "Balum Canan" de Rosario Castellanos; "La tregua" de Mario Benedetti; "Batallas en el desierto"; "Jesusa" (39); "El manuscrito encontrado en Zaragoza"; "Las muertas"; "Casi el paraíso"; "Cuentos de Guy de Maupassant", en coproducción con el Instituto Francés de América Latina (IFAL) entre los cuales encontramos "La mosca", "Bola de cebo", "Un hijo", etc.

Tras más de un año de que Francisco Huerta saliera del aire en XEX y peregrinara en busca de un espacio, Radio Educación, bajo la dirección de Luis Ernesto Pi Orozco da la oportunidad para que "Voz Pública" vuelva al aire y el 2 de marzo de 1992 reinicia esta serie con una hora de transmisión, con el mismo formato de denuncia contra las autoridades incompetentes. Otro caso fue el de Marta Romo, quien luego de que desapareció Radio Rin, se incorporó a la emisora de la SEP.

En 1992 Radio Educación inició el plan para separar su señal de AM y onda corta, primero construyendo una cabina especial para la transmisión de onda corta que radiará con una potencia de 100 kw en los 6185 khz de la banda de 40 metros y que llegará a Noruega, Suecia, Canadá, Estados Unidos, y varias regiones de Sudamérica y Asia. En la propuesta de onda corta por parte de Miguel García de Fernando sobresalen los siguientes puntos: (40)

"Con la finalidad de proporcionar un servicio internacional adecuado a la gran cantidad de escuchas de las frecuencias de onda corta de todo el orbe, Radio Educación separa las señales, de tal forma que XEPPM-OC pueda mantener una comunicación más directa y próxima con la audiencia internacional.

"Son varios los objetivos que se buscan cumplir con esta medida, siendo los más importantes, el de poder servir como un vehículo informativo de la realidad nacional, con las características propias de los programas noticiosos de Radio Educación, plurales, objetivos, veraces y oportunos. De esta forma la emisora estará en posibilidad de proporcionar a todo el mundo una visión clara de lo que acontece en el país...

"La separación de AM y onda corta... implica una serie de tareas y actividades que se han programado para realizarse en el presente año de 1993. Estas iniciarán en el mes de mayo, de tal forma que para enero de 1994 el proyecto pueda consolidarse... La transmisión será mayoritariamente musical, estructurada en segmentos dedicados a diversos géneros, estilos o regiones, con un 50 por ciento dedicado a la difusión de la lírica mexicana, un 25 por ciento de Iberoamérica y el restante 25 variada del resto del mundo.

"La locución, bilingüe desde el inicio (español-inglés), se fundamentará en la presentación de la música y sus intérpretes, con breves notas sobre las regiones del país y acuse de recibo de la correspondencia que llega de todo el mundo".

También se planteó la necesidad de contar con una unidad móvil de apoyo a las transmisiones en vivo.

La última noticia importante se dio a conocer justo en los festejos de los XXV años de Radio Educación, en esta ocasión el director Luis Ernesto Pi Orozco, anunció que un nuevo transmisor *Harris Dx 50* de tecnología digital, se encuentra ya instalado y en funciones de prueba en la planta transmisora para alcanzar 50 mil watts de potencia y así, mejorar la sintonía y fidelidad de su señal. El nuevo equipo representa un considerable ahorro de energía eléctrica, y la eliminación de emisiones de frecuencias no deseadas y de interrupciones constantes en la transmisión, ya que por varios años Radio Red "empujaba" la señal de XEEP o simplemente la "tapaba", ocasionando interrupciones constantes.

Asimismo, Pi Orozco indicó que en el transcurso del año (en 1993) se instalará otro transmisor con las mismas características y mediante un acoplador se alcanzará la potencia de 100 kw, lo que redundará en que la señal llegue a otros estados circunvecinos.

NOTAS BIBLIOGRAFICAS DEL CAPITULO TRES.

- 1 Revista Mexicana de Comunicación No.21 enero-febrero de 1992 pág.24.
- 2 El Nacional 5 de noviembre de 1991 sección Espectáculos pág.7. Es importante hacer mención que este estudio de "Rocío..." es muy interesante y valdría la pena realizar un estudio posterior para conocer la metodología que siguieron para la realización de esta radionovela de orientación sobre el mal del SIDA.
- 3 El Nacional 14 de agosto de 1990 sección Carteleras.
- 4 El Nacional 10 de diciembre de 1990 sección Espectáculos pág.5
- 5 El Nacional 17 de junio de 1992 sección Espectáculos pág.5.
- 6 El Nacional 17 de septiembre de 1990 sección Espectáculos pág.10.
- 7 El Nacional 31 de diciembre de 1989 sección Espectáculos.
- 8 La Jornada 2 de septiembre de 1991 pág.1,4.
- 9 El Nacional 4 de febrero de 1991 sección Espectáculos.
- 10 El Nacional 15 de octubre de 1991 sección Espectáculos Pág.5.
- 11 Jornada niños 19 de octubre de 1991 pág.1.
- 12 El Financiero 21 de octubre de 1991 pág.82.
- 13 El Nacional 8 de noviembre de 1989 sección Espectáculos pág.10.
- 14 Anuncio aparecido en Radio tips No.21 julio de 1992.
- 15 El Nacional 6 de abril de 1990 sección de Espectáculos
- 16 El Nacional 23 de octubre de 1989 sección Espectáculos.
- 17 Revista Radio tips No.5 marzo de 1991 pág.44-45.
- 18 Revista Anonimato y Fama No. 4 octubre de 1993 Pág.22.
- 19 El Nacional 31 de octubre de 1989 sección Espectáculos.
- 20 Gaceta UNAM (suplemento especial) 1987, pág 2.
- 21 Revista Radio Universidad Nacional Autónoma de México, realizada por la Coordinación de Difusión Cultural del 16 al 31 de enero de 1990 pág.3.
- 22 Gaceta UNAM (suplemento especial) 1987, pág 7.
- 23 *Ibídem* pág. 10.
- 24 *Ibídem* pág. 11.
- 25 *Ibídem* pág. 18.
- 26 Revista Radio Universidad Nacional Autónoma de México, realizada por la Coordinación de Difusión Cultural del 15 al 31 de enero de 1991 pág.7 y 10.
- 27 El Financiero 26 de septiembre de 1991 pág.55.
- 28 El Nacional 10 de octubre de 1992 sección Espectáculos pág.5.
- 29 Información mecanografiada con fecha de 22 de septiembre de 1992.
- 30 El financiero 28 de enero de 1993 pág. 79.
- 31 Gaceta UNAM (suplemento especial) 1987, pág 22.
- 32 El Nacional 23 de octubre de 1993 sección Espectáculos pág.22.
- 33 El Nacional 29 de mayo de 1993 sección Espectáculos pág.5.
- 34 Información periodística de Radio Educación.
- 35 El Nacional 29 de mayo de 1993 sección Espectáculos pág.5.
- 36 El Nacional 11 de enero de 1991 sección Espectáculos pág.5.
- 37 El Nacional 22 de agosto de 1991 sección Espectáculos pág.5.
- 38 El Nacional 5 de febrero de 1990 sección de Espectáculos.
- 39 El Nacional 17 y 19 de julio de 1990 sección Espectáculos.
- 40 Información periodística dada a los medios de comunicación. y El Nacional 18 de marzo de 1992 sección Espectáculos pág. 5.

4 CAPITULO CUATRO: PERSPECTIVAS DE LA RADIO EN EL DISTRITO FEDERAL

A lo largo de la historia, la radiodifusión mexicana ha pasado por diferentes etapas: la experimental o de aficionados, que dio pauta para que Constantino de Tárnava diseñara el primer radio transmisor de galena en Monterrey, por allá de los años de 1919-1921. La radio en su inicio, desarrollo y auge, fue formadora de ídolos en el canto y en el micrófono (en la canción están Pedro Infante, Jorge Negrete, Agustín Lara y muchos más, en el micrófono a Pedro de Lille, Manuel Bernal, Ignacio Santibáñez, etc.), sobretodo en las emisoras pioneras: XEB, XEW, XEQ y XEX. Posteriormente, vendría la exacerbada comercialización y saturación del cuadrante. Aunado a esto llegó la televisión, que propició que la radio se convirtiera en una sinfonía al aire, con escasa creatividad y pocas opciones para el auditorio.

A partir de la década de los ochenta vivimos un resurgimiento de la industria, con estaciones noticiosas, "habladas" o de opinión, de música especializada y en otros idiomas. Aunado a estas opciones, la radio ha encontrado un potente aliado: la tecnología (satélites, discos compactos y sonido digitalizado) que le ha dado otra dimensión y una opción frente al próximo milenio, aunque en mayor medida por la tecnología que por creatividad o pluralidad ideológica. Sin embargo, dentro de la industria de la radio encontramos voces autorizadas que han sido partícipes de la radiodifusión actual y ellos son los hacedores de la radio, quienes con sus experiencia y análisis crítico nos dan su perspectiva sobre el futuro inmediato de la radio, o los posibles caminos que puede tomar, claro, a partir de su propia visión.

4.1 LOS HACEDORES DE LA RADIO

Dentro de mi actividad profesional, cubriendo la fuente de radio para el periódico "El Nacional", conocí a innumerables personajes del mágico mundo de las ondas hertzianas. Tal vez porque aprendí de su experiencia y logré valorar en su justa dimensión sus conocimientos sobre la radio es, que de alguna manera, hoy quiero compartirlos con los lectores de este trabajo. Además, de tocar los conceptos valiosos que estos personajes, forjadores de la radiodifusión, han hecho a través de llevar a la práctica todas sus ideas. Presento sus aspectos humanos y fuera de todo tecnicismo. Sólo así, encontraremos la voz de aquellos que han hecho posible que nos emocionemos y viajemos

al mundo de la imaginación con el simple hecho de encender el radio. He aquí las entrevistas, unas muy vivas, otras más reflexivas, pero todas impregnadas de un profundo conocimiento del tema: radio. Como siempre sucede, no están todos los que deben, pero estoy seguro de que sí son todos los que están.

4.1.1 RAMIRO GARZA: "EL HOMBRE RADIO"

Al "mago de las ondas", Ramiro Garza Treviño, lo atrapé en un viaje a la ciudad de Monterrey, Nuevo León, el 2 de abril de 1992, donde fungía como asesor del grupo "Multimedios, Estrellas de Oro". Con él, sólo basta decir la palabra mágica: radio, para que inicie una interminable cátedra basada en sus conocimientos teóricos y prácticos y que de inmediato nos revelan quién es este hombre en el medio radial.

"Nací en febrero de 1930 en Villa de García, Monterrey. Mi madre fue cantante profesional. Desde los 11 años comencé a escribir pequeños versos.

"Mi afición por oír radio vino desde el hogar. Había un aparato de radio que mi madre, Francisca Treviño de Garza, encendía durante todo el día y yo escuchaba esas canciones. Me despertaba la imaginación. Me emocionaba escuchar las aventuras de "Pepe, Paco y Píoín", las aventuras de "Agapito Treviño" (Caballo blanco), las aventuras del "Ojo de vidrio". Otras me impactaban como el "Monje Loco", "Panzón Panseco", la "Banda de Huipanguillo" con Ferrusquilla. Aquí, en Monterrey se hicieron grandes campañas de radionovelas, incorporando personajes históricos y de cultura universal. Raúl del Campo Jr., que acaba de fallecer, hizo la primera radionovela sobre la vida de Federico Chopin que se transmitió por la XFD, que por supuesto, sintonizaba todos los días. Yo no sabía que eso era radionovela, ni nada, pero me emocionaba mucho.

"En marzo de 1949 salió a la venta mi primer libro "Amor en sueño y lágrimas" y en abril del mismo año estaba al aire leyendo poemas en la XEH, invitado por Ernesto Hinojosa, quien me llevó con el ingeniero Constantino de Tárnava. Entonces fue donde comencé a conocer el radio por dentro. Incorporado a la XEH tuve la fortuna de hacer programas como: "Estampas literarias", donde leía durante 15 minutos, todos los días, la vida de los grandes poetas como Rubén Darfo, así

como su poesía, o a Ramón López Velarde. Recuerdo muy bien el día dos de noviembre, cuando leí la décima muerte de Xavier Villaurrutia, un señor me habló por teléfono y me dijo: 'Sabe usted, paré mi coche e inmediatamente busque un teléfono para hablarle y decirle qué hermosa labor está usted haciendo, porque yo no tenía conciencia de lo que significaba la muerte, hasta que oí ese poema. Esto ha cambiado mi vida'.

"Constantino de Tárnava me dio la enseñanza más sagrada: el uso de la libertad de expresión. Un día me dijo, 'Ramiro, tú, ustedes, hagan lo que se les dé la gana con la estación, siempre y cuando la gente los escuche y no lastimen a nadie'. Para mí, fue una regla de oro, poder decir lo que quiero, ésto fue casi de filosofía de Confucio. En el momento que nos dio esa libertad me permitió desarrollarme, sin felicitar me jamás, sin subrayar que estaba haciendo cosas interesantes, por el contrario, siempre buscando la oportunidad de detenerme, de disciplinarme. Fue equilibrado, porque ni me "chifló" diciendo que era extraordinario, ni me estorbó diciendo que era inepto. Constantino de Tárnava nunca me recomendó nada, siempre me dijo: aprende sólo. Cuento con orgullo que mi primer trabajo con el gran pionero de la radio en México fue "lavar discos". Todos se refan de mí, pero lavar discos en la XEH fue definitivo, pues conocí toda la música. Me decían "*Pedro Harapos*", imagínate como andaba. Tárnava fue el maestro de esta generación y permitió que imagináramos todo y lo materializáramos en la radio.

"Me fui a la ciudad de México y la urbe me rechazó en dos ocasiones. La primera, y lo cuento como anécdota, después de comprar el periódico y buscar algún empleo llegaba la noche y el papel periódico me servía como cama, para pasarla menos mal en un cuartito de la calle de López que rentaba por 30 pesos al mes. No encontré trabajo y me regresé en 1948. Lo volví a intentar en 1949 y logré hacer algunos contactos, pero nada. En 1952, ya casado, me instalé en la ciudad a como diera lugar. Mi primer trabajo fue como cronista de cine, tres minutos cada miércoles en radio 6.20, gracias a un amigo locutor que estaba en Monterrey el cual encontré al bajarme del camión. Me llevó con don Víctor Blanco y le pidió que me diera trabajo, a lo que el señor Blanco contestó que le propusiera algo y le propuse cápsulas de cine. De ahí, repetí lo que hice en la XEH con "*Cuentolándia*" (que después convertí ya en Radio Variedades como la disconovela). En 6.20 se hizo

la primera disconovela en México, los montajes cómico-musicales con canciones se llamó la disconovela "No, que no Elvis", en contra de Radio Éxitos que había prohibido la música del rey del rock.

"En radio 6.20 experimenté con la música norteamericana, de la cual tenía cierta experiencia en Monterrey. Fui el primero en mezclar a los Rufinos que interpretaban "Triana morena" con Ray Anton o con Doris Day, cosa que todos calificaron como una barbaridad, pero funcionó. También fui el primero en decirle a la gente que hablara por teléfono a la estación. Fui el primero en el radio que juzgué tragicómicamente las canciones. Este era un juicio, donde tomabas una canción de moda y por un lado un fiscal la hacía pedazos, acusándola de los delitos más locos y disparados y por otra el defensor queriéndola defender la hundía más. Intentábamos hacer conciencia a la gente de lo que decía la canción y de por qué estaba en el aire, después Jorge Saldaña lo repitió en Televisión.

"Para 1958 me fui a trabajar a Radio Variedades donde estuve ocho años. La revolución de Radio Variedades aportó naturalidad, contacto y participación con el público. El día que hicimos el concurso de cómo se imagina al ratoncito "Popi", -antes de las "ardillitas" de Lalo Guerrero, sacamos una ardillita nosotros- un animalito llamado "Popi" y que dialogaba conmigo. En una grabadora *Phillips* con freno manual preguntaba y respondía y en alta velocidad se reproducían las respuestas y esto creaba la voz del ratoncito. Entonces "Popi" saludaba, dedicaba canciones, lo que se convirtió en una locura. El director general de *Sydney Ross* de aquella época llevó a sus hijos a media noche al "Club de los desvelados" a ver al ratoncito "Popi". Era la fuerza de la imaginación.

"Al salir de Radio Variedades me invitó Joaquín Vargas a FM Globo. Ahí empecé un nuevo sistema para esta banda, donde tomé como base el amor (así como en Radio Variedades tomé como base la música y la palabra, ahora retomé el amor), con el *slogan* "Tu música en tu idioma, el amor vuelve contigo", lo cual funcionó de maravilla y fue lo que revolucionó la FM en México.

"Luego, en 1980, comencé a visitar la provincia y alterné el radio y mis escritos. Empecé a estudiar en el Colegio franco-mexicano. Al terminar mis estudios me metí de maestro en el mismo colegio, porque había pocos profesores. Presenté exámenes de oposición y el Consejo Universitario

de la Universidad de Nuevo León, me nombró profesor de español, de psicología y literatura. Gracias a ello sobreviví.

"Cuando regresé a México todos soplaban sobre mis cenizas y decían, 'Ramiro está quemado', por lo que propuse, para la estación 102, cambios radicales y en 40 días se puso en primer lugar. Fue un fenómeno de impacto y prendió durísimo. Ahí utilicé otra técnica que se basó en el ritmo y la imaginación. Claro, se nos vino la competencia, nosotros no teníamos recursos y ellos con 97.7 se fueron para arriba. Nunca hago una idea para que sea la primera, sino para que sea la mejor. Después de 102 volví a Monterrey, donde logré conformar una emisora clásica: Estéreo Clásic, otra llamada Radio Fantasía, estación dedicada a los niños, apoyado por el señor Francisco González, fundador del "Grupo Estrellas de Oro". Y por ello heme aquí.

"Mi segundo libro fue "La estrella vacía", luego vino "Solar Poniente", un libro de prosa dedicado a mi pueblo Villa de García. Posteriormente publiqué "Otro mundo, otro amor", gracias a la editorial Juan José Arreola, con quien tomamos -mi mujer y yo- el taller literario. Vino "El quinto reino", que es el primer libro de ciencia ficción que se escribió en México, esto fue en 1963. Gracias a la Universidad de Nuevo León, que publicó a manera de reconocimiento una antología general de mis escritos, asimismo, una reedición de "Los dos hablamos" y por último este libro de "La radio actual, qué es y cómo se realiza".

--¿Ramiro Garza, es considerado el pionero de la radio industrial, ya no como experimento, sino bien estructurada?

--En realidad lo que hice en el radio fue darle una velocidad y una atracción juvenil y humana. Entonces, despertar esa atención de los jóvenes y de la gente popular, lógico, el publicista siguió atrás de nosotros para anunciar sus productos. No es que yo sea el padre de esa radio, me considero uno de los fundadores de la evolución del radio moderno. Ahora, que se convirtió en radio industrial fue por consecuencia. En realidad no ha sido una proposición ni intención mía hacer una radio industrial, hago una radio de entretenimiento, imaginativa, de diversión y profundamente humana.

--¿Cómo concibe a la radio?

--La radio es creatividad. Este medio debe responder a la época que se está viviendo y conviviendo. La radio moderna es muy creativa en muchos aspectos, pero les falta expandirse y ahondarse todavía en muchísimos campos y áreas, por ejemplo, en el campo de servicio social, el campo de sensibilidad cultural, etc. La creatividad hace falta, porque es la sangre de la radiodifusión. El hombre crea desde el momento que piensa, imagina, habla y la radiodifusión necesita estar alimentada por esa creatividad incesante que da por resultado una magnífica comunicación.

La radio solemne, prestigiosa y muy seria, se desarrolló a tal grado que como todo fenómeno de comunicación llegó a un índice de saturación. Y lo que resultaba serio resultó solemne, lo solemne se volvió acartonado, por lo tanto ya se oía antiguo: obsoleto. Qué pasa con la inquietud de la radio nueva, que en los años cincuenta se quería una radio que correspondiera a la juventud de aquel entonces, porque la radio que estaba correspondía a la época de nuestros papás o abuelos. Fue la generación de los cincuenta la que provocó el cambio. Un cambio interesante y opuesto. Contra la solemnidad, el acartonamiento, la vía directa de comunicación con el pueblo; contra lo adulto, preocupante y lo juvenil, un poquito abierto y desenfadado ganó. Ese tipo de radio musical, disquero, no se hizo como se piensa desde el principio robotizado, ni como sinfonola, se hizo con una serie de factores enormemente importantes, la palabra, la idea, la ocurrencia: el humor. Se hizo lo que llamaron en Estados Unidos el *disk jokey*, con comentaristas de discos que atrapaban al auditorio, no nada más diciendo aquí está la canción y son tales horas, no, sino que enlazaban las canciones con creatividad, al grado que resultó una frase trascendente: el radio más importante de esa época se hacía entre disco y disco. No se hacía nada más con discos, sin embargo, al momento de provocarse el cambio hacia la naturalidad, el desparpajo, la improvisación, la sencillez, se cayó en la rutina, en la poca creatividad, en la vulgaridad, en la mediocridad, entonces, entra la necesidad de volver a crear una nueva ola, otra época de radio.

Después de la solemnidad vino la naturalidad y es en este momento cuando surge la verdadera comunicación humana, es decir el radio hablado, que sin desconocer lo importante del radio musical,

le inyecta, con lo hablado, una categoría de valores, esa categoría se centra en lo social, en lo cultural, en lo político, dentro de lo que la Ley dice, en lo ecológico, etc.

Con este nuevo florecimiento se necesita desarrollar una creatividad incesante, porque si no cae en frases comunes de citar a filósofos al aire y acabar con lecturas de textos que no tienen atracción alguna para la audiencia. Hay que buscar el ángulo humano del radio, toda la posibilidad que tiene para hacer verdaderos programas importantes. Por ejemplo, tenemos el caso de José Gutiérrez Vivó, quien empezó leyendo noticias de periódicos por años y, después fue incrementando algunas cosas novedosas dentro de la noticia, hasta que cristalizó, luego de 10 ó 15 años, un sistema donde la noticia, el reportaje, el comentario, el invitado especial, el análisis financiero, el reporte del tránsito, la motocicleta, el celular desde París o Buenos Aires, etc., hizo una nueva forma de comunicar. Un nuevo sistema de radio hablado: pensante. Necesitamos mucha gente que le de a la radiodifusión nuevos rostros con la misma esencia, para cobrar personalidad propia, que no sea copia una de otra.

Radio hablada, se dice también "La estación de la palabra", Tere Vale, directora de noticias, conductora, etc., asegura que éste es el futuro. A Tere le faltó agregar que es el futuro de la radio en una de sus áreas que se desprende de la comunicación humana, pero la radio de comunicación musical u otros mensajes, tienen que desarrollar su futuro, al menos lo vemos en nuestro país que en AM se ha gestado la palabra hablada, pero en FM todavía es espléndido el resultado de lo musical, que tendrá que ir mezclado con lo hablado. Lo importante es encontrar nuevas fórmulas al mezclar la música y la palabra o de explotar a fondo la palabra o la música. Multiradio Digital explota la posibilidad de la música, pero regresa, curiosamente, a la música de elevador, a la música de supermercado, a la música de consultorio, como empezó la FM, aunque existe gente que echa de menos ese tipo de acompañamiento musical, que no lo creó la radio, esto es que si tú interrumpes una melodía o bien al acabar comentas algo, estás radiando, pero si nada más ligas discos, estás transmitiendo, porque radiodifusión es incorporar el factor palabra y presencia humana, de otra manera confundimos a la radiodifusión como transmisión musical.

--Como colaborador de televisión ¿crees que este medio compite con la radio, o simplemente la complementa?

--Considero que la televisión es la hermana mayor, pero regañona. Cuando me separé de don Francisco Aguirre en 1966, él no aceptó mi renuncia, me dijo que fuera hacer lo que quisiera y que cuando le dieran una concesión de televisión regresara. Le dieron la concesión de canal 13, y regresé. Le fundamente la filmoteca, compré las películas necesarias. Llegué a ser prácticamente el diseñador, junto con Felcitos Leal de Monterrey, le ayudé e hicimos una mancuerna que funcionó durante mi estancia de dos o tres años. Luego regresé a radio, no por mucho tiempo, pues me incorporé a canal 8 cuando era Televisión Independiente de México, al lado de Gilberto Blendes, Adrián Ojeda y Roberto Armendáriz. Aquí me surgió la idea de hacer permanencia voluntaria, así como los programas "Toca premio tele 8", "El club de los amigochos". En esta última se repartieron un millón 300 mil credenciales, casa por casa. En el momento en que los niños captaron eso el canal 8 se fue para arriba. Empezamos el ocho con una campaña tan sencilla que se llamó "Construye tú el 8". Pedimos al señor Martínez Urralde que nos vaciara el estudio más grande de San Angel para que se colocaran ahí todos los ochos que los niños estaban construyendo de cartón, cemento, piedra, arcilla, tierra, pedrería, etc. Se reunieron entre 12 y 14 mil diseños de ochos. Cuando premiamos a los mejores trabajos el canal estaba apenas en construcción, luego vino la permanencia voluntaria, los programas de concursos y todo lo demás. En ese momento consideré que la televisión era muy importante, pero lo mío es la radio. La otra experiencia que tuve en televisión fue con don Víctor Hugo O' Farril cuando hicimos el primer programa de video-clip en la historia de la pantalla chica, en colaboración con el regiomontano Reynaldo López. Cinco minutos antes del programa O' Farril botó los audífonos y dijo: 'esto no va a salir', a lo que Reynaldo exclamó 'no te rajes'. Ese programa alcanzó cerca de 14 puntos de *rating* en canal cuatro, sí, con puras peliculitas filmadas, presentadas por Jorge Riancho y otra cantante que no recuerdo el nombre.

Para concluir los pasajes de televisión recordaré la gran locura que hicimos con don Francisco Aguirre Gómez (hijo de Pancho Aguirre), cuando diseñamos 10 días de transmisión, día y noche con motivo de la llegada a la luna del Apolo 11 con un programa que se llamó "De Colón a la Luna" y

que transmitimos desde el sótano de la torre Latinoamericana. Enviaron a mucho personal de Televisión para ver cómo lo estábamos haciendo. Era muy sencillo, pusimos las cámaras a la mitad del sótano y hacíamos distorsiones ópticas. Esto lo recuerdo porque siempre en las universidades me preguntan que diferencia hay entre el radio y la televisión y siempre les contesto que es muy sencilla, párense frente al televisor y cierren los ojos y si entienden algo eso es radio... la televisión, pues, después se las explico.

--¿Qué hay de nuevo con las tecnologías que se están alcanzando?

--Muchísimo, porque las nuevas tecnologías cumplen la profecía de *McLuhan* en convertir al mundo en una aldea. Hace 30 años no nos enterábamos tan rápido y en forma tan inminente de lo que sucedía en cualquier parte del mundo, así también hace 30 años el auditorio no podía opinar en vivo en una estación de radio y ahora gracias al teléfono, celular, grabadoras portátiles, radio de transistores, aumentó esta posibilidad, pues la gente no sólo quiere oír una buena canción, sino también una buena idea. El radio se ha convertido en un orientador, en guía, consejero y hasta en un amigo. Cuando se conecta un radio se conecta a uno mismo, porque crea intimidad irrenunciable.

Además de las nuevas tecnologías también el recurso humano ha avanzado y ahora tenemos a los comunicadores y a los comunicólogos (que son cosas distintas, ya que el comunicólogo analiza y teoriza el fenómeno de la comunicación, en tanto el comunicador ejerce la comunicación a fondo) y los buenos comunicadores tienen el talento para captar a la audiencia, en una ciudad donde tienen decenas de posibilidades tanto auditivas como visuales.

--¿Tras su larga experiencia qué puede decirnos sobre el llamado resurgimiento de la radio, a partir de la década de los ochenta?

--En la radio no hay nada nuevo, lo único que hacemos es mezclar los factores antiguos e inventar fórmulas de exposición novedosas y no nuevas. Dentro de las múltiples experiencias que he tenido la más reciente es la creación de "Radio Reloj" (en Monterrey) como una estación de cultura, motivadora, no de cultura de exhibición. No es lo mismo que diga que Alejandro Graham Bell inventó el teléfono en tal año y lo presentó en tal fecha, a que diga que el teléfono nació porque Graham Bell quiso inventar un aparato para decirle a su esposa (era sorda): te amo. Eso es lo que

llamo un ángulo cultural distinto, en donde la realidad se presenta en forma totalmente inesperada, además incluimos el humor, como ejemplo recordaré que todos conocemos el *ciempiés*, el cual no tiene cien, sino 84 patas. Sabías que un papel no se puede doblar más de ocho veces... Y entonces me preguntarás *¿a poco ésto es cultura?* Lo que puedo responder es que todo lo que cultive la imaginación es cultura. No es cultura el amontonamiento de fechas, ni el atosigamiento de teorías. Cultura es la información que transforma la vida nacional.

--¿Sin embargo, hay algo diferente o novedoso?

--Creo que se está abriendo una nueva época, no solamente en radio, sino en todos lados a favor de la comunicación. Creo que la última parte de este siglo va a estar controlada, dominada y deslumbrada por la comunicación incesante. Cada día nos damos cuenta de que estamos necesitando de todos y a pesar de creer que lo sabemos todo aprendemos mucho a cada instante, gracias a los medios que están haciendo conscientes a los escuchas. Ahora deben comprender los dueños de los medios que el periódico no es enemigo de la radio, ni la televisión enemigo del periódico, ni el cine enemigo de la televisión, sino que todos los medios son complementarios y necesarios para nuestra sociedad. Para concluir, quiero decir que también deben mantener todos los comunicadores una labor humanitaria y que no se olviden que sus objetivos son de servir a la comunidad.

4.1.2 LUIS ERNESTO PI OROZCO Y LOS ALCANCES DE RADIO EDUCACION

Luis Ernesto Pi Orozco es director general de Radio Educación desde 1991, a la salida de Alejandro Montañó Martínez. Con más de ocho años de experiencia en radio, primero en Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), cuando todavía estaba el edificio en la calle de Colima, el cual fue arrasado por los sismos de 1985. Tiene 40 años de edad y es originario del Distrito Federal. Una de sus características es que además de saber del negocio de la radio, es un magnífico político, pues ha sabido promover un verdadero clima de trabajo y tranquilidad con uno de los sindicatos más difíciles, como es el de Radio Educación. Aunque esta entrevista realizada en junio de 1993 está llena de conceptos por analizar, es importante mencionar que la radio cultural necesita, hoy más que nunca, tener bases que la sustenten, pues el oleaje de los empresarios privados la está arrasando.

Además, el proyecto de esta emisora de la SEP se ha convertido (junto con Radio UNAM), en verdaderos páramos de la llamada radio cultural.

--¿Los avances tecnológicos son el reflejo del avance social o sólo del económico y en específico del sector industrial de la radiodifusión mexicana?

--Ese es un asunto complejo y tiene diferentes aristas para observar, obviamente, los avances tecnológicos en un país periférico y dependiente como el nuestro, tienen que ver fundamentalmente con los factores económicos, sin embargo, los factores sociales propician los factores económicos. En tanto su repercusión en la industria radiofónica se tiene que analizar desde una perspectiva o situación histórica peculiar. La radiodifusión en México aparece antes que en Japón, y sin embargo, esta nación es una de las más avanzadas tecnológicamente hablando. En México, a diferencia de otros renglones de la industria y de las actividades que no tengan que ver con la industria tecnológica y con el uso de la maquinaria especializada de la radiodifusión, la radio y la televisión han estado muy cerca de los avances mundiales, tal vez por la competencia de los diferentes grupos el avance ha sido claro y continuo.

--Y este avance tecnológico ha traído como consecuencia que se "baje" de manera muy fácil cualquier señal de cualesquier parte del mundo. ¿Esto no hace que peligre nuestra identidad nacional?

--Yo creo que sí; ahora, el avance tecnológico ha permitido un sinnúmero de usos, de transmisiones, retención y utilización de señales de medios de comunicación. Aunque creo que más que representar un peligro para nuestra identidad cultural, representa un cambio muy importante para nuestra identidad nacional, ya que de alguna manera determina a todo el mundo, lo que conocíamos antes como frontera cerrada, que delimita nuestra geografía y que sólo se podía pasar por aire a través de convenios se ha quedado obsoleta para las ondas hertzianas, ya sea a través de vía satélite o señales electromagnéticas, que no sólo las pueden realizar los expertos, sino aficionados con equipos caseros y sencillos. Un ejemplo claro de esto es la señal de onda corta, que desde la primera Guerra Mundial mostró el camino. Hoy en día ya se cuenta con satélite, fibra óptica y con ello se da la posibilidad, ya no sólo de transmitir el audio, sino la imagen de manera instantánea.

Por otro lado, y fuera del romanticismo de la gran comunicación, este fenómeno resulta peligroso, pues es impactante para todas las naciones del mundo. Obviamente los países más poderosos como Estados Unidos, Japón o Alemania pueden imponer sus condiciones o Europa unida puede imponer una globalización mundial. En nuestro caso con una cultura de 30 siglos tal vez podamos defendernos, aunque debemos estar preparados para seguir siendo nacionalistas sin dejar de entrar a este mundo.

--¿Siguiendo por este camino tecnológico, la radio, en este caso del Distrito Federal, tiende a ser regional, nacional o internacional?

Lo más importante es que los radiodifusores sepan qué es lo que se va a emitir y cuál es su dimensión, ya con este parámetro se puede saber si será regional, nacional o internacional, incluso si se pretende que sea doméstica (sólo D.F). En caso concreto de Radio Educación, se cuentan con dos señales, la local del D.F en AM y la onda corta. Esta última a partir de abril de 1993 se iniciaron pruebas con el fin de separar la señal de AM. Por primera vez en la historia de la emisora se contará con dos señales. Con lo que respecta a la internacional (onda corta) se hará una programación según nuestro presupuesto -muy limitado-, un formato estrictamente nacional, con la historia de nuestro país, nuestra realidad social, cultura musical con locutores bilingües.

En tanto con AM, creemos que somos muy del Distrito Federal, pese a tener programas que aborden el problema chicano o de otra región nacional. Hemos hecho de la emisora una voz e interpretación de los capitalinos, por lo cual creo que Radio Educación tiende a ser una emisora local, aunque sabemos perfectamente que llegamos a todo el Valle de México y algunos estados circunvecinos en ciertos horarios del día y por la ampliación que tenemos vamos a llegar al altiplano de la República, pero el público que nos capte en este territorio sabrá perfectamente que somos "chilangos".

En la década de los 70 y parte de los 80 Radio Educación llegó a tener una red de repetidoras de radios culturales, pero la experiencia nos enseñó que esta cadena servía únicamente para conciertos sinfónicos, de ópera o transmisiones muy elaboradas para un público nacional y por ello, no encuentro ningún sentido que en Chihuahua o en Mérida lleguemos a escuchar una estación del

D.F, pues qué podemos decirles a ellos sobre su realidad, tan diferente a nuestra caótica urbe. Concretizando, no creo que un producto de dimensiones domésticas, locales o regionales deba ser, como algunos grupos lo siguen intentando, de cobertura nacional.

--¿Es conveniente que el uso y los mismos satélites sean manejados por el Estado, o debieran ser administrados por particulares, al igual que las emisoras?

--Más que cambiar de dueño deben ponerse algunas condiciones. Si los satélites tienden a ser de seguridad nacional y el Estado puede ser un eficaz administrador de los satélites y el sistema administrativo es congruente con la política de modernización, creo que el Estado debe continuar. Por el contrario, si el Estado no es eficaz y no es congruente con la política de modernización se debería analizar su papel y evaluar los pros de cambiar a un régimen privado.

--¿Cuál debe ser la función de la radio en el D.F.?

--Ahora más que nunca el Estado debe pensar en tener el mayor número de estaciones y quitarles la concesión y ponerlas en régimen de permiso. Si en algún tiempo se creyó conveniente que el Estado tomara las emisoras como empresas -concesionadas-, hoy la situación ha cambiado, ahora se tiene que invertir, pero hacia el ámbito cultural, porque tenemos una mayoría abrumadora de la Iniciativa Privada, sobre todo en una ciudad tan conflictiva.

--¿Se puede decir que las emisoras del D.F son plurales y están bien distribuidas entre la sociedad, sobre todo, ahora que ya existe una apertura comercial con el TLC?

--La firma del TLC, así como algunas otras situaciones económicas, sociales y políticas van a cambiar. Estamos viendo una mayor concentración de los grupos, se unifican y se reagrupan, lo que significa que los grupos se fortalecen y se preparan para la competencia. Pese a todo no habrá cambios radicales en la estructura de las estaciones, pues el cuadrante está saturado (será hasta el años dos mil que se ampliará el cuadrante). Pese a ello, en el cuadrante de FM sí tendrá que pasar algo. Con respecto a los fuertes rumores de que algunos grupos religiosos puedan comprar algunas emisoras, así como el sector obrero, las universidades o grupos de la sociedad civil, puede dar un espectro más plural.

--¿Realmente los trabajadores están preparados para enfrentar los retos de las nuevas tecnologías?

--En los grandes grupos radiofónicos creo que sí. No es gratuito que cada año los radiodifusores mexicanos vayan a las Vegas a la convención de los radiodifusores norteamericanos. En el caso concreto de Radio Educación no, en primer lugar por razones presupuestales, ya que la forma en que Radio Educación ha ido adquiriendo tecnología digital ha sido un proceso muy largo, esto quiere decir que hoy compramos una parte, mañana tal vez la otra, por lo cual tal vez a mí no me toque ver terminada la digitalización de la emisora. No podemos ir contra la realidad, porque nos sumaremos al avance tecnológico en la medida de nuestras posibilidades. Debo reconocer que nuestro atraso con referencia a la radio comercial es abismal.

--¿El centralismo económico y político ha afectado a la radiodifusión en México?

--No podría asegurarlo. No se si la ha afectado tanto como a otras cosas donde existe un desarrollo anormal, porque lo cierto es que el cuadrante capitalino es el más amplio, incluso contamos con un radio digital por pago, en tanto existen lugares donde no hay emisoras. Más que afectar a la radio ha afectado al desarrollo del país. Desde hace mucho hemos sabido de las políticas del discurso que prometen que el centralismo se acabará, pero el trance es muy lento.

Por otra parte, estoy en contra de que el Estado pueda manejar un medio concesionado, es más, si los sistemas estatales de radio y televisión como el de Guerrero o de Oaxaca han logrado ser autónomos -hasta cierto punto-, aunque ahora se maneja la idea de que estos sistemas puedan pasar al régimen de concesión, yo no estoy de acuerdo, han logrado tener resultados satisfactorios con sus planes y proyectos de trabajo sin ser comerciales y no veo el por qué se les limite a otros puntos del país.

4.1.3 LOS CIMIENTOS DE LA RADIO (CON NOVELAS)

DE LUIS DE LLANO PALMER

Tal vez pocos personajes de la historia de los medios de comunicación hayan logrado brillar tan intensamente y en tan poco tiempo como Luis de Llano Palmer, quien en escasos 10 años logró fundamentar la razón de ser de las radionovelas, implantando en México un alto valor de producción

y audiencia, mismo que le valió que en los Estados Unidos le reconocieran como uno de los más sobresalientes de la época en México y a la altura de los creativos del coloso del Norte e Inglaterra, como lo afirma José Luis Ortíz Garza en su libro "La guerra de las ondas": (1)

"La producción y actuación de uno de los programas de "Entrega inmediata", realizado por Luis de Llano, fueron muy elogiados por el equipo de expertos, pero se criticó la crudeza del tema y las deficiencias en efectos de sonido.

"La génesis, realización y políticas desarrolladas con el programa "Entrega inmediata" ejemplifica la intervención extranjera en la profesionalización de la radio mexicana. Patrocinado por la compañía *Sydney Ross* como parte de su colaboración con la OCAIA, representaba mediante radiodramas supuestas cartas clandestinas provenientes de países dominados por las potencias del Eje. Lo escribía Luis de Llano, uno de los contados productores radiofónicos mexicanos con reconocido talento.

"Los programas iniciales de "Entrega inmediata", de principios de 1943, agradaron tanto a los propagandistas ingleses que intentaron comprar los derechos a *Sydney Ross* para retransmitirlos en onda corta desde Londres a toda Latinoamérica".

Hablar de sus éxitos en la televisión mexicana es reiterativo, pues fue uno de los grandes fundadores. Sin embargo, lo más sorprendente de este hombre es su claridad de pensamiento y su crítica hacia los medios actuales, pues no por sus grandes éxitos comerciales ha dejado de tener los pies en la tierra como lo podremos apreciar en la entrevista que le realicé en la ciudad de Durango, donde participamos los integrantes de las planas de radio que editaba semanalmente en el periódico "El Nacional" durante 1989-1993 (Bertha Zacatecas y el que escribe) y a la cual fuimos invitados para intervenir en unas mesas redondas organizadas por la Universidad del estado. Tal vez baste decir que la sencillez y puntería para decir verdades de don Luis de Llano Palmer, hacen falta en los creativos de hoy.

"Estudié leyes en España, después de la guerra civil española vine a México en 1940. Me gustaba escribir y admirar todas las expresiones artísticas. Ya en México me encontré a un compañero conocido como el Che Daneri, quien cantaba muy bien los tangos, aunque nunca vivió en

Argentina. Yo estaba buscando trabajo y el Che me dijo que conocía a un señor medio catalán, muy simpático que manejaba una estación de radio en México, que era la XEQ, y se llamaba Enrique Contell. Cuando llegamos con Enrique, me preguntó si sabía hacer algo y con toda la verdad que siempre he mantenido le dije: de esto nada, es la primera vez que vengo aquí. De radio nada más escucharlo, pero me gusta escribir, tengo ideas. A lo que me dijo venga mañana con algo escrito, a ver que se le ocurre. La cuestión es que antes de una semana ya tenía algunas ideas y la primera que empecé a trabajar con el director de producción Riverol Beltrán fue la serie "El monje loco", estelarizada por el inolvidable amigo Salvador Carrasco, que pronunciaba sus palabras "Nadie sabe, nadie supo". Tiempo después adapté la serie del "Monje loco" para televisión, ésta fue mi primer incursión en los medios, más en mero plan de entretenimiento.

"De la Q, después de muchos programas como: "La doctora corazón", "Entrega inmediata", "El Monje loco" y una cantidad innumerable comencé a escribir y dirigir y fue entonces cuando pasé a la XEW, con una estructura muy diferente, porque la Q de aquella época era un laboratorio de ideas, para gente inquieta y agresiva, desde un punto de vista espiritual. Don Emilio Azcárraga Vidaurreta era un hombre que tenía muchísima visión y enviaba a los más inquietos a la Q, para que después de foguearlos y ver sus aptitudes se incorporaran a la W. Luego de ese aprendizaje, por decirle así, ya en la W trabajé unos cuatro o cinco programas que fueron: "El colegio del amor", "El almanaque al aire del doctor Rose", varias radionovelas con grandes actores como Ricardo Montalbán, quien esperaba en la puerta a que llegáramos y empezar a leer el libreto antes de trabajar.

"El sistema normal de radio en 1942-43 era muy arduo y la W era una verdadera catedral. Era como entrar a una iglesia, un palco espantoso, en el cual para entrar debíamos sufrir de verdad y lograr hacer el rito mágico de la creatividad. Caminar por los pasillos de la W y encontrar de frente a Manuel Bernal, Pedro D'Lille, Agustín Lara, López Méndez, Gonzalo Curiel, José Vélez, en fin, una gran cantidad personajes que trabajaban en vivo sin ningún titubeo, era algo escalofriante.

"Se abrieron muchas oportunidades, y de la W algunos compañeros nos marchamos a doblar películas para la *Metro Golden* en Nueva York. De entre los que nos marchamos recuerdo a Florecita, Edmundo García, Salvador Carrasco, etc. En 1950 se le ocurrió a don Emilio Azcárraga Vidaurreta traerme a México para iniciar la televisión (canal 2 en Avenida Chapultepec).

"En aquel momento no había ahí ninguno de los monstruos que existen ahora, ni siquiera se había unido con el canal 4, el cual estaba haciéndonos la guerra desde finales de 1949, es decir, nos llevaba una delantera, sin embargo, el canal dos era la misma W y todos esperaban algo muy grande e importante de la W convertida en televisión. La cuestión es que ahí empezamos y trabajamos como locos. Claro, te preguntarás cómo fue posible que estuvieras trabajando en radio y doblaje y de buenas a primeras pasara a la televisión a manejar toda la programación y toda la producción de un sistema nuevo como lo fue la televisión, sin embargo, entré y me mantuve. En televisión he estado desde 1950 y hasta el momento gracias a haber sido productor, escritor y director de radio. Si no hubiera aprendido durante los 10 primeros años de mi estancia en este país y de la radio entre México y la NBC de Nueva York, no hubiera podido dar ni un paso en televisión, por ello, todos los que deterioran la televisión en estos momentos, son aquellos que no tienen ni siquiera la más ligera idea de lo que significa la radio".

--¿Eso significa que la radio es la base de la televisión?

--Indiscutiblemente sí. Si se hubiera seguido lo que hicimos, al inicio de la televisión los que proveníamos de la radio, que se centra básicamente en el sistema de la creatividad con mucha disciplina, la televisión sería una maravilla, en cambio, ahora está muy deteriorada con un auditorio poco exigente, aunque en la radio pasa algo similar, no es tan abrumador como en la pantalla chica.

En la radio no se pierde el concepto del ser activo, que define al hombre cuando está escuchando una transmisión de radio, porque además fomenta el engrandecimiento de la imaginación del ser humano, así como la televisión te "emboba" definitivamente con los personajes y ahí te quedas tirado como un timbre, en la radio no. Para escuchar radio tienen que imaginar para que la audiencia crea en tí y hacer que una voz sea realmente la de un gordo, un flaco y con ello el personaje que te vas imaginando tome una forma y desprenda del público un sentimiento. Todo lo

que habíamos hecho en la radio era utilizar el medio como una aproximación con el radioescucha, desde el punto de vista de creatividad y de originalidad, ésto actualmente no se está haciendo, ni aquí ni en ningún lado.

--¿Cómo percibe la radio actual?

--Oigo mucho radio, creo que mucho más que ver televisión. No produzco radio desde 1950, pues estoy dedicado a la televisión y al teatro, pero me gusta escuchar la radio y lo que he notado de las emisoras de México, a cualquier hora, que no lo hacen bien. Se están manejando muchas estaciones de manera intrascendente que la manejarían niños de nueve años con tres botoncitos nada más, sin el más mínimo sentido de creatividad: disco, *tape, tape*, disco, disco, *tape, tape...* y se acabó. Asimismo, en el ámbito de los comerciales de cualquier medio, provenientes de agencias o creativos, no tienen nada nuevo, todo está sobreentendido. La gran ventaja es que ahora se pueden grabar los programas, que cualquier persona pueda hablar desde fuera y se hace un programa.

Si vamos más allá, qué ocurre en Estados Unidos con el llamado *Top show*, pues es lo que más se prodiga, es el recurso más constante y se refiere a que una personalidad habla, que le llaman por teléfono, que habla con otro experto y en muchos casos sí se dicen muchas necedades y frivolidades, pues un 70 por ciento está girando alrededor del mundo de los espectáculos, que es uno de los más nocivos para el espectador, porque no se aporta nada, muchos menos arte. Así también encontramos las transmisiones de música y más música grabada en discos. También se han perdido los conciertos en vivo, de los años dorados de la XEW, donde encontrábamos a los grandes como Agustín Lara, Pedro Vargas, en cambio ahora hasta en sus conciertos utilizan el *play back*.

--Ante lo expuesto ¿cuál es la perspectiva?

--Creo que la radio debe volver a renacer. Debe de escucharse un buen teatro en la radio. Se tienen que oír buenas novelas, ya que no tiene que ser completamente cultural, ni tampoco sea tan hermosa o que quiera volver a ser como la W o la URS de Nueva York. Hay que ver la radio bien, porque muchos aseguran que es un medio atrasado y están equivocados, sólo está adormilado en algunos sectores, pues las cifras nos dicen otra verdad, por ejemplo, el 95 por ciento de las familias

en la Ciudad de México tienen un radio y la televisión está presente en un 60 por ciento en este mismo rango.

A la radio hay que darle gran importancia porque la gente se está culturizando mucho a través de este medio y para ello no se necesita hacer lecciones o exámenes, ya que viene implícito en la forma de dar la noticia, la de presentar una canción, de comunicar algo nuevo, así como la forma de hablar, pues el lenguaje es muy poderoso y bien empleado sirve para que la gente vaya aprendiendo poco a poco. Además, es un medio que produce mucho dinero, por ejemplo en Nueva York Radio Hits, factura más que las dos estaciones de televisión (Univisión y Telemundo), y esto demuestra que posibilidades y auditorio los tiene. Es un medio más potente y avasallador que no ofende tanto como lo hace la televisión.

Comprender la radio y la televisión no es cosa fácil, ya que caminan tan adelantadas a su época que resulta imposible alcanzarlas por más que uno se esfuerce. La popularidad y el éxito no se dan a la vuelta de la esquina. Los que piensan dedicarse a la radio o a la televisión, deben estar conscientes que son medios muy difíciles y para ello se necesita tener talento.

--Y este talento ¿cómo se adquiere o cómo se percibe cuando se tiene?

--La radio y la televisión son una mezcla de hospital, iglesia y cuartel, requieren de la habilidad de un cirujano, la fe de un creyente y la disciplina de un soldado. El que no se sienta capaz de ser un buen médico, un gran capitán o un abnegado sacerdote -todo al mismo tiempo- se expone a que algún día tenga que abandonar las cabinas o los foros habiendo perdido los mejores años de su vida o permanezca en ellos en la indiferencia y la mediocridad.

En la radio y la televisión el trabajo de los creativos es muy duro. El camino a recorrer es largo y generalmente mal retribuido, sin olvidar que el aplauso será siempre para las estrellas. Nunca cuentan los que hacen posible el éxito de las figuras, pero si a pesar de todo sienten que aman a la radio o a la televisión, que sigan adelante con sus planes y trabajen en estos medios, porque se necesita de gente con empuje y coraje.

--¿Cómo definiría la labor de la radio y la televisión?

--La radio y televisión son medios que informan, divierten, persuaden y en ocasiones deterioran la mente del oyente o del espectador. A veces ésta última conducta de los medios es de preocupar, por lo cual comencé a preguntarme cómo utilizaba la radio y la televisión el ciudadano mexicano común; es un pasatiempo después de su trabajo o una necesidad imperiosa o tal vez estaremos subestimando al radioescucha. Los cambios sociales y culturales habidos en la última década han modificado los modelos clásicos del término comunicación. La importancia de los medios audiovisuales, en particular radio y televisión, han contribuido mucho a este cambio. El hecho del dominio absoluto que estos medios ejercen sobre los hogares, su formidable alcance y su decisiva influencia, tanto en el área de la diversión, como la del mejoramiento del espíritu, ha sido un factor decisivo. El hombre activo se ha convertido en un pasivo radioescucha o en un simple consumidor de imágenes.

Teniendo en cuenta que los medios masivos en México se integran por sistemas públicos y privados, actualmente existe algo que es verdaderamente alentador, ya que se está contemplando que las áreas de información, entretenimiento y cultura se vean obligadas a superar sus niveles de calidad, lo que repercutirá en beneficio del auditorio.

--¿Pero, cómo mejorar la calidad de los programas?

--Debe entenderse por mejorar la calidad en un programa de radio o televisión en forma cualitativa, pues la calidad no se refleja en las cifras de audiencia, que por lo general determinan el éxito de una transmisión. Un programa puede gustar más que otro, pero eso no significa que sea de más calidad, la calidad no se guarda con la cantidad de oyentes o de espectadores que reciben el programa. Calidad es responder a las aspiraciones del público al que se dirige y al mismo tiempo ofrecer con palabras o imágenes una visión más amplia del mundo en que vivimos. Abrir horizontes. Calidad es producir programas con originalidad, con buen gusto, con objetividad e independencia de criterios, sin depender de intereses particulares o centros de poder. Calidad es favorecer la formación de opiniones con gran espíritu de pluralismo que no busque el lado comercial y mal hecho. Yo diría que la publicidad no disminuye la calidad de un programa, lo que va en detrimento de la calidad es

el volumen excesivo de ventas publicitarias, la equivocada distribución de los anuncios y sobre todo, el contenido de sus textos e imágenes.

La calidad en radio y televisión radica no sólo en lo artístico, sino en lo técnico. Creadores y directores necesitan dominar una técnica propia. Para el arte no existen reglas propias, el contenido es lo que cuenta, ni la percepción del sonido o la imagen o la pericia en la realización basta para asegurar la calidad, es el contenido lo que vale y en ello no hay nada nuevo, todo se ha hecho antes. Nuevo es siempre la forma de hacerlo, en tanto en el desarrollo de las ideas y su realización nada hay de nuevo bajo el sol, ni en los micrófonos, ni frente a las cámaras, la novedad depende siempre de cómo se hacen las cosas.

En resumen, lo que tenemos que continuar es considerando a la radio y televisión como los mejores amigos del hombre, tenemos que pensar que estos medios viven familiarmente en los hogares todos los días y que a través de ellos la sociedad pueda mejorar constantemente. Hay que fijarnos algunas metas basadas en los siguientes principios: la radio sirve para una mejor imagen de gran comunicación social, para favorecer la convivencia humana, para contribuir al bienestar material y espiritual de la sociedad y para promover el reconocimiento de la dignidad humana y despertar la sensibilidad estética que permita asociar los valores artísticos. Para continuar logrando estos objetivos no es suficiente que sean buenos algunos programas o la mayor parte de ellos, es necesario, un ritmo, una secuencia de continuidad. Mucha ficción o demasiado entretenimiento puede llegar a alienar al espectador de su propia realidad.

Las columnas que sostienen el radio y la televisión están firmes, lo que hace falta es una programación más equilibrada, diversa, interesante e importante que contribuya a su enriquecimiento cultural. Lo que más atrae al público son los programas de entretenimiento, *¿no sería ideal aquella serie que lograrse entretener a la vez de informar y educar al mismo tiempo?* Una televisión y radio modelo sería aquella capaz de hacer importante lo interesante y lo interesante importante.

--¿Bajo este concepto, cuál modelo es el adecuado para administrar una empresa de comunicación, el estatal o el privado?

--Esto requiere serios estudios, sin embargo, te puedo hablar de mi experiencia más inmediata sobre los canales 26 de Boston, 13 de Nueva York, 34 de Los Angeles... etc., que ya no tienen subvención del gobierno, ya viven nada más de las suscripciones o de los maratones que hacen o simplemente de las fundaciones. Cada vez el Estado se va quitando más de encima esas responsabilidades y ello provoca que sean mejores y respondan al público a que se deben y por supuesto se vuelven más culturales. No debemos caer en que una estación sea tan elitista que nunca llegue a un punto de *rating*, ya que es preferible que en lugar de gastar un dinero en esas emisoras incoasteables, mejor produzcan videos y los mandes por correo, las estaciones de servicio público no pueden tener más de tres puntos de *rating*, si lo logran ya no son de servicio público, ya que se cree que para llegar a este auditorio estás utilizando las armas de la televisión privada. Sin embargo, existen emisoras o televisoras con carácter netamente cultural y educativo y existen estaciones bajo el régimen de concesión y pertenecen al Estado y estas últimas sí deben competir con la radio o la televisión privada, pero en México no se ha podido, la cuestión es que se quiten el estigma de oficialistas y motiven al auditorio y utilicen las reglas de cualquier empresa, por caso puedo mencionar que la película "Nosotros los pobres" se ha pasado casi 500 veces contando Los Angeles, Nueva York y en todas las ocasiones borra a los programas de moda, sea cual sea y ello no lo aprovechan de la misma manera las emisoras estatales de carácter comercial, ya que siguen atrasadas en conceptos.

La televisión puede ser cultural, no todo el día, pero se tiene que buscar una forma balanceada. Hice un informe para el canal 11 que me pidió Alejandra Lajous y le expliqué lo que era un sistema de televisión pública, pero más abierto, que admita comerciales, patrocinadores, no cortes cada cinco minutos, sino al principio y al final, pero hacerlos bien. Lo que no se puede hacer es definitivamente cultural o pedagógico u ortodoxo cultural, porque no sirve para nada.

La televisión es muy amplia, hay muchos horarios para promoverlos con buenos programas. Va a tardar mucho tiempo para que haya competencia fuerte y para que el pastel de la televisión se pueda dividir. Creo que hasta el final del siglo Televisa dejará un 25 por ciento del pastel nada más.

Ni Clemente Serna, de Radio Red, le va a llegar a lo realizado por Televisa, es muy difícil... muy complicado.

4.1.4 RADIO UNAM EN PERSPECTIVA DE FERNANDO ESCALANTE Y ERACLIO ZEPEDA

En esta parte final de las entrevistas con los hacedores de la radio conjunté a los últimos dos directores de Radio Universidad, pues en estos momentos la radio cultural atraviesa por una discusión vital y que determinará su camino, me refiero a los llamados patrocinios y a las subvenciones del Estado, ya que por una parte encontramos que se trata de dar oportunidad a los productos comerciales para promocionar la cultura y por la otra, que la cultura necesita de recursos suficientes para cumplir debidamente con su tarea, ya que los presupuestos son insuficientes. Asimismo, tenemos que esta importantísima difusora, vanguardia durante muchos años de la cultura radiofónica mexicana, se encuentra en un serio deterioro de sus instalaciones, así como bajos salarios que se complementa con un sindicalismo cerrado. Y para desgracia de la emisora la rectoría dedica muchísimos más recursos a la TV UNAM, que no ha tenido logros importantes, que a la emisora radial que no sólo llega a la Ciudad de México, sino que a través de su onda corta es la ventana de nuestro arte, ciencia y tecnología hacia otras latitudes. Ojalá y estas pláticas sirvan para repensar en el futuro de Radio UNAM.

ENTREVISTA CON FERNANDO ESCALANTE SOBRINO DIRECTOR DE RADIO UNIVERSIDAD DURANTE 1991-1992.

Fernando Escalante Sobrino inició su actividad profesional en la máxima casa de estudios en 1984, como coordinador de programas con Universidades Estatales en la Dirección General de Intercambio Académico. Llegó por primera vez a Radio UNAM en 1985, desempeñándose en diversas actividades como jefe de promoción y relaciones públicas y en dos ocasiones como subdirector de la emisora (mayo de 1985 a octubre de 1987 y de enero de 1989 a enero de 1990). De su trabajo radiofónico en la UNAM tenemos la serie "Situaciones", integrada por 25 programas en vivo y el programa "El sida", que en 1987 obtuvo el segundo lugar en el Mercado Latinoamericano de Radio y Televisión (ULCRA). Fungió como director de la emisora de 1991 a 1992.

--¿Cómo conceptualizas a radio UNAM y dentro de tu gestión cuáles han sido los avances?

--Con 500 watts de potencia nació Radio Universidad en 1937 y sus transmisores, se dice, se escuchaban hasta Argentina y Brasil. Han pasado cinco décadas y hoy el Valle de México se encuentra cubierto por innumerables ondas de radio, televisión, telefonía que cubren el espectro de la comunicación no sólo con cantidad, sino con potencia, sin embargo Radio UNAM continúa siendo necesaria y trascendente.

Uno de los logros dentro de mi administración ha sido la adquisición del transmisor para FM y nuestras cabinas Max Aub, ya que con este equipo mejoramos nuestra calidad de señal en FM y ampliamos nuestra cobertura en la zona metropolitana y estados circunvecinos. En esta administración hemos logrado que la palabra de los catedráticos de 35 dependencias universitarias. Aunado a ésto, los servicios informativos también retomaron el camino de difundir la labor de nuestra casa de estudios, y en los últimos seis meses se ha entrevistado a más de 250 especialistas de nuestra UNAM, contribuyendo a divulgar el conocimiento fuera de las fronteras físicas del salón de clases o del laboratorio de investigación. Del mismo modo, la difusión cultural no quedó fuera de nuestro proyecto, siendo una de las tres funciones sustantivas, su presencia en la programación resultaba indispensable, por lo cual, logramos convenios con todas las dependencias universitarias para realizar coproducciones que reflejaran sus actividades.

Hasta aquí puedo decir que Radio UNAM ha cumplido su tarea, con el apoyo decidido de las más altas autoridades universitarias, sin embargo, corresponde a la emisora tratar de devolver, aunque sea en parte, algo de lo que la institución ha invertido en ella.

Gracias a Radio UNAM, la palabra universitaria vuela por el viento localizando permanentemente oídos para hacerse realidad. Pero las palabras de los universitarios no se las lleva el viento, Radio UNAM las resguarda y las mantiene vivas para hacerlas realidad siempre.

--¿Qué proyecto existe en cuanto a financiamiento?

--En estos momentos, buscar alternativas financieras resulta importante, no sólo para Radio Universidad, sino para todas las radioemisoras que dependen del presupuesto federal o de los

gobiernos estatales. La competencia en el cuadrante debe darse con mayor calidad, más producción de programas, más potencial radial y mayor imaginación para poder acceder a mayores recursos.

Esto nos ha decidido a presentar una propuesta de financiamiento a la fundación UNAM, gracias a la cual, de llevarse a cabo, podrá satisfacer las necesidades siempre apremiantes de la propia radiodifusora y, a largo plazo, podrá mantener un ingreso importante y permanente de recursos para la institución.

Obtener recursos propios y suficientes permitirá, entre otras cosas, disminuir la distancia tecnológica respecto a otras difusoras, sin desviarse de los objetivos originales de estar al servicio de la cultura y del arte, donde se manifiestan todas las ideologías y todas las tendencias. En suma, ser, de verdad, la voz de los universitarios, sin embargo esta tarea no es nada fácil de llevarse a cabo, sobretodo por el bajo presupuesto que tenemos.

ENTREVISTA CON ERACLIO ZEPEDA, DIRECTOR ACTUAL DE RADIO UNAM

Eraclio Zepeda es originario de Tuxtla Gutiérrez, Chiapas (1937). Estudió antropología social en la Universidad Veracruzana, donde más tarde fue profesor de la escuela de Derecho. En 1967 fundó el Teatro Orientación Campesina de su estado natal y en esa agrupación produjo la radionovela didáctica "San Martín de la Piedra". Al lado de Elvira Macías, Juan Bañuelos y Oscar Oliva, creó en 1977 la Dirección de Cultura del gobierno del estado de Chiapas.

Fue profesor de las universidades de Oriente y de La Habana, Cuba; Tbilisi; la Jolla y Washington; así como del Instituto de lenguas Extranjeras de Pekín. Ha sido locutor de radio y televisión. De igual manera fue conductor de: "Canto, cuento y color" y "Los libros tienen la palabra" en canal 13 de televisión. La Dirección de Literatura de la UNAM le grabó, en 1987 y 1992, parte de su quehacer cuentístico en una presentación que hiciera Emmanuel Carballo para la colección "Voz viva de México", con Juan Bañuelos, Jaime Labastida, Jaime Augusto Shelley y Oscar Oliva. Formó el grupo literario "La espiga amotinada". En cuanto a su producción literaria encontramos: "Benzului" (1959), "Trejito" (1967), "Asalto nocturno" (1974, premio Nacional de Cuento), "El caguamo" (1980) y "Andando el tiempo" (1982, premio Xavier Villaurrutia).

--¿Cuál fue el principal problema que encontró en Radio Universidad?

--El primer problema que me encontré en Radio UNAM fue que los fierros que componían la estación ya no servían. Desde la torre de transmisión, antena, etc., y por ello decidí darle la prioridad a una mejoría técnica, que al paso del tiempo ya es evidente. Con decirle que no existía una partida presupuestal para mantenimiento, la cual se creó.

Para este fin de año (esta declaración fue en 1993) estarán separadas las señales de AM y FM. También se adquirió un transmisor, pues el que tenía en lugar de transmitir: susurraba. Ahora, ya se tiene una AM estéreo y ya se le da mantenimiento, también se cambió el cableado.

En lo que respecta a AM ya existe una nueva propuesta de programación, para lo cual se conformó un subcomité de programación ya que considero que el director por sí sólo no tiene muchas posibilidades de lograr cambios significativos. Muchos creían que al llegar yo a la dirección la programación se cargaría hacia los escritores o a la literatura en general, por el hecho de ser escritor y por ello se creó este departamento al cual me acerco para saber las conclusiones.

Por otra parte, cuando llegué había una fricción muy grande con los trabajadores y lo único que he hecho es hablar con ellos y conocer sus inquietudes, porque además de ser mi deber es mi obligación moral. Se ha tenido un diálogo respetuoso, porque es el momento de buscar la unidad. A mi llegada (1 de febrero) era todo tensión, hoy ha desaparecido.

--*¿Qué cambios habrá en la emisora?*

--Para cambiar de raíz los males de Radio UNAM detecté aspectos importantes: el técnico (por ello se creó la subdirección), financiamiento (el presupuesto es insuficiente, el 90 por ciento se va en las nóminas y el 10 restante es para producción, por ello no se tenían programas nuevos y eso me parece grave, pues no se puede dejar sin presupuesto a la emisora cultural más importante, con toda su tradición de calidad y lucha. Por esta razón buscamos financiamientos con el Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación y otras instituciones que permitan el mejor desempeño y crear estímulos para los trabajadores) y reorganizar la emisora (dividiéndola en subdirecciones como la técnica, la de producción, la de programación y la de grabación).

Queremos retomar el objetivo central de Radio UNAM, que se basa en ser la voz de la máxima casa de estudios y de verdad llegue a ese momento bajo los aspectos académicos,

institucionales y de difusión. Tiene que ser la mejor radiodifusora en América ya que tiene 56 años de experiencia (que por cierto es la edad de Eraclio Zepeda). Tenemos que llegar a las transmisiones de vanguardia.

--¿Cuándo serán los cambios?

--Todo este proyecto se dará a conocer en 1994. Se hará un calendario de las tres frecuencias. FM se dedicará a la gran música, con ello no sólo me refiero a la que llaman clásica, sino a la que verdaderamente llega a la esencia de la gente del pueblo, ya que gran música puede ser la de Beethoven como la de una banda genuina de Oaxaca, esa gran música popular, también en este concepto entra el jazz, el tango, la trova yucateca, etc. AM estará dedicada a las ideas, a la palabra, con programas polémicos y onda corta será la voz de la Universidad allende las fronteras.

También estrecharemos relaciones con Radio Educación porque es una emisora hermana, que tiene un camino similar a nosotros y en lugar de pelear o criticarnos buscaremos el apoyo. En este caso me alegran los retos y mejor aún con Radio UNAM. La radio es un medio maravilloso, donde siempre se aprenden cosas nuevas, estimulantes y sorprendentemente creativas.

Para 1994 Radio UNAM ya contará con el uso del satélite para intercambiar señales con otras emisoras de corte cultural. Asimismo Radio UNAM llegará a la era moderna: a la era digital.

4.2 MARCO LEGAL

En esta parte no pretendo hacer una revisión exhaustiva sobre la Ley Federal de Radio y Televisión, pues ya existen trabajos profundos sobre el tema, sin embargo, es necesario exponer algunas necesidades de la industria de la radio que aún no son expresadas por ningún reglamento y que se tienen que modificar, pues la tecnología y las necesidades de la sociedad civil han rebasado por mucho a los analistas y a las legislaciones sobre la materia.

Si tomamos en consideración que la Ley Federal de Radio y Televisión fue promulgada y publicada en el "Diario Oficial de la Federación" el martes 19 de enero de 1960, y para 1993 (tiempo en que se concluyó este trabajo), han pasado 33 años y el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria cinematográfica se publicó en el "Diario Oficial de la Federación" el 4 de abril de 1973, hace 20 años, comprenderemos que el enorme avance de los

medios electrónicos ha rebasado por mucho a la Ley. Además, la misma sociedad ha crecido tanto numéricamente como en sus grados académicos, participativos, políticos, etc., y la llamada sociedad civil hoy más que nunca reclama espacios disponibles en la radio para que se puedan expresar los diferentes sectores de la sociedad.

Nos guste o no, tenemos que reconocer que la Ley en la materia está sumamente atrasada y no parece que a los radiodifusores les preocupe, ya que tienen muchas garantías si se queda como está, sin embargo, ahora que se pregona tanto por el gobierno como por los mismos dueños de esta industria que estamos a punto de ascender al primer mundo con el libre comercio, no se puede mantener una legislación obsoleta en una rama tan importante como los medios electrónicos de comunicación.

4.2.1 LA NECESIDAD DE MODIFICAR LA LEY

El ex director de RTC, Jorge Medina Viedas, percibía la necesidad de cambios sustanciales de la Ley y así lo expresaba en un análisis que se publicó en El "Nacional": "En México, la reforma del Estado se ve generada en diversos rubros, la modernización ha llegado ya a los medios de comunicación, los cuales viven en una etapa de expansión. En la actualidad operan en el país mil 28 estaciones de radio, 935 de ellas concesionadas a particulares; 20 pertenecientes al Estado y 73 permisionadas en diferentes entidades de la República... Actualmente el 80 por ciento de los hogares mexicanos cuentan con un aparato de radio... Estas cifras nos permiten observar que los medios de comunicación juegan un papel importante en la sociedad. La reforma del Estado frente a la radio y la televisión tiene tres ámbitos: la reforma legal, incorporación de nuevas tecnologías y el fomento de nueva cultura política y democrática". (2)

La puntería de Medina Viedas la comparto totalmente, pues mientras no avance la cultura política-democrática y el marco legal de qué sirve tener la tecnología de punta. Es como si un hombre de las cavernas tuviera un cohete espacial. Más aún, con un país que en teoría está a punto de llegar al primer mundo y en muchas regiones existen analfabetas, hambre, desempleo. Aunque se debe reconocer que la radio llega a los rincones más insospechados de México. Y en el Distrito Federal tiene mucha credibilidad y oportunidad en todos los ámbitos.

Otra voz que se une a la propuesta de realizar cambios a la Ley es la del líder del Sindicato de Trabajadores de la Industria de Radio y Televisión Netzahualcóyotl de la Vega, quien además pugna porque los medios de comunicación estatales deban mejorar en un futuro su calidad y realizar una comunicación de unidad para ser verdaderos difusores de los valores nacionales y consolidar la cultura popular. (3)

Si revisamos un poco los antecedentes de la Ley en la materia, en 1968 se estableció que los concesionarios de radio y televisión están obligados a ceder un 25 por ciento de su tiempo para cubrir de esta manera los gravámenes impuestos por el Estado. En 1969, el entonces presidente Gustavo Díaz Ordaz, emitió un decreto a través del "Diario Oficial de la Federación" por medio del cual autoriza a los dueños de las empresas de radiodifusión comercial a pagar en especie (con tiempo) al Estado, además, les reduce el cobro de 25 a 12.5 por ciento del tiempo de transmisión (este 12.5 es diario), para desarrollar programas especiales, cadenas nacionales, etc. Debido a esta determinación, el Estado dejó de percibir en 1991 800 mmdp, en tanto los radiodifusores asentados en el país obtuvieron ganancias aproximadas a los 3 billones 200 mmdp. Aunado a ello, el Estado no ha utilizado al máximo ese 12.5 por ciento del tiempo diario de transmisión, desperdiciando una enorme capacidad de comunicación hacia la población. (4)

Aquí cabría preguntarse ¿por qué instituciones del Estado prestadoras de servicios no han utilizado este espacio para orientar a los mexicanos en diversos rubros?, por ejemplo: sus deberes y derechos como mexicanos; a dónde nos podemos quejar de mala atención de servidores públicos y privados, programas sobre derechos humanos, información sobre qué hacer en caso de incendios, temblores, etc., los cuales deberían estar patrocinados por los mismos industriales de este ramo y supervisados por ciudadanos calificados de la sociedad civil, por lo cual es urgente se hagan modificaciones profundas a la Ley.

4.2.2 UNA APROXIMACION A LAS FALLAS ESTRUCTURALES DE LA LEY DE RADIO Y TELEVISION

Todas las Leyes implantadas por el ser humano obedecen a cierto tiempo y espacio y marcan la necesidad de regular los diversos aspectos de una sociedad determinada. A este respecto la

legislación en materia de comunicaciones y en concreto de radio y televisión en México se expresó legalmente hasta 1960, cuando la radio ya tenía casi cuarenta años de haberse iniciado en forma y la televisión con 10 años de actividades, lo cual, implicó en ese tiempo la necesidad imperiosa de regular estos medios electrónicos que trastocaron las comunicaciones conocidas hasta ese momento. Como es lógico la primera legislación se limitó a lo que existía en aquel entonces, sin visualizar los avances vertiginosos que vendrían posteriormente, por lo que hoy en 1993, las modificaciones a esta Ley son una necesidad imperiosa.

Un aspecto que es urgente revisar en la legislación es el referente a la necesidad de ampliar programas y estaciones culturales, pues como ya lo vimos en el capítulo primero la desproporción es gigantesca, ya que de un espectro de 64 emisoras ubicadas en el Distrito Federal, encontramos que sólo tres son de carácter cultural, las cuales se debaten entre equipos viejos, bajo presupuesto y problemas sindicales. Sobre esta necesidad urgente, Jorge Medina Viedas, cuando era director general de RTC, mencionó en la apertura de la V Reunión de la Asociación Mundial de Radios Comunitarias, en Oaxtepec, Morelos: "En un país como el nuestro nunca serán suficientes las estaciones de carácter educativo y cultural, por lo que es conveniente ampliar el número de programas tanto en la radio comercial como en la pública, porque es la única manera de trascender y seguir el camino del progreso y desarrollo en lo político, social y tecnológico de nuestro país.

"En la época actual es cada vez más necesaria la creación de alternativas frente a hegemonías radiofónicas y de grupos cuyos mensajes están determinados con propósitos básicamente comerciales, por ésto son necesarias emisoras culturales para la gente que ha sido objeto de discriminación, el pueblo que ha sido marginado de los beneficios del desarrollo". (5)

Aunque, cabría preguntarse ¿de qué sirven nuevas emisoras de carácter cultural y alternativas, si de entrada se enfrentan a problemas técnicos y de recursos muy limitados que no les permiten sostener una competencia en calidad de emisión y de producción? A este respecto, en la Reunión de la Red Nacional de Sistemas Estatales de Radio y Televisión en Acapulco, Guerrero en 1991 se vio la necesidad urgente de que todos los permisionarios pudieran, de alguna manera legal, allegarse algo más que simples patrocinios, al proponer modificar la Ley Federal de Radio y Televisión y en

concreto se pidió a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes se formule un estudio financiero y de tarifas para que también estas redes estatales accedan al servicio satelital. (6)

Tal vez habría que llegar más allá proponiendo que cada grupo radiofónico con más de tres emisoras dedique por lo menos una a tareas culturales, pedagógicas y recreativas.

Retomando la idea expresada en el capítulo 3 del presente trabajo sobre el financiamiento, cabe considerar la propuesta concreta hecha por las emisoras universitarias de modificar el artículo 53 de la Ley, al cual se debe anexar la forma en que las radiodifusoras de carácter cultural o experimental puedan vender algunos espacios para mejorar sus aspectos técnicos. (7)

"El problema principal es de carácter económico, que no permite el desarrollo de las estaciones y limita cumplir con sus objetivos; se deben buscar formas de financiamiento alternativas al presupuesto ordinario otorgado por la universidad. Reconocemos que existe la necesidad de organización de las estaciones con el propósito de enfrentar problemas comunes y de realizar coproducciones. Asimismo, urge rescatar técnicamente a las emisoras, adquiriendo nuevas tecnologías, actualizar y capacitar al personal con el fin de encontrarse en mejores condiciones de participar en la modernización de la educación superior del país.

"Este documento contiene una propuesta para adicionar un párrafo al artículo 53 de la Ley Federal de Radio y Televisión con el propósito que permita a las estaciones universitarias recibir recursos financieros vía patrocinio. Firmaron 23 institutos de educación superior".

Aunque las autoridades correspondientes no lleguen a ningún acuerdo rápido y expedito sobre las necesarias modificaciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, las cadenas del país con cobertura internacional, de mayor relevancia están trabajando en ello. Como caso claro encontramos a los integrantes de la Séptima Conferencia Mundial de Uniones de radiodifusión pertenecientes a la organización de la Televisión Iberoamericana (OTI), que en la reunión efectuada en 1992 en la Ciudad de México acordaron: (8)

"La creación de un grupo de trabajo unificado que realice las funciones de seguimiento sobre posibles modificaciones a la Ley autoral, de Radio y Televisión, para que se llegue al siguiente milenio con reglas más precisas sobre estos medios de comunicación masiva.

"Al respecto, Guillermo Cañedo presidente de la OTI dijo que en las mesas de trabajo se estudiaron y se dialogó sobre el robo de señales vía satélite, asimismo, el aumento de la piratería, es decir de la reproducción ilícita de material de radio y televisión que se comercializa sin pagar derechos.

"También afirmaron que es necesaria una reunión cada año y medio para organizar las próximas conferencias mundiales, ya que la tecnología avanza a pasos agigantados".

Otro potentado de los medios que se une a las proclamas de los cambios de la Ley es Emilio Azcárraga, quien durante la inauguración de la VII Conferencia Mundial de Uniones Mundiales de Radiodifusión indicó que está en desacuerdo por el otorgamiento de concesiones de los diferentes medios por separado, ya que no le parece correcto que se tengan que solicitar de tal modo, habiendo la posibilidad de que en un mismo esfuerzo se pueda ganar la concesión para la televisión y telefonía, por citar algún ejemplo. (9)

Estos pasos avanzados de la tecnología también han rebasado a la Ley, como muestra baste recordar: tenemos una AM con sonido estereofónico, enlaces vía satélite con señales de UHF que permiten brindar una calidad digital en el audio de las transmisiones, la posibilidad de transportar hasta 16 señales de radio por un sólo canal de satélite, grabaciones en DAT, etc.

El mismo Estado tiene dependencias que deberían tener más espacios en radio como la Comisión Nacional de Derechos Humanos, ISSSTE, DIF, IPN, universidades, Secretaría de Protección y Vialidad, etc. Sin embargo, al paso del tiempo se ha reducido la participación estatal, es decir, el aprovechamiento del tiempo estatal para transmitir algunos mensajes como en el caso del Instituto Nacional del Consumidor, de lo que fueron programas completos se redujo a tres impactos al día en 20 estaciones del Distrito Federal, coproducidos por el IMER, ésto se debe a que otras instituciones también han solicitado parte del 12.5 que corresponde al Estado (partidos políticos), sin embargo, no se les asigna y el 12.5 no se aprovecha al máximo como lo demuestra el sondeo realizado por Raúl Cremoux (anexo 1).

De todos los sectores de la sociedad, los que actualmente buscan espacios iguales dentro de los medios son los partidos políticos (con candidatos a la presidencia para 1994 existen 9) y que de

manera definitiva el partido mayoritario o de Estado -PRI- es el único que cuenta con amplios espacios en todos los medios, seguido a lo lejos por el PAN y el PRD y por supuesto los demás (PARM, PT, PFCRN, UNO, PPS y PVE) se perciben en una desventaja clara.

Todos los partidos cuentan con 15 minutos mensuales de transmisión por Radio y televisión, (según quedó establecido en los artículos 42 al 48 del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) aprobado en julio de 1990 por la Cámara de Diputados). Sin embargo, con este mismo reglamento se expone que crecerá el tiempo en los medios de acuerdo con la fuerza electoral, y ésto limita a las organizaciones minoritarias (10). Por si fuera poco lo anterior, el tiempo que dedican los medios comerciales y culturales en sus programas especiales y noticiarios favorecen inmensamente al partido en el poder (como puede apreciarse en el anexo 2).

Además, no se establece en ninguna Ley la obligación de los concesionarios de vender tiempo a cualquier partido político y menos aún en la cantidad que lo requiera.

Más que un acto de regalo, por presiones de las instituciones políticas, la Comisión de Radiodifusión del IFE aprobó la ampliación de tiempo en televisión y radio para los partidos políticos. Actualmente en radio tienen un programa semanal de media hora y se amplió a una hora (11). Este paso resulta a todas luces insuficiente, pues se pretende que apenas en una hora a la semana se discuta, la forma y evaluación de una plataforma política, lo cual es casi imposible.

Dentro de la historia de la radio en el Distrito Federal encontramos que el único partido que ha sido dueño de una emisora es el PRI, con la XEFO, cuando este instituto político respondía al nombre de Partido Nacional Revolucionario en 1930.

Otro rubro particularmente importante para el mundo de la industria que requiere modificaciones es el de la publicidad. A este respecto, y pese a que ha sido un tema ya muy comentado en diferentes sectores de la sociedad y en varios niveles, lo cierto es que los anuncios de radio no están sujetos a una reglamentación muy clara, ya que mientras en la televisión se prohíben los anuncios de cigarros y bebidas alcohólicas en ciertos horarios, en la radio se reproducen a cualquier hora y de manera indiscriminada, mecánica que puede impactar en un sentido negativo a la población infantil y juvenil que buscarán conocer nuevas experiencias. Incluso, algunos

comunicadores han externado su preocupación por el problema. Por ejemplo, el conductor José Gutiérrez Vivó comentó en una entrevista aparecida en "El Nacional" la necesidad de reconsiderar la presencia de cierto tipo de artículos en los medios masivos, ya que México posee una población en gran escala y particularmente influenciable en información, por lo tanto con pocos elementos para reflexionar acerca de los productos que le ofrecen los publicistas. Además, indicó Vivó, anunciar ciertos artículos representa un gran negocio, una magnífica actividad industrial que genera empleos e impuestos, sin embargo, el consumo desordenado de estos productos causa problemas a la sociedad (12). Y sin embargo, en la legislación actual no se aborda ni se incluye.

Retomando la necesidad de que se modifique la Ley de Radio y Televisión cabe considerar que desde hace ya varios años el "Grupo Impulsor de la Música Representativa de México" encabezado por la cantante vernácula María de Lourdes, envió con fecha de 4 de febrero de 1991 un escrito al diputado federal Galindo Muza, entonces presidente de la Comisión de RTC de la Cámara de Diputados, para que se considerara una reforma a la Ley en la materia bajo el siguiente tenor: "El Grupo Impulsor de la Música Representativa de México, integrado por cantantes, compositores, músicos, actores, periodistas, bailarines y personas entusiastas que sin estar relacionadas con nuestra actividad, conocen y aman nuestra riqueza musical... Como se sabe, lamentablemente esta música tiene varios años de no ser difundida adecuadamente, ya que la mayoría de las difusoras dan marcada preferencia en su programación a la música de otros países que aunque valiosa también no debe desplazar a la nuestra.

"La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su artículo tercero establece 'Que la educación que imparta el Estado será nacional y tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez el amor a la patria y la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura'. Y que la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, precisa en su artículo 38 fracción XXIX, 'La atribución de establecer los criterios educativos y culturales en la radio y la televisión'.

"Como podrá observarse, desafortunadamente los preceptos aludidos, dada su ambigüedad, dejan en completa libertad a las difusoras, de programar en forma desventajosa nuestra música frente

a la de otras latitudes, a la que generalmente otorgan una inexplicable preferencia, motivo por el cual y con fundamento en el artículo quinto de la Ley Federal de Radio y Televisión vigente, que a la letra dice: 'La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana, al efecto a través de sus transmisiones procurará: Fracción III. Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana', y tomando en consideración que a la fecha no existe disposición alguna que determine un porcentaje mínimo de programación en la radio y la televisión con música nuestra, dado que el 25 por ciento que establecía el artículo 28 fracción II del Reglamento de la Ley Federal de Radio del 20 de mayo de 1942, fue derogado, el grupo impulsor de la Música Representativa de México acude a usted para solicitar que:

"La programación musical diaria de la radio y televisión mexicana deberá contener cuando menos el 50 por ciento de música representativa de México, independientemente de las peculiaridades de las radiodifusoras. Se considera música representativa de México, la que exprese el modo de ser y sentir del mexicano, la que habla de nuestras costumbres, tradiciones, la que describe nuestras bellezas, de nuestras mujeres, de nuestros héroes, de nuestra patria, de la historia, del país y musicalizada en los diversos ritmos característicos de México y sus diferentes regiones, tales como: huapango, corrido, jarabe, marcha, danza, son, chilena, vals, bolero, polka y bambuco mexicanos".

(13)

Cabe hacer mención que este documento está respaldado por más de 80 firmas, entre las que se encuentran las de connotadas personalidades del ambiente artístico como: Ignacio López Tarso (en ese entonces diputado), Roberto Cantoral García (presidente de la Sociedad de Autores y Compositores de Música SACM), Federico del Real (secretario general del Sindicato Único de Trabajadores de la Música SUTUM), Julio Alemán (Secretario general de la Asociación Nacional de Actores ANDA), Daniel Goni (Presidente de la Asociación Nacional de Charros), Lola Beltrán, Armando Manzanero, María de Lourdes, Viola Trigo, entre muchos más.

Un ejemplo claro de la desventaja de las horas dedicadas a la música mexicana contra las que promueven perfiles sajones nos lo muestra el investigador Raúl Cremoux, quien explica: (14)

"Cuantificadas las estaciones en lo que se llama *perfil de auditorio* es significativo observar que existen al menos nueve de dichas estaciones comerciales que tienen como forma de hacer negocio, la difusión exclusiva de interpretaciones, valores y maneras sajonas: Radio VIP, Radio 590 (a) *La Pantera*, Radio Seis Veinte, Radio Juventud, Radio Exitos, Radio ABC, Radio 13, Radio Capital, Radio Chapultepec.

"Estas estaciones tienen como propósito prefijado de llegar a un público etiquetado, como *juvenil* al que supuestamente le interesa lo que ellos difunden; es decir, tamborazos, guitarras eléctricas, alaridos, pujidos en las bocas de Doris Day, Beatles..."

A este respecto podemos ver en los primeros tres capítulos que el número de emisoras que proyectan este estilo de música, y vida tipo estadounidense han proliferado, en tanto las pocas estaciones que promueven lo nacional: lo vernáculo, están sumamente marginadas y solo proyectan las imágenes de los artistas comerciales de este género, dejando de lado por completo a los verdaderos exponentes de la música popular, que más allá de buscar fama y fortuna, son la expresión genuina de la sociedad civil, tanto de la clase social baja como de los intelectuales.

Otros aspectos que no se han tocado referentes a la necesidad de modificar la Ley de Radio y Televisión son: espacios permanentes para los niños, los ancianos, obreros, campesinos, etc. Así también, el hacer los pagos de los industriales en dinero y no en especie, a fin de que se puedan promover becas en las universidades o escuelas de nivel primaria y secundaria.

Uno de los estudiosos de la Ley de Radio y Televisión que ofrece una serie de propuestas para modificar la legislación vigente es el maestro Raúl Cremoux. De su trabajo retomo las consideraciones que desde mi punto de vista son más viables y las resumo de la siguiente manera. (15)

Dentro de las consideraciones al marco jurídico se debe establecer un derecho público en defensa de los escuchas, para que los radiodifusores se obliguen a proporcionar un servicio público federal. En cuanto a las concesiones, éstas se deben someter a exámenes periódicos sobre el

contenido de sus emisiones. Asimismo, el Estado debe centralizar en un sólo organismo o dependencia, todas las funciones de concesiones, vigilancia e inspección para que se cumplan las disposiciones jurídicas y así se puedan evitar las tendencias monopólicas en las cadenas, expedir la Ley Federal de Publicidad, e incluir todos los avances tecnológicos como el cable, circuitos cerrados, transmisiones vía satélite, etc.

En lo que respecta a la aplicación de impuestos y tarifas, Cremoux se manifiesta porque los productos superfluos como bebidas alcohólicas, cigarros, perfumes, tarjetas de crédito, etc., que son buena parte de lo que escuchamos a diario, y que estimulan el despilfarro y el gasto innecesario, se les aplicara una tarifa extra a las normales y un impuesto adicional. Asimismo, a los productos de lujo como coches, venta de casas, centros nocturnos, etc., se les aplique una gravamen especial, ya que sus ganancias son mucho mayores. Además, para las inserciones políticas pagadas que generan una inclinación partidista a base de repetirse muchas veces, deben facturarse como anuncio y decirse al aire que es un espacio comprado. También propone que las invitaciones al consumo se hagan de manera lo mas racional posible, ya que es imprescindible evitar el machacamiento insistente de la repetición de mensajes subliminales, cualquiera que éstos sean. Una inserción en un lapso no menor de tres horas tendría la tarifa mas baja, en tanto, cuatro inserciones en un lapso no menor de tres horas tendría el costo y el impuesto más alto y un mayor número de inserciones ya no sería permisible.

En cuanto a los programas informativos, tendientes a promover la cultura, Raúl Cremoux expone que instituciones del rango de la UNAM, IPN, INBA, Colegio de México y UAM, deberían tener por lo menos una vez por semana una hora de producción y transmisión gratuita en todas las emisoras del país. Asimismo, propone la creación de concursos, becas y premios diversos para alentar la creatividad y la imaginación entre estudiantes, trabajadores, artistas y profesionales de los medios. Para lograr lo anterior, los concesionarios serían invitados a ofrecer becas de capacitación a estudiantes, profesores, investigadores y trabajadores del ramo, ya sea en territorio nacional o extranjero, con el fin de crear recursos humanos suficientemente capaces para continuar con estas tareas. Los empresarios y concesionarios de radio y televisión aportarán subsidios suficientes para

que el Estado mexicano pueda crear un organismo que estudie e instrumente todo un sistema que permita la utilización cabal de la radio y la televisión en la educación de las mayorías.

Los empresarios de medios sí aportan, muestra de ello son los convenios con diferentes universidades, sin embargo, el Estado los mimra demasiado y no los obliga a cumplir con sus obligaciones sociales y es por ello, que sólo buscan las ganancias de su empresa, sin importarles las cuestiones culturales, de recreación, enseñanza a través de sus medios.

Por último, el investigador propone la creación de la Escuela Mexicana de Radio y Televisión, a lo cual puedo añadir, que primero se deben fortalecer las diferentes carreras de periodismo y comunicación colectiva que imparten las universidades, incluyendo semestres de especialización en esta materia, así también, en los programas y planes de estudio de la carrera de Derecho, se incluya en sus materias, todo lo referente a la Ley de Radio y Televisión.

4.2.3 ANTEPROYECTO PARA MODIFICAR LA LEGISLACION ACTUAL

Ante la necesidad latente de reformar la Ley Federal de Radio y Televisión, la entonces diputada Silvia Pinal Hidalgo (además presidenta de la Asociación Nacional de Intérpretes ANDI) comenzó a gestionar en 1991 la aprobación del análisis y la exposición de varios anteproyectos de modificación del régimen legal vigente por parte de los diferentes miembros de la LV Legislatura.

Dentro del equipo de especialistas que se dedicaron a este trabajo encontramos al licenciado en Derecho, especializado en Derecho Autoral, Mario Arturo Díaz Alcántara, quien nos facilitó el anteproyecto que se presentó ante la comisión de RTC. Sin embargo, las tareas de las reformas al COFIPE, entre otras, fue retrasando el estudio del anteproyecto y en su caso la aprobación.

Debo hacer la aclaración que la propuesta que tiene el equipo de trabajo, encabezado por la Diputada Silvia Pinal Hidalgo, no ha sido presentado ante la Cámara de Diputados. Sin embargo, creo muy importante consignar su existencia, ya que hasta el momento es una de las pocas propuestas sustentadas por especialistas en derecho y que puede servir para que otros estudiosos aporten sus ideas y se pueda llegar a algún consenso en cuanto a las modificaciones que se crean pertinentes.

El documento menciona, en forma de introducción, que en virtud de que los medios de comunicación masiva -como la radio y la televisión- han experimentado avances sustanciales tanto en sus coberturas informativas así como en su tecnología, (a la par de una internacionalización y apertura de las economías) la comunicación resulta cada vez más importante y vital dentro de la vida del ser humano. Debido a este hecho es necesario proporcionar elementos que coadyuven a enriquecer la información de los legisladores, ante la necesidad de actualizar la Ley de Radio y Televisión, por lo cual se presenta el anteproyecto mencionado.

En su oportunidad, menciona el documento, la diputada Silvia Pinal Hidalgo planteó la necesidad de revisar no sólo el artículo propuesto por el "Grupo Impulsor", sino otros referentes a la radio digital, la televisión por cable y antenas parabólicas, entre otros. En estos puntos estuvo de acuerdo la presidenta de la Gran Comisión María de los Angeles Moreno. Por lo anterior, la Comisión se abocó al estudio de las posibles modificaciones a la Ley de Radio y Televisión, resultado que se sintetiza en las siguientes consideraciones: (16)

"La Ley de Radio y Televisión fue publicada el 19 de enero de 1960. Su antigüedad es de 33 años y los cambios en este tiempo tanto en el país, como en los propios medios han sido muy significativos.

"Existe una interrelación muy estrecha entre esta Ley y algunas otras como son la Ley de Vías Generales de Comunicación que data del 31 de diciembre de 1939 y de la Ley de Imprenta que fue publicada el 12 de abril de 1917.

"Por lo anterior, es importante insistir en que revisar la Ley de Imprenta constituye un imperativo, con la finalidad de llevar a cabo su actualización o bien su derogación, puesto que la gran mayoría de sus postulados se encuentran contemplados de manera más precisa en otras leyes, como son la Ley de Radio y Televisión y su reglamento, la Ley de Cinematografía y su reglamento".

En el estudio presentado por la fracción parlamentaria se puntualiza en dónde se debe actualizar la Ley, que se extrae así:

"La radio digital, la televisión por cable, las antenas parabólicas, entre otros aspectos.

REFORMAS

"De cara a la apertura que nuestro país ha iniciado hacia el exterior y sobre todo por la firma del Tratado de Libre Comercio que en breve concluirá, es importante considerar algunas reformas a los artículos 14 y 17. Esto conlleva a que también se consideran reformas en el artículo 18, 19 y 54 de la Ley de Vías Generales de Comunicación.

PROPUESTAS

"Por ello se ha pensado reformar y actualizar la Ley de Imprenta, la de Vías Generales de Comunicación y la de Radio y Televisión, en cuanto a la Ley de Imprenta, es importante la necesidad de considerar su derogación y elaborar una nueva que tenga como sustento el artículo 6 y 7 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.

"Por lo que toca a la Ley de Vías Generales de Comunicación, también habría que estudiar la reforma a los artículos 1, fracción X referido a las líneas conductoras eléctricas y el medio en que se propagan las ondas electromagnéticas...

"Artículo 14, 17, 18, 19 y 20, se refieren a concesiones y/o permisos, estos ya quedan explícitos en la Ley actual de Radio y Televisión.

"Artículos 374, 376, 378, 386 y 388, que tienen que ver con el plazo de concesiones, permisos especiales, prohibición de transmisiones, integración de la red nacional, etc.

"En sí, como ya se señaló, la Ley General de Vías de Comunicación incorpora las ondas hertzianas, pero a partir de 1960 existe una Ley (la Ley de Radio y Televisión) sobre ondas hertzianas, por lo tanto, la reforma de la Ley de Vías debería ya no contemplar todo lo referente a radio y televisión (ondas hertzianas).

"Obviamente, ésto no es una condicionante para reformar la Ley de Radio y Televisión, donde se está considerando para su estudio los siguientes artículos: Referente a los artículos 14 y 17 de las concesiones y permisos que únicamente se otorgan a ciudadanos o a sociedades cuyos socios sean mexicanos, es conveniente estudiar su reforma a fin de que el capital foráneo forme parte del capital social en forma minoritaria.

"Asimismo, incorporar nuevos artículos referentes a la operación y regulación de las antenas parabólicas, la radio digitalizada así como la televisión por cable.

"Por último, incorporar la obligatoriedad de la música mexicana en el artículo 11 fracción II referida a las atribuciones de la Secretaría de Educación Pública, quedando esta fracción como sigue: promover la transmisión de programas de interés cultural; incluyendo la música típicamente mexicana".

Luego de este bosquejo, la Comisión comenzó los trabajos y tras largo tiempo de análisis y discusión se logró establecer un anteproyecto y las posibles modificaciones. Es necesario hacer notar que dentro de las propuestas nunca se habló de cambiar el espíritu de la Ley, ni de derogarla, simplemente actualizarla a las necesidades tecnológicas y humanas que sean acordes a los tiempos en que vivimos. A continuación retomo textualmente varios artículos que me parecen fundamentales del anteproyecto de Ley, proporcionado por el licenciado en derecho Mario Arturo Díaz Alcántara.

Para hacer más claras y que los lectores puedan identificar de manera más precisa las propuestas a modificaciones de la Ley de Radio y Televisión se anotaron de la siguiente manera: el texto original de la Ley está en letra normal y subrayado; el texto propuesto como modificación está en letra negra y cursiva y la justificación de la propuesta de modificación cuando la haya, en letra normal. Cabe hacer la aclaración que los interesados encontrarán la propuesta completa en el (anexo 3) de este capítulo. (17)

Artículo 3.- La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsimile o cualquier otro procedimiento técnico posible. Se comprenden en dicha industria todo tipo de sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivadores y accesorios, que distribuyen señales de imagen y sonido a cualquier equipo o instrumento de recepción.

Artículo 5.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I a la IV...

V.- Propiciar la expresión de individuos y de organizaciones de la sociedad civil, en relación con temas de interés nacional o regional y dar cauce a las peticiones que se ejerciten de manera pacífica y respetuosa, y en materia política, sólo como derecho de los ciudadanos de la República.

Artículo 6.- Sin menoscabo de la obligación que tienen los concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y televisión de cumplir a través de sus transmisiones, con la función social prevista en esta ley, en relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos Administrativos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas y campañas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica. Sin menoscabo de la obligación que tienen las radiodifusoras de cumplir a través de sus transmisiones con la función social prevista en esta Ley.

Artículo 8.- Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión. El Gobierno Federal otorgará, refrendará, modificará o revocará concesiones o permisos para estaciones de radio y televisión, con la intervención, en su respectiva competencia, de las Secretarías de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Educación Pública y Salud.

Artículo 14.- Las concesiones para usar comercialmente frecuencias de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas previstos en esta Ley, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos, personas morales o a sociedades cuya participación accionaria sea mexicana en su totalidad. Si se tratare de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y quedarán obligadas a proporcionar anualmente a las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

Artículo 16.- El término de una concesión no podrá exceder de 30 años, pudiendo ser refrendada al mismo concesionario con preferencia sobre terceros, siempre que de acuerdo a la opinión de las dependencias que en los términos del artículo 8 de esta Ley, interviene en su aplicación, y al expediente que de la emisora obre en las mismas, dicho concesionario haya dado puntual cumplimiento a sus obligaciones legales.

Artículo 37.- Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos:

I a la V...

VI.- No ajustar los contenidos de su programación a los principios establecidos por el artículo 5 de esta Ley.

VII.- Reincidir en las conductas a que se refieren las fracciones I, II, III, VIII, XIII, XXI y XXII del artículo 101 de esta Ley.

VIII.- Cuando existan antecedentes de haberse decretado la suspensión temporal, reincidir en la violación de las disposiciones a que se refieren las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXIV del artículo 101 de esta Ley; y

IX.- Cualquier falta de cumplimiento a los términos del permiso, no especificada en las fracciones anteriores.

Artículo 53.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión o distribución al público.

La palabra que se agregó tiene el propósito de sujetar a quienes operan sistemas de comunicación restringidos (cable), en vista de que su argumento para considerarse fuera de la Ley lo hacen consistir en que ellos no transmiten, distribuyen.

Artículo 63.- Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Los concesionarios y permissionarios de radio y televisión, sólo podrán transmitir o difundir actos de culto religioso de carácter extraordinario, previa calificación y autorización de la Secretaría de Gobernación.

Para observar congruencia con lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público.

Artículo 64.- No se podrán transmitir por radio y televisión noticias, programas, mensajes o propaganda de cualquier clase que:

I.- Sean contrarias a la seguridad del Estado.

II.- Afecten los derechos de terceros.

III.- Ataquen la vida privada.

IV.- Perturben el orden o la paz públicos.

V.- Provoquen la comisión de algún delito.

VI.- Tampoco podrán transmitirse asunto que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, impliquen competencia a la red nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario con la citada Secretaría.

Es necesario incluir con claridad en este artículo las prohibiciones para transmitir noticias, programas, mensajes o propaganda cuyo contenido pueda encuadrarse en los supuestos de las fracciones precisadas en el mismo, o en su último párrafo.

Artículo 75.- En sus transmisiones, las estaciones de radio y televisión deberán hacer uso del idioma nacional.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, y autorizará la proporción del tiempo total de transmisiones en el idioma extranjero, así como en español el cual en ningún caso podrá ser inferior a la tercera parte del tiempo total de la transmisión diaria.

La Secretaría de Gobernación autorizará los horarios correspondientes a las transmisiones de cada idioma y cuidará de su adecuado equilibrio.

Con el objeto de comprobar el cumplimiento de este objetivo, dichas estaciones proporcionarán semestralmente a la Dependencia mencionada un informe pormenorizado de sus transmisiones.

La experiencia ha demostrado que un número creciente de emisoras, principalmente de la franja fronteriza norte del país tiene propensión a diseñar su programación en idioma inglés, con el objeto de dar servicio al público, empresas comerciales y publicistas norteamericanos. Para ello, utilizan materiales publicitarios y de contenido programático producidos en el extranjero, independientemente de que, también en el campo de la locución, tienden a contratar los servicios de trabajadores estadounidenses.

Lo anterior ha dado como resultado el que dichas emisoras en abierta competencia con sus homólogas norteamericanas, se erijan en empresas de características extranjeras que funcionan en territorio nacional, en detrimento de la función social que las leyes asignan a los medios como factores de integración nacional y de promoción de los valores, la educación y la cultura del pueblo mexicano.

La reforma contenida en el presente artículo se orienta a poner fin a esta situación y propiciar que estas emisoras, como todas las demás, se conviertan efectivamente en promotoras de los valores nacionales.

(LOS SIGUIENTES ARTICULOS NO EXISTEN EN LA ACTUAL LEY, SIN EMBARGO, EL ANTEPROYECTO DE LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION LOS PROPONE, CON EL FIN DE QUE SE ADICIONES A LA LEY).

Artículo 107.- *Contra la imposición de cualquier infracción aplicada, de acuerdo a lo establecido en los artículos 9 fracción VI y 10 fracción V de esta Ley, procederá el recurso de revisión.*

Es necesario tener esta referencia para otorgar a los infractores el beneficio de ser oídos por la propia autoridad.

Artículo 108.- *El recurso de revisión deberá interponerse ante la Dirección General Jurídica de la Secretaría que haya impuesto la sanción, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha en que el recurrente haya sido notificada la infracción.*

Los recurrentes podrán contar con una alternativa en caso de alguna diferencia.

Artículo 109.- La interposición del recurso se hará por escrito y se expresará nombre y domicilio del recurrente, los agravios de infracción y acompañará a los elementos de prueba que considere necesarios los cuales serán tomados en cuenta en la resolución correspondiente.

Deberá también exhibir las constancias que acredite la personalidad del promovente.

La autoridad correspondiente tendrá un límite para la resolución del recurso.

Hasta aquí concluyen algunos artículos que considero necesarios modificar y que retomé textualmente del anteproyecto antes mencionado.

Por último, creo pertinente manifestar que se debe también hacer un análisis del Reglamento de esta Ley, a fin de poder tener una modificación integral. Asimismo, se debe incluir en la misma Ley algún tiempo determinado para que se vuelva a revisar y actualizar, a fin de que no se tenga otro atraso de 30 o mas años en una legislación tan importante hoy en día y con el paso agigantado en la investigación e inventos electrónicos de carácter masivo y no llegar a los extremos que Cremoux apunta en su trabajo sobre la legislación vigente: (18)

"Fueron menester 52 años de transmisiones formales en radio y 26 en televisión, para que un día la autoridad se decidiera a reglamentar estas actividades consideradas de interés público.

"Sería interesante especular sobre el número de lustros que hubieran sido necesarios para que el Estado reglamentara el contenido de las transmisiones en la radio y en la televisión, si no tuviera esa etiqueta que los ubica *bajo el dominio de la nación*.

"El 4 de abril de 1973, con 13 años de retraso a la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, se expidió el Reglamento sobre el contenido de las emisiones en los medios de difusión concesionados por el Estado a los particulares".

Cabe hacer la aclaración que en este capítulo se observaron algunas de las muchas fallas que presenta la Ley, sin embargo, aún falta estudiar su Reglamento, enmarcado en 10 considerandos generales.

4.3 LA RADIO, HOY

Como lo indicaron en su oportunidad Ramiro Garza y Luis de Llano Palmer, en la radio de hoy no hay nada nuevo, todo es una combinación de la creatividad con la tecnología, sin embargo, sí

ha habido un repunte importante de la radiodifusión capitalina, la competencia se ha vuelto muy intensa y los grupos se han organizado de tal manera que representan una industria fuerte tanto económica, política e ideológicamente, prueba de ello es que tienen una comida anual con el presidente de la República y se les considera (junto con otros medios) como el cuarto poder.

Pese a que en algunos grupos radiales se ha querido mantener la música de calidad, como Opus 94, Estéreo Mil o XELA, sin embargo, no representan gran alternativa. Algo similar ocurre con estaciones tipo "elevador" o "consultorio" totalmente automatizadas, como el caso de Estéreo Mil donde varios procesos de la actividad están computarizados, y pese a que es un gran avance para la tecnología el hecho de poder programar hasta un mes la música a través de una computadora, se pierde el sentido creativo de la programación viva, donde la voz, los invitados, los errores en la producción, son el toque cálido que el escucha disfruta. Además, las computadoras suplen al ser humano, lo cual provoca que se eliminen las fuentes de trabajo en la emisora.

Otra realidad contundente que nos muestra el recorrido de la emisoras es que si bien se ha avanzado mucho a nivel tecnológico con AM estereofónico, empleo de satélite, computadoras, dat, fibra óptica, la libertad de creación y la pluralidad ideológica, se muestran rezagadas lo que da como resultado una radio uniforme, con contenidos parecidos, noticias homogeneizadas y por supuesto mismos comerciales. En el caso de la creatividad, a los empresarios o directores de las emisoras les interesa más el hecho de aparecer con un *rating* alto que permita cotizarse bien, que tratar de renovarse y dar oportunidad a nuevos creativos que puedan generar programas de contenido social. En cuanto a la pluralidad ideológica y política, encontramos poca variedad de opiniones en cuanto a la posibilidad de que los diferentes sectores de la sociedad se puedan expresar. Asimismo, falta la crítica seria y propositiva; la información es mayoritariamente inclinada al PRI, la autocensura y censura son constantes, etc., lo cual obliga a que la radio en el Distrito Federal sea en buena medida una gran "sinfonía" moderna con sonido estereofónico, donde locutores poco preparados sirven como anunciadores de canciones y las canciones son fiel expresión del síndrome de la *payola* (música pagada directamente a los programadores o directores de estaciones por las empresas discográficas). Por supuesto, existen excepciones, pero son mínimas.

En cuanto a las estaciones con noticiarios de amplia cobertura se ha podido encontrar que han aumentado, pero sin duda, en la mayoría de ellos, en distintos niveles, existe la censura y la autocensura. En ellos se maneja la noticia oficial y se dejan sólo las voces que ostentan el poder y se limita la voz a la oposición política y en general a las clases menos favorecidas, que sólo se puede expresar cuando sus intervenciones tienen poca relevancia. Sobre los partidos políticos, se les da la voz cuando se atacan entre ellos o reconocen alguna buena acción del gobierno o externan su opinión sobre algún político fallecido o conflicto en el extranjero. En lo que toca al público se controlan las llamadas y sólo existe retroalimentación en los programas de votación (tipo "Cara a Cara"), cuando se solicita alguna melodía o cuando el escucha desea "felicitar" a la emisión en turno, sin llegar a profundizar en los problemas de la ciudadanía.

Un fiel reflejo de la censura, el control noticioso y de la radio que estamos aceptando y viviendo es la noticia publicada en el diario "El Financiero" en 1992, donde se destaca el hecho del cese laboral de Manú Donbrierer de Radio Fórmula: "El dueño de Radio Fórmula, Rogerio Azcárraga, le escribe a Manú Donbrierer para explicarle por qué después de hacer algunas críticas a funcionarios la separó del micrófono: 'En el momento actual, el auditorio manifiesta su preferencia por la música, el entretenimiento, la economía y los deportes'. Y agrega: 'Los hombres de negocios no desean anunciarse en espacios propicios a la crítica y la controversia'". (19)

4.3.1 LAS EXPECTATIVAS DE LA RADIO CULTURAL

Otro aspecto importante de retomar es el de las escasas emisoras culturales y a este respecto comparto la preocupación expresada en el suplemento cultural de "Excelsior" llamado "El Búho" (20) con respecto a los poquísimos espacios dedicados a la cultura en tanto los medios se convierten en un circo grotesco de publicidad y mercadotecnia, con la cancelación de emisoras como Radio Rin, Estéreo Joven, Radio Alicia (con sus pros y contras), Expresión 590... mientras, se consolidan emisoras completamente en idioma inglés como Xpress Radio, Radio Vip, Universal Estéreo o peor aún, la famosa Mutiradio digital, completamente automatizada, sin locutores, programas en vivo, etc.

A este mismo respecto, Ramón Sosamontes en uno de sus artículos apunta la necesidad de que se produzca otro cambio en los medios de comunicación masiva, ya que están funcionando bajo las leyes y normas del mercantilismo, manejando a su gusto el derecho de los mexicanos a la información y deformando conciencias y conductas sociales. Por lo cual, propone el articulista que el Estado debe permitir que cualquier grupo de la sociedad tenga derecho a poseer un canal de radio, televisión o periódico (21).

A lo anterior agregaría que otro medio de control informativo es el llamado boletín de prensa, emitido por las propias instituciones que unifican toda la información en favor de los titulares en turno, pues además, estas oficinas de prensa promueven el "embute" o sobresueldo para que los reporteros sólo transcriban la información que manejan.

Volviendo a las estaciones culturales, es evidente que atraviesan por problemas serios por falta de presupuesto, bajísimos salarios, imposición de directores, cambios de programación tan frecuentes como en Radio Educación que en un año ha llegado hasta 53 nuevos programas, falta de equipo técnico adecuado y moderno, problemas sindicales, estar al servicio de los directivos y no de las instituciones, etc.

4.3.2 HACIA DONDE VA LA RADIO COMERCIAL

Un tema que ha causado controversia dentro de los analistas es el referente a las "opciones" que ofrece la radio en el Distrito Federal hacia sus diferentes sectores poblacionales, donde encontramos que la juventud, -este sector es de suma importancia para la industria por diversas razones, principalmente comerciales-, además representa un factor de consumo, votos, energía, entre otros, que representa. En cuanto a lo que significa este sector para la radio encontramos que se intenta darle un amplio espacio en los diferentes grupos radiales, con estaciones supuestamente juveniles que tratan de atraerlos con el fin de que las empresas comerciales les compren espacios y anuncien sus productos, por lo cual, se ha invertido muchas horas para tratar de captar a esta población. Sin embargo, como bien lo apuntó el investigador Fernando Mejía Barquera (22) la llamada radio juvenil ha tenido varios cambios en los últimos 25 años, pero éstos han sido únicamente en cuanto a la ubicación de las emisoras en las bandas de frecuencia. Las estaciones de

música en inglés y español dirigidas a los jóvenes pasaron a la banda de FM, por su mejor calidad de sonido. Pero lo que no ha cambiado es el concepto que las empresas tienen hacia ellos, ya que los consideran únicamente como consumidores potenciales de productos como revistas, conciertos, ropa, discos, aparatos electrónicos, etc., y la radio se convierte en un escaparate inmejorable para ello, en tanto, las preocupaciones políticas, sociales, culturales, educativas, sexuales, familiares y personales aparecen pocas veces en forma profunda y como agravante está el hecho de que los jóvenes ni siquiera intervienen en esta confección radial y los que llegan a intervenir casi siempre son representativos de la clase media o alta. Como se señaló en los anteriores capítulos de este trabajo, donde los diferentes grupos radiofónicos han intentado atraer a este núcleo de la población con el recurso fácil de poner al aire música "moderna", lo cual reafirma el concepto de joven en radio que significa: sólo música actual y sofisticada y una jugosa ganancia comercial.

En cuanto a otros sectores de la audiencia, como el femenino, la radio se basa en programas superfluos (belleza, chismes del espectáculo, moda o problemas de salud) y sin llegar al fondo de los problemas reales de las mujeres, como la discriminación social de que son víctimas, el acoso sexual, la falta de oportunidades de empleo, el aborto, etc., (aunque cabe aclarar que algunos programas tratan de llegar a estos temas como los programas de Derechos Humanos, Sobre el SIDA tenemos a Rocío, una mujer de nuestro tiempo, etc.).

Uno de los aspectos más críticos que se pueden desprender de lo expuesto en los capítulos anteriores es que los ancianos y los niños no son sectores importantes para la radio en el Distrito Federal, ya que sus espacios son casi nulos y sólo encontramos algunos programas unitarios que se refieren a ellos como objeto de debate y análisis. Esto es pues, un claro reflejo de que a la radio mexicana sólo le importa penetrar en los sectores productivos o con poder de compra. Lo anterior se manifiesta de manera más profunda y elitista cuando vemos los perfiles a quienes van dirigidas las programaciones de estaciones de Frecuencia Modulada como el caso de Estéreo 100, que busca clase A y AA, es decir, a la clase económicamente más acomodada. En tal dirección apunta también Estéreo Rey, que se enfoca directamente a sectores de la audiencia de cierto nivel educativo y social,

o Universal Estéreo, que utiliza gran número de palabras en inglés, ya como vocabulario normal como: *Golden Music*, o incluso estaciones en idioma inglés como Xpress Radio.

En el caso de los niños, una de las propuestas más concretas era Radio Rin, que, según la versión oficial, debido a razones de *rating* (como lo vimos en el capítulo tres, ya que no marcaba ningún punto en el *rating*) tuvo que desaparecer. Si se les dedica algún espacio en la radio a los infantes, es netamente musical con los grupos hechos al vapor (Onda Vaselina, Timbiriche, etc.), o en último de los casos realizan programas sabatinos que difícilmente escucharán los infantes a la siete u ocho de la mañana. No obstante esta circunstancia, actualmente hay programas valiosos en la radio cultural.

Bajo este concepto la radio va con la moda, ya que si el último grito es el rock, nacen y se reproducen emisoras con este corte, si es la corriente grupera la más popular, de igual forma los perfiles se modifican con la mayor facilidad, todo en aras de "estar al día", económicamente hablando. Ello explica, cómo a través del trabajo se demuestra el sinnfín de cambio de nombres a las emisoras, así como de perfiles, de voces, todo esto por supuesto, sin tomar en cuenta a los diferentes sectores de la población. Esto lo podemos afirmar ya que no existe una sola emisora que refleje los problemas de los obreros, comerciantes, estudiantes, etc. La gran mayoría están al servicio de la publicidad.

Si llegamos al terreno de la Ley Federal de Radio y Televisión, encontramos un atraso de por lo menos 20 años, (no se ha revisado desde su creación en 1960), donde la tecnología la ha rebasado, mientras prosigue el contubernio gobierno-radiodifusores, que ha mantenido sin aclarar, corregir o discutir, a pesar de la necesidad de reformas. Una de ellas parte del hecho de que los medios no deben ser monopolios, o de establecer mecanismos que permitan saber la condición real de los dueños, como el caso de 6.20, donde el dueño Víctor Blanco es de origen español.

Una relación que se debe democratizar y aclarar es la concerniente a la relación que sostiene el Estado con los radiodifusores, la cual se ha envenenado de enfermedad y cinismo, como lo muestra la declaración de 1992 del entonces regente de la ciudad Manuel Camacho Solís: "Durante una reunión con radiodifusores Manuel Camacho Solís, destacó la trascendencia de los medios de

comunicación en la democratización del país. Dijo que han impulsado la participación ciudadana hasta lograr que los mexicanos expongan sus opiniones y que las dependencias den respuesta a sus demandas... Por último, el regente capitalino se dirigió a los titulares de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal para que continúen colaborando con el gobierno para propiciar la convivencia y tranquilidad al informar sobre imprevistos que pudieran surgir". (23) Esto demuestra que existe una alianza entre poder gubernamental y medios de comunicación.

Asimismo, cabe considerar el hecho de que, aún con todo el poderío económico de que gozan los diferentes grupos (no son un tigre de papel) el Estado no les cobra un impuesto justo, además de que éste lo cubren con tiempo, que en muchos casos no se utiliza, dejando una sangría importante que nunca se recupera, en tanto, la sociedad mexicana sí paga sus impuestos con dinero en efectivo. Sobre este punto en las modificaciones propuestas en este capítulo faltará proponer la aplicación de un gravamen extra para establecer un fondo destinado a las escuelas, hospitales y albergues.

En otro aspecto de que la misma Ley establece y que no se cumple cabalmente es el referente al cuidado del lenguaje, así como no motivar que se denigren nuestras raíces, pero si escuchamos algunas estaciones encontraremos múltiples programas vulgares, sobre todo los nocturnos (como los de Estéreo Joven), asimismo permite que durante el día se anuncien indiscriminadamente bebidas alcohólicas, cigarros, etc., o los extranjerismos (caso Universal, rock 101, W FM, Estación Alfa, Xpress Radio, Radio Vip, etc.) y tal parece que lo único que les importa vigilar es que no existan críticas al gobierno. Además encontramos que la mayoría de las estaciones con formato musical no destinan el tiempo estipulado a nuestro canto (como ya lo vimos en la petición de la cantante vernácula María de Lourdes).

Un aspecto poco tratado es el referente a los sueldos y salarios de los trabajadores de esta industria, ya que si bien las ganancias son jugosas para los dueños, para los anunciantes, para los políticos, etc., los empleados siguen sin tener un sueldo mínimo profesional en sus diversas áreas. Así también, tenemos que muchos trabajadores están bajo el régimen de colaboradores o *Free lance*, que no les genera ninguna prestación social o sindical y que libera a las empresas de elevar su número de trabajadores de planta, que implica prestaciones de ley.

A este respecto, creo necesario retomar un planteamiento hecho por Jaime Almeida (quien durante varios años llevó las riendas de diferentes emisoras del Grupo Radiópolis) en el marco de la XXXIII Semana Nacional de la Radio y la Televisión, en 1991, con su ponencia titulada "La radio hacia el año 2000", Almeida planteó que, mientras hay una sórdida lucha de los grupos radiofónicos por acceder a la tecnología, se está olvidando la parte esencial de la radio: que está hecha por seres humanos, que mientras ven crecer las ganancias de los dueños ellos están en condiciones precarias: (24)

"Si queremos tener una radio de Amplitud Modulada (AM) fuerte y capaz de competir con la televisión, videocentros y la FM, entonces debemos comenzar a cambiar nuestra mentalidad y dejar de comprar máquinas ultramodernas para sacar de la miseria a nuestros hombres y mujeres creativos, pagándoles un sueldo decoroso.

"... la radio será el medio de mayor alcance si se rescata el servicio al público y si las empresas en lugar de buscar el *rating* muestran resultados prácticos a los anunciantes.

"Almeida hizo un rápido recorrido por la historia de la radio en México, cuando de las fiestas familiares pasaron a la magia de la radiodifusión con programas de concurso, musicales, radionovelas. Pero vino el primer golpe para la radio, la televisión, que no sólo contaba con lo que los guionistas imaginaban, sino que describían esos sueños a la perfección gracias a la imagen.

"Pero la radio masiva de AM sufrió un segundo golpe con la Frecuencia Modulada (FM), que trajo la estereofonía y poco a poco le arrebató los programas musicales a la AM, ahora, comienza una era inmediata del radio hablado con equipos de expertos, lo que ha generado que los creativos, programadores y continuistas sólo pongan los discos, y los locutores, antes creativos, sean ahora meros anunciadores de los personajes invitados".

Siguiendo en el terreno de Ley de Radio y Televisión tenemos que en la actual legislación tampoco se especifica el uso de los satélites puestos en órbita, que orgullosamente muchos grupos presumen utilizar. Sería pertinente hablar sobre la necesidad de cobrar un justo precio por la utilización, además de presentar bajo qué condiciones se rentan y qué criterios se siguen para que no se provoque con ello la piratería, ya que actualmente es fácil (para los radiodifusores), bajar varias

señales a la vez y utilizarlas indiscriminadamente como lo exalta Xpress Radio, que además tiene servicios especiales de cadenas norteamericanas, así como Estéreo Rey, Radio Red que muchas veces se enlazan directamente con comentaristas, que no se sabe con precisión si están acreditados para poder hacer uso de micrófono en México. Aunque esto mismo le pasa a las señales mexicanas en el extranjero.

4.4 DESARROLLO TECNOLÓGICO

En los tiempos que vienen, la industria se verá impulsada por el desarrollo tecnológico, tal será el caso de los satélites. Con respecto a este servicio de los satélites nacionales, en el festejo de los 50 años de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), el entonces secretario de Comunicaciones y Transportes Andrés caso Lombardo mostró la alianza perenne del Estado con esta industria al indicar: (25)

"Por órdenes del presidente de la República Carlos Salinas de Gortari, los próximos satélites Solidaridad se pondrán al servicio de toda la industria mexicana". A esta declaración se le olvidó mencionar que los satélites Solidaridad también servirán a otras naciones: "Zeferino Olmedo, subdirector de atención a usuarios de Telecom, de la SCT, informó que México venderá los servicios que ofrecen los satélites Solidaridad I y II a Estados Unidos, países de Centroamérica y del Caribe, América del Sur y de la Cuenca del Pacífico, con lo que la capacidad comercial de estos está prácticamente agotada. Entre las empresas que han firmado las cartas de intención destacan las televisoras mexicanas, Televisa y Multivisión, bancos, casas de bolsa, telefonía troncal, telefonía rural, dispersión de información noticiosa, algunas empresas privadas de EU, Argentina, el Caribe y de la cuenca del pacífico. Uno de los satélites Solidaridad fue entregado en noviembre de 1993 y el otro estará en órbita en febrero del 1994. Ambos fueron construidos por la empresa norteamericana *Hughes Communications International*; el costo aproximado de cada uno de ellos fue de 150 mdd. Para 1994, con ellos, México tendrá en el espacio tres aparatos de este tipo, ya que el Morelos II, lanzado en 1989, tiene vida útil de 9 años. Entre otros servicios que ofrecerán los satélites son: señales de televisión, servicio nacional de conducción de señales de teleaudición; en señales de voz,

señales digitales; en servicio radiomarítimo, conducción de señales de telegrafía, telex y fax, etc.
(26)

Sobre este mismo aspecto la revista Muy Interesante explica: "El gobierno mexicano decidió firmar el acuerdo por el cual se construirán dos satélites que compondrán el Sistema Solidaridad. El proyecto de los satélites Solidaridad contará con el sistema más sofisticado. Entre sus ventajas se pueden citar: estabilidad triaxial en lugar de giratoria; servicio fijo en banda "c" con 18 transpondedores al igual que el Sistema Morelos, pero con mayor potencia, lo que reditúa en una mayor calidad de la señal y la posibilidad de reducir el tamaño de las antenas de recepción. Servicio móvil en banda "L", para los diversos modos de transporte y telefonía rural. Vida útil de 14 años, en comparación a los 8 del Morelos. Dicho proyecto que tendrá un costo aproximado a los 183.47 millones de dólares, reúnen en los servicios de conducción de señales digitales de voz, datos, video, teaudición y televisión en las bandas "C" u "Ku". Además de contar con la banda "L" que estará destinada al servicio móvil, lo que permitirá la comunicación con el transporte terrestre, aéreo y marítimo, así como su radioterminación para casos de emergencia. El satélite Solidaridad I será (fue) entregado en noviembre de 1993, y tres meses después se finalizará con la entrega de Solidaridad II, con esto, se evitará la interrupción del Morelos I, que será sustituido después de nueve años de estar en órbita". (27)

Surge de inmediato la pregunta, luego de saber que el servicio se satélite es ya una realidad en la radio y televisión mexicana, de ¿por qué no se utiliza para implementar programas de apoyo a la docencia?, sobre todo, en los sectores rurales si ello se incluye en la Ley.

Otra de las muestras claras de los pasos agigantados de la tecnología es el desarrollo de la radio digital. En la mayoría de los países industrializados se ha invertido mucho dinero en conocer y utilizar este tipo de radiotelefonía, ya que permite la optimización del espectro radioeléctrico, además que se vislumbra como un negocio rentable y con grandes expectativas al permitir un alto nivel de calidad en las transmisiones.

Según información periodística, Estados Unidos, Japón y México son los primeros países en los que la radio digital funcionará transmitida por aire. Sin embargo, pasará una década por lo menos

para que dicho sistema sea disfrutado a nivel masivo, tiempo calculado para que los emisores de AM y FM cambien sus equipos de transmisión y la industria electrónica produzca los nuevos aparatos receptores a precios accesibles (28).

Es pues, ante este espectro que al parecer la radiodifusión que nació hace más de 60 años sólo ha avanzado en el campo de la tecnología, pero como lo indica la investigadora Alma Rosa Alva de la Selva, sigue cumpliendo sus papeles tanto en lo económico como en lo ideológico:

"Día a día este importante medio de comunicación masiva es utilizado para promover el consumo de un interminable desfile de mercancías y productos, que constituyen la columna vertebral de un medio sujeto a las leyes del mercado. De esta manera, la radio comercial cumple una función en el ciclo de circulación del capital y por sus indiscutibles posibilidades de influir en el desarrollo y formación de la llamada conciencia social, se configura como un aparato de apoyo a la ideología propia del sistema capitalista en su fase actual...

"En 1921, este medio electrónico surge y se desarrolla bajo la tutela de capitales extranjeros, y corporaciones transnacionales, sin que el Estado mexicano contemple su control...

"Seis décadas después, el panorama radiofónico no parece haberse transformado de manera sustancial: funcionando de acuerdo a los requerimientos del mercado como eficaz medio publicitario, entregada a la gestión de grupos privados bajo la anuencia estatal, y con estrechos nexos con empresas transnacionales, tanto en el terreno de la publicidad como en el de la información o la transmisión discográfica, la radio mexicana -alejada del interés popular y la realidad del país- permanece en la dependencia y el silencio.

"Manejada por una minoría, sumisa no sólo a la clase dominante nacional, sino también a la foránea, al influir en la creación y reforzamiento de valores y creencias sociales, y al promover no tanto productos, como un modo de vida, patrones de conducta y aspiraciones sociales congruentes con la preservación del orden existente, la radio comercial mexicana se constituye, en suma, como un cotidiano, eficaz y permanente aparato de apoyo a la ideología del sistema..." (29). Y agregaría que continúa por un camino parecido, de los intereses de la mayoría de los mexicanos y muy cercana a los intereses de los empresarios nacionales y extranjeros, así como del gobierno.

Este hecho lo reafirman los hacedores de la radio entrevistados, como Ramiro Garza quien comenta que "no existe nada bajo el sol" y que la radio sólo presenta diferentes ángulos, pero en el fondo es la misma. A este respecto, Luis de Llano Palmer dice que los diez primeros años fueron decisivos para conocer la potencialidad de este medio electrónico. Sin embargo, todavía falta mucho por aprender y recorrer en cuanto al manejo y organización de las radiodifusoras.

4.5 USOS SOCIALES DEL MEDIO

Por ahora, retornemos a los graves problemas a que se enfrenta la radio capitalina. Una limitante muy importante para el desarrollo creativo de la radiodifusión, es sin duda, la concentración excesiva de las emisoras comerciales en pocas manos, ya que, además de la radio comercial, sólo encontramos como alternativa a la radio estatal con el IMER, y con perfiles culturales a Radio Educación y Radio UNAM. Aunado a esto tenemos el llamado centralismo político que se refleja en la concentración de la información y de los grupos dominantes del cuadrante que están reunidos en el ombligo del país: en la capital.

Aquí, el cuestionamiento recae en la falta de oportunidades para que diferentes sectores de la llamada sociedad civil puedan tener una estación que represente fielmente sus necesidades de comunicación, tal sería el caso de los intelectuales, artistas, los partidos políticos, el sector obrero (en el caso del país se mencionaría también a los campesinos), los minusválidos, los comerciantes, etc., que sin duda podrían abrir la comunicación y convertir a la radio actual más participativa y sin censura. Con esto se disminuiría el control económico e ideológico en los medios.

Una de las esperanzas para conseguir la apertura de los medios es la lucha que desarrollan los partidos políticos de oposición, que pugnan para que la comunicación se abra a todas las corrientes ideológicas a través de una reforma política integral al COFIPE, solicitando se establezca en los medios cuándo una información ha sido pagada, que sea igualitario el trato a las campañas de todos los institutos políticos, se esclarezcan los anuncios pagados por partidos, se respete la información vertida por los voceros oficiales partidistas, etc. (30)

Dentro de este mismo contexto es preocupante saber que sólo existen tres emisoras eminentemente culturales (Radio UNAM AM y FM y Radio Educación), que están seriamente

afectadas por sus bajos presupuestos y sindicatos anquilosados, que tratan de impedir se busquen patrocinios de forma honesta. Lo peor de todo es que continúan sirviendo como *pasarela* para funcionarios del gobierno y como foro exclusivo de las voces oficiales del sistema. El IMER es claro ejemplo de una radio que quiere competir comercialmente, pero se limita a imitar los patrones establecidos, le falta credibilidad, quitarse el síndrome del dedazo, amiguismo y prepotencia, que se manifiesta con sus constantes cambios de funcionarios y programación. Un tanto de estos problemas también se reflejan en Radio UNAM y Radio Educación.

Por ello, sería mas conveniente que estas emisoras fueran manejadas y administradas por consejos ciudadanos (como los propuestos en el IFE para cuidar las elecciones del 21 de agosto de 1994, ya que un grupo de intelectuales fueron propuestos para proponer mecanismo de lipieza electoral), que puedan ser voceros de grandes núcleos poblacionales, o como funcionan las radio indígenas o comunitarias que a través de fundaciones, por los propios participantes de la comunidad se manejen.

4.6 LA RADIO "LA GRAN DESCONOCIDA DE LOS MEDIOS"

En diferentes ocasiones (conferencias, entrevistas, etc.) el periodista Miguel Angel Granados Chapa, se ha referido a la radio como la gran desconocida en referencia a otros medios masivos, por el hecho de que los investigadores prefieren estudiar a la televisión, el video, la prensa escrita, que la radio. Retomando la idea, otro factor que impide que la gente, en todos los niveles, conozca más el desarrollo de los medios, es el avance vertiginoso de la tecnología, pues los alcances están de lleno en el siglo XXI, en tanto los investigadores, analistas, creativos de la radio mexicana, están todavía en las fases primarias del campo, con pocos libros sobre la radio actual, sobre los avances tecnológicos, etc. Sin embargo, los grupos radiales ya cuentan con tecnología de punta, en tanto, pocos son los técnicos o ingenieros que dominan a la perfección los sistemas de cómputo. Otro ejemplo claro de la posibilidad real de los mexicanos de tener tecnología avanzada es la firma del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre dos naciones del primer mundo (Estados Unidos y Canadá) con una del llamado subdesarrollo (México), en este acuerdo comercial se pretende empujar definitivamente a nuestro país a acceder no sólo a más tecnología, sino a una libre competencia con

otras naciones (que dicho sea de paso, tampoco se contempla en la actual Ley de Radio y Televisión), sin embargo, la mentalidad y la preparación de los mexicanos está sumamente atrasada, si aunamos que en la radio del Distrito Federal encontramos todavía los círculos viciosos, la falta de apertura política, etc., la perspectiva se ve muy complicada para empatar la tecnología con los recursos humanos. Asimismo, se necesita actualizar constantemente, no sólo a los dueños, sino a los trabajadores de todas las áreas, quienes son los encargados de que la señal salga al aire.

Justo sobre este tema, en una mesa redonda efectuada en el Claustro de Sor Juana varios expertos y radiodifusores disertaron sobre el tema. He aquí un extracto de la discusión: (31)

"Creo que tenemos un momento y un espacio muy interesante por la cantidad de elementos que se van prestando día a día para reflexionar sobre los medios de comunicación y en particular sobre la radio y también para reflexionar sobre nuestros miedos, miedos acerca del nacionalismo, acerca de la identidad, acerca de la cultura, de la rivalidad. Que la radio mexicana sirva a nuestro país y a su gente, que le sea útil frente a las circunstancias que estamos viviendo como país, las emisoras tienen capacidad de producción para un desarrollo.

"Tenemos que retomar experiencias. La norma de inversión en radio, en Estados Unidos, se permite hasta un 20 por ciento directamente en la estación de radio y un 25 por ciento en la compañía controladora, pero siempre sin que se llegue al control de la estación. En México la inversión extranjera en radio está prohibida, es decir, cero. Recientemente la empresa Televisa, colocó públicamente las acciones L, o acciones neutras, que no tienen voto pero sí pueden participar de utilidades".

Con lo anterior se desprende que la radio tiene mucho camino por recorrer, aprender y adecuarse a los tiempos modernos. Ante esto es necesario puntualizar que este medio electrónico en el Distrito Federal ha repuntado y si bien no es la radio ideal, sí ofrece una amplia gama de posibilidades, ya que de los medios electrónicos es en la radio donde se tiene más posibilidad de crear y ser plural ideológicamente.

4.7 HACIA NUEVAS FORMAS DE RADIODIFUSION

Ahora que se está convirtiendo el planeta en una aldea global, gracias a los medios electrónicos y los recursos informativos, sería también importante voltear la vista hacia otros países que han nivelado, de alguna manera, sus formas de comunicar, sin caer en la privatización completa, ni en el estatismo total y tal vez nos ayude a entender cómo poder abrir los medios a otros grupos de la sociedad, para aportar en la democratización de la radio en México. Una opción para ello puede ser la radiodifusión pública alemana, que funcionó hasta la unificación de las dos alemanias y el derrumbe del muro de Berlín, sin embargo, algunas emisoras aún continúan en diversos lugares de este país.

4.7.1 LA RADIO PUBLICA

La estructura radial establecida en Alemania surgió con la segunda Guerra Mundial, como pieza clave para el Estado autoritario de Adolfo Hitler. Después de la derrota de la Alemania nazi, los ingleses y norteamericanos se propusieron organizar un sistema de radio totalmente alejado del Estado y que respondiera a las necesidades de los grupos sociopolíticos de la nueva Alemania. Desde entonces surgió el principio de la radiodifusión conocido como derecho público, con el cual este medio electrónico de comunicación masiva no pertenece a individuos ni al Estado, sino a la sociedad en general.

En el derecho público las estaciones no persiguen el lucro y obedecen a satisfacer diferentes necesidades étnicas y de grupos políticos. Para que este sistema no estuviera a la deriva económica y sin dueño, se crearon diferentes legislaciones para cada emisora, según su perfil y correspondencia con el estado federado a que pertenezca. Su órgano superior es el Consejo de Radiodifusión, éste elige al director de la emisora y a la mayoría de los colaboradores y directivos más importantes. Asimismo, aprueba el presupuesto de la estación y tiene la misión de controlar y criticar los programas.

Para que se puede conformar este Consejo los legisladores de cada entidad federada presentan propuestas de personas representativas de cada sector de la sociedad, por ello, en todas las emisoras conviven representantes de la iglesia, judíos, organizaciones patronales, sindicatos, etc. Este Consejo

se financia sustancialmente con los abonos del público, ya que cada persona que posea un aparato de radio está obligada a pagar de 16 a 25 marcos al mes en la actualidad (hablamos de 1991). (32)

4.7.2 LA RADIO COMUNITARIA

Otra propuesta de radio que se ha venido gestando como alternativa en muchos países del mundo es la llamada radio comunitaria o alternativa, que sería otra opción digna de tomarse en cuenta para que la radio en el Distrito Federal pueda ser más plural y abierta a diversos grupos sociales. Para explicarla retomo el texto de Rafael Roncagliolo, quien ofreció una magna conferencia en la reunión de AMARC en la ciudad de Oaxtepec el día 24 de agosto de 1992.

"Lo que nos corresponde, es proponer 'más sociedad civil'. El mundo ha dejado de ser maniqueo. Ya no se reduce a la dicotomía entre lo público y lo privado. Ha emergido, a escalas nacional e internacional, un verdadero tercer sector, no gubernamental y no comercial.

"En este tercer sector se colocan los grandes movimientos sociales del tránsito del siglo y de de milenio: los movimientos por los derechos humanos y la igualdad racial, el movimiento por los derechos de la mujer, el movimiento ecologista, el movimiento de preferencias sexuales. Se trata en todos los casos de reivindicaciones muy antiguas que ahora alcanzan mayor estatuto de legitimidad, como consecuencia de muchas y diversas luchas nacionales e internacionales.

"La comunicación 'alternativa' corresponde a este tercer sector. Por eso preferimos llamarla 'alternativa'. Su vocación no es la marginalidad, sino la alteración, el cambio, la transformación de las relaciones de poder en el dominio de las culturas.

"Un conjunto de formas diversas de radio comunitaria y popular. Hay aquí radios libres y asociativas europeas, radios públicas australianas, radios rurales africanas, radios participativas de América Latina, radios comunitarias de América del Norte. Lo que une a esta Asociación (AMARC) no son los estatutos jurídicos, sino un común compromiso con la democratización de la radio, que es, hoy por hoy, el medio de comunicación más expandido, popular y masivo.

"Arrebatémosle al liberalismo lo que tiene de legítimo: su defensa de las libertades. Y planteemos la necesidad de darle a todas las voces, acceso a las ondas y cables, a las licencias y al control sobre la propiedad de los medios de comunicación, en particular de la radio". (33)

NOTAS BIBLIOGRAFICAS DEL CAPITULO CUATRO

- 1 Ortíz Garza, José Luis. La guerra de las ondas pág.156-157.
- 2 El Nacional Vida pública 14 de septiembre de 1991 Debate pág. 1 y 10.
- 3 Uno más uno 23 de noviembre de 1991.
- 4 El Día 24 de enero de 1992 sección Espectáculos pág.20.
- 5 El Nacional 24 de agosto de 1992 sección Carteleras pág.23
- 6 Revista Mexicana de Comunicación No.21 enero-febrero de 1991 pág.33 y 34.
- 7 Información mecanografiada con fecha de 22 se septiembre de 1992.
- 8 El Nacional 2 de mayo de 1992 sección Espectáculos pág.5.
- 9 Uno más uno 28 de abril de 1992 pág.28.
- 10 Revista Mexicana de Comunicación No.15 enero-febrero de 1991 pág.12 y 13.
- 11 El Financiero 16 de agosto de 1991 pág.2.
- 12 El Nacional 18 de febrero de 1991. Espectáculos pág.17.
- 13 Cita textual de la carta enviada por el Grupo Impulsor, de la cual cuento con una copia, con fecha de 4 de febrero de 1991.
- 14 Cremoux, Raúl. Le legislación mexicana en radio y televisión. pág. 73.
- 15 Cremoux, Raúl. Le legislación mexicana en radio y televisión. pág.181-190.
- 16 Documento elaborado por la Comisión de Radio, Televisión y Cinematografía de la LV Legislatura de la H. Cámara de Diputados. (Texto fotocopiado).
- 17 El anteproyecto es un trabajo realizado por varios especialistas en Leyes, convocados por la diputada Silvia Pinal Hidalgo y que hasta la fecha de terminado este trabajo todavía seguía siendo una propuesta a modificar la Ley de Radio y Televisión. El texto está fotocopiado.
- 18 Cremoux, Raúl. Le legislación mexicana en radio televisión. pág.85.
- 19 El Financiero 15 de septiembre de 1992 pág.83.
- 20 Excelsior El Búho 19 de enero de 1992 pág.1
- 21 Uno más uno 5 de abril de 1992 pág. 1 y 5.
- 22 El Nacional 24 de mayo de 1992 suplemento Dominical pág.10.
- 23 El Universal 7 de noviembre de 1992 primera sección pág.5.
- 24 El Nacional 4 de octubre de 1991 sección Espectáculos pág. 5.
- 25 El Nacional 3 de octubre de 1991 sección Espectáculos pág. 5.
- 26 El Universal 1 de agosto de 1992 pág 15 primera sección.
- 27 Revista Muy Interesante (especial comunicación) 1991. pág. 37.
- 28 Revista Intermedios No. cinco. 1992 pág. 5
- 29 Radio e Ideología, Alva de la Selva, Alma Rosa. pág.1-3 de la Introducción.
- 30 Revista Mexicana de Comunicación No.15 enero-febrero de 1991 pág.12 y 13.
- 31 Texto trascrito a máquina de la grabación original.
- 32 Esta información apareció en un documento del Instituto Goethe y se extrató en El Nacional sección radio 29 de abril de 1991 pág.17.
- 33 Conferencia magistral del maestro Rafael Roncagliolo, durante la reunión de AMARC 5, en Oaxtepec, Morelos del 23 al 29 de agosto de 1992.

5 CONCLUSIONES

En este capítulo se presentan a manera de conclusión varias perspectivas que arroja la investigación, además, es necesario retomar la pregunta básica que planteamos al iniciar este trabajo de tesis: ¿Cuál es el futuro inmediato de la radio en el Distrito Federal?. Si bien es una pregunta bastante difícil de responder, podemos hacer una aproximación tomando como referencia los capítulos anteriores.

Al elaborar este trabajo e ir investigando la historia de los grupos y de cada una de las emisoras (que no la había) se puede llegar a una primera conclusión, que de manera contundente demuestra que las emisoras están monopolizadas por empresarios poderosos que a su vez cuentan con otras empresas alternas. En este caso, encontramos que en manos de apenas nueve grupos están concentradas 49 emisoras, dejando sólo 6 de carácter comercial que se rigen en forma independiente y 3 que buscan un perfil cultural, lo que reduce de manera significativa las opciones para el oyente.

La radio ha tenido un inicio, desarrollo y auge fulgurante, ya que ha pasado de ser un simple experimento de comunicación masiva a un verdadero centro del poder político, cultural y económico. Se ha establecido como una industria de excelentes ganancias, poder político y público (le llaman el cuarto poder) y que no ha escatimado ningún recurso para ser la vanguardia de la vida nacional (junto con los otros medios masivos llámese televisión o periódicos), es pues, un medio fundamental para mantener la ideología imperante, tanto en el interior como al exterior del país, se mantenga. Esta industria continúa siendo manejada por nueve familias (incluyendo al Estado), que sin ningún escrúpulo imponen las reglas del juego apoyadas siempre por una obsoleta Ley en la materia, por los gobiernos mimadores y por una sociedad civil conformista y poco exigente.

En la mayoría de los casos las emisoras manejan sus perfiles en forma muy sencilla ya que la fórmula es: poner un disco y un comercial, logrando grandes ganancias y por supuesto, van a la par de la moda musical o política, ya que si surge un movimiento musical la radio se encarga de promoverlo (incluso consorcios como Televisa que tiene empresas en casi todos los rubros se vende así mismos los anuncios de sus disqueras o de sus eventos deportivos) o en el caso de la moda política siempre están con el ganador, en este caso con el PRI que lleva 60 años en el poder.

Asimismo, los industriales ocupan a los egresados de las universidades, sin necesidad de invertir un sólo peso ni en la instrucción básica (caso SEP) o media y superior y ya cuando los profesionistas son sus empleados en muy pocos casos los apoyan para que se actualicen, por lo cual, la gran mayoría de los comunicadores están estancados y son "chambistas".

Pese a todo lo anterior, el negocio de la radio está asegurado cuando menos hasta el año dos mil. Como lo vimos en los capítulos uno y dos, la radio se va fortaleciendo y desarrollando no sólo empresas radiofónicas, sino de servicio, mantenimiento y comercialización, (caso Organización Radio Centro), o bien, agencias de información que comercializan las noticias, como "Monitor" de Radio Red o Núcleo Radio Mil. Asimismo, tenemos que buscan expandir su infraestructura con el ánimo de poder competir o de aplastar a las empresas más pequeñas.

Aunque en cuestión de formatos radiales no hay nada bajo el sol, la opción técnica ofrece caminos aún inexplorados. Por una parte, la carrera tecnológica continuará inexorable llegando a ofrecer sonidos perfectos y una automatización de su programación, como muestra tenemos lo que encontramos en Estéreo Mil, que a través de sistemas de cómputo pueden programar hasta un mes sus temas de corte orquestal, o los sistemas telefónicos de fibra óptica que permite tener a tres o más personas a la vez en una charla telefónica con el llamado sistema híbrido. Por otra parte, los grupos radiales se van fortaleciendo, haciendo alianzas estratégicas con otras empresas (caso ACIR que realiza campañas conjuntas tanto con Televisa como con Televisión Azteca, antes IMEVISION). O de plano los grupos tenderán a absorber a las emisoras que quedan como independientes o ampliar su poderío en el resto de los estados y la última opción es la conjunción de fuerzas entre dos o más grupos. En síntesis, los consorcios radiofónicos apuestan su futuro a la tecnología que ponen al servicio de sus anunciantes.

En tanto, las estaciones independientes o que no pertenecen a ningún grupo (capítulo 2), tenderán a ser absorbida o a negociar con los grandes consorcios para asociarse y pelearán las mijagas de los anunciantes, sin embargo, por simple cuestión de mercado, serán vendidas a las empresas más fuertes, aunque desde hace muchos años se viene hablando de que se puedan unir estas

emisoras independientes para luchar el mercado, lo cual sería una salida más decorosa, pues están en franca desventaja no sólo comercial, sino de adelantos técnicos.

Cabe hacer la aclaración que el grupo IMER (capítulo 3), que pertenece al Estado, no se encuentra en las mismas condiciones de los otros consorcios, ya que este vive en condiciones precarias porque el Estado ha demostrado que no puede ser buen administrador en tanto no cambien las condiciones de corrupción, amiguismo y derroche de recursos, por lo cual, el IMER tiene dos caminos: vender sus emisoras a nuevos radiodifusores o a los demás grupos (lo cual no sería sano) y conservarlas, pero a través de otras instituciones culturales como universidades, asociaciones civiles, médicos, científicos, organismos culturales, políticos como el IFE, del sector de servicios como ISSSTE, Profeco, etc. Además, la radio industrial que pertenece al Estado debe buscar ser vocero de grupos ecologistas, de analistas serios que respondan a la época en que vivimos buscando entre la sociedad civil a los nuevos comunicadores (principalmente en las escuelas de periodismo de la UNAM, UAM) que logren hacer una radio participativa donde el entretenimiento se combine con la información y la educación y hacer importante lo interesante y lo interesante importante, logrando dar la voz a los diferentes sectores de la sociedad y no sólo a aquellos que puedan pagar o que tengan influencias políticas, como actualmente encontramos muchos casos en la radio.

Al hablar de la posibilidad de que diversos grupos de la sociedad puedan tener el manejo de una emisora me refiero a que se deben utilizar como proveedores de educación, capacitación, etc., y no como un reparto del botín entre los grupos opositores y el gobierno, como ejemplo la SEP, (aunque controla a Radio Educación), se debe plantear otra emisora donde los maestros reciban actualizaciones, conferencias, etc., o que se puedan dar los radiocursos de primaria, idiomas, técnicos y todo lo que a educación se refiere. En el caso de la radio universitaria, que se replanteen la necesidad de que los maestros y alumnos tengan de y para ellos una emisora y no como la actual Radio UNAM en la que muy poco participan los maestros y mucho menos los alumnos.

La llamada "otra radio" puede ser manejada por ecologistas que no sólo se limiten a dar soluciones prácticas, sino que generen conciencia entre la población y realicen campañas con los radioparticipantes, también deben tener cabida los ancianos, los niños y los jóvenes, pero que no

hablen de ellos como conejillos de indias, sino que sean ellos los que tomen el micrófono para hablar de sus carencias, necesidades, perspectivas, etc.

Así también, los grupos que tuvieran la oportunidad de manejar alguna emisora deben ser apoyados por el Estado tanto en patrocinios, espacios en coproducción, así como ofrecer las mayores facilidades en cuestión de impuestos, para conseguir anunciantes y asegurar que no se reprima la libertad de expresión. Sólo así se podrá buscar una democracia en los medios electrónicos, ya que cuanto más grupos de la sociedad tengan voz, surgirán mayores propuestas para tener un país más crítico y mejor.

La radio capitalina debe quitar muchos vicios añejos si quiere que la llamada sociedad civil crea realmente lo que dice y de paso continúe con su poderío. Tenemos la llamada "payola", que prevalece en forma increíble en estaciones como Radio Variedades, La Súper Q, etc. Asimismo, las relaciones viciadas con el gobierno, la desinformación o información vertical y con pocos resquicios para la creciente oposición política. La complicidad de los dueños de los grupos con el gobierno para no buscar una reforma profunda a la Ley Federal de Radio y Televisión, donde se impongan verdaderas multas a quienes trasgreden las reglas ya que tenemos emisoras con perfiles en otro idioma, música y canciones en otro idioma, malos e incultos conductores, excesiva comercialización, bombardeo de productos chatarra o proclives a anunciar tendencias nocivas como el cigarro o las bebidas embriagantes.

Otro vicio que debe desterrarse de la radio capitalina es el provocado por el llamado *rating*, que sólo se realiza por una empresa (INRA) y que sólo sirve para marcar precios y tarifas con base a la audiencia, pero como lo asegura Ramiro Garza y Luis de Llano Palmer, no lo más escuchado siempre es el mejor y no lo mejor es siempre lo más escuchado y ejemplos tenemos muchos, como los programas de esoterismo, de chismes del espectáculo que son muy escuchados gracias a los regalos que ofrecen o por los supuestos consejos que dan y que la mayoría de éstos sus conductores no tienen una carrera que los avale, o como lo percibe Francisco Huerta quien dijo que la radio se preocupa de los programas de votación y de concurso y se olvida de lo crítico del país, los

sacadólares, líderes corruptos, malos sistemas penitenciarios y educativos. Además, el INRA no encuesta a los niños o a la población fabril, etc.

En lo que respecta a Amplitud Modulada, tenderá a ser sólo de información, análisis y servicio social, con el peligro de no ser tan comercial como la Frecuencia Modulada, donde la calidad del sonido será la base o la radio restringida, que ofrecerá un amplio espectro de opciones musicales, ritmos que el mismo radioescucha podrá programar.

Con la llegada del Tratado de Libre Comercio, la radio industrial se verá beneficiada, sobretodo por la posibilidad de tener la tecnología más cerca y a un precio mucho más accesible, ya que las barreras entre México-Canadá-EU se reducirán. En cuanto a la posibilidad de la inversión extranjera en los medios electrónicos, es sumamente peligroso, pues estos medios son un vehículo importante en el control ideológico, político, cultural y social, lo cual implicaría abrirle la puerta de par en par a los empresarios norteamericanos para una posible colonización intelectual con la imposición de su sistema de vida, pero a la larga se saldrán con la suya, pues el gobierno salinista está vendiendo todas las empresas paraestatales y eliminando barreras para consolidar a toda costa su proyecto del TLC.

Sobre la utilización de la tecnología (capítulo 4) tenemos también que el gobierno le ha abierto las puertas a los grupos radiofónicos para que utilicen indiscriminadamente los satélites, que son fundamentales para el proyecto de globalización imperante en el mundo, y sin embargo, en materia de tecnología los grupos radiales no han aportado nada para las investigaciones o apoyado a los científicos en los diferentes proyectos y lo peor de todo es que no se sabe a ciencia cierta cuanto pagan por el servicio y bajo qué condiciones están contratados, lo cual, se debería hacer público, así como saber a donde se va todo lo ganado por servicios satelitales.

Por lo pronto, la radio seguirá consolidando a sus empresas y serán solapadas por el gobierno y la discusión sobre modificaciones a la Ley Federal de Radio y Televisión pasará a segundo o tercer plano en las cámaras de diputados y senadores, luego de la economía y la política, ya que los partidos políticos no se han dado cuenta de la trascendencia de los medios. La realidad nos indica que la Ley se deberá corregir e incluir algunos conceptos como estos: la radio restringida, la

utilización del satélite, regulación de anuncios, cuotas y pagos de los concesionarios tanto en tiempo como en dinero, cumplimiento obligatorio de que las estaciones promuevan la cultura, educación, etc., sanciones a los "payoleros", a emisoras con idioma diferente a los de la nación, revisión más constante a las concesiones, tiempo obligatorio a partidos políticos, acabar con monopolios, censura, entre muchos temas más. Sobre este tema pongo sobre la mesa de discusión una propuesta o anteproyecto de Ley elaborado por reconocidos juristas en la materia autoral y que deberá ser presentada a mediados de 1994 ante la comisión de medios de la Cámara de Diputados, si es que las elecciones federales lo permiten.

En cuanto se refiere a los pocas emisoras con perfiles culturales la realidad nos ofrece un panorama poco promisorio. Desafortunadamente, las carencias tecnológicas de Radio Educación y Radio UNAM, los bajos y limitados presupuestos, el sindicalismo trasnochado, la carencia de continuidad en sus directores, la escasa participación de los grupos a que va dirigida, bajos salarios, la no posibilidad legal de recibir anuncios comerciales o patrocinios pagados en dinero, entre muchas más carencias, ha provocado que se mantengan en condiciones lamentables y que se conserven como algo necesario para que el gobierno pueda pregonar que sí existen proyectos culturales en los medios. Si bien es cierto que estas emisoras continuarán se percibe que su futuro variará muy poco con respecto a lo que hoy ofrecen, sin embargo, tendrán que aceptar las autoridades y sindicatos la necesidad de poder obtener recursos exteriores para lograr mantenerse, pero con anuncios que no los comprometan a cambiar sus posiciones programáticas, a través de fundaciones, cuotas y cooperación deducible de impuestos.

Pese a la enorme importancia de la radio capitalina y sus alcances, dentro de los estudiosos de los medios encontramos pocos trabajos sobre la radio, lo cual, de alguna manera también ha hecho que el público no pueda tener un criterio más amplio sobre este medio masivo. Un ejemplo de lo anterior es la misma carencia que encontré sobre la conformación e historia de los diferentes grupos radiales, ya que en la mayoría de los libros, periódicos, se refieren sólo a las emisoras más tradicionales, sin embargo, a raíz de la investigación constaté que existen grupos sumamente fuertes que poco o nada han sido estudiados y que tienen gran influencia sobre el público capitalino. Este

huelco nos llevó a la tarea de reconstruir, en la medida de lo posible, los datos más importantes, primero de los grupos y posteriormente de las emisoras, para que los interesados, estudiantes y jóvenes en general tengan a la mano datos útiles. Este trabajo de recopilación logra dar un panorama de la radio capitalina y de su poderío en todos los rubros.

Por último, se pueden sintetizar algunas conclusiones generales, que de alguna manera nos hablan del futuro de la Radio en el Distrito Federal:

- En cuanto a su carácter de empresa, durante varios años más seguirá representando un jugoso negocio.

- Mientras las emisoras del Estado, ya sea el IMER o las restantes con perfiles culturales, sigan en manos del Estado, poco podrán crecer en su infraestructura y no serán una competencia real para las demás difusoras.

- Si la Ley de Radio y Televisión no se actualiza, se continuará solapando a empresas monopólicas, que promueven valores contrarios a los nuestros, nulo rigor de contenidos, violaciones a nuestro idioma, evasión de impuestos y responsabilidades sociales, etc.

- Si los partidos políticos no profundizan en sus demandas para que se abra la radio, continuarán las informaciones tendenciosas, poco confiables y manipulación noticiosa con su respectiva dosis de censura y autocensura.

- Dentro de los derroteros democráticos que está tomando el país, la radiodifusión tendrá que abrir sus formatos a nuevas concepciones de este quehacer, ya sea con radio públicas o comunitarias, o cualquier otra expresión que surja, donde deberán convivir la radio comercial, la cultural, la científica, la de servicio a la comunidad, la musical, la educativa y la política.

BIBLIOGRAFIA

- Alva de la Selva, Alma Rosa, "Radio e Ideología", México, Ediciones El Caballito, 1982.
- Collin, Claude, "Radiopoder", México, Folios Ediciones, 1984.
- Cremoux, Raúl, "La legislación mexicana, en radio y televisión", México, Ed. UAM-Xochimilco, 1982.
- Curiel, Fernando, "La telaraña magnética o el lenguaje de la radio", México, Editorial Oasis, 1985.
- Curiel, Fernando, "La escritura radiofónica", México, Premia Editora, 1990.
- Fernández Christlieb, Fátima, "Los medios de difusión masiva en México", México, Ed. Juan Pablos, 1986.
- Fernández Christlieb, Fátima, "La radio mexicana, centro y regiones", México, Ed. Juan Pablos, 1991.
- Garza, Ramiro, "La radio actual, qué es y cómo se realiza", México, Ed. Edamex, 1992.
- Mattelart, Armand, "El medio de comunicación de masas en la lucha de clases", México, Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa, 1981.
- Minkov, Mijail, "El periodismo radiofónico", Praga, Organización Internacional de Periodistas, 1984.
- Mejía Prieto, Jorge, "Mexicanos triunfadores", México, Panorama Editorial, 1992.
- Mompín Poblet, José, "Alta fidelidad: amplificadores para HI-FI", Barcelona, Orbis-Marcombo, 1986.
- Mompín Poblet, José, "Alta fidelidad: sintonizadores AM-FM estéreo", Barcelona, Orbis-Marcombo, 1986.
- Morán, José M., "Las telecomunicaciones", Madrid, Salvat Editores, 1985.
- Nuncio, Abraham, "Información y poder", México, Ed. Universidad Autónoma de Sinaloa, 1978.
- Romo Gil, María Cristina, "La otra radio", México, Fundación Manuel Buendía, 1990.
- Romo Gil, María Cristina, "Introducción al conocimiento y práctica de la radio", México, Ed. Diana, 1991.
- Vilar, Josefina, "El sonido de la radio", México, Ed. Plaza y Valdez, 1988.

HEMEROGRAFIA.

EL NACIONAL

23 DE OCTUBRE DE 1989, 31 DE OCTUBRE DE 1989, 8 DE NOVIEMBRE DE 1989, 31 DE DICIEMBRE DE 1989, 5 DE FEBRERO DE 1990, 6 DE ABRIL DE 1990, 11 DE JULIO DE 1990, 17 Y 19 DE JULIO DE 1990, 14 DE AGOSTO DE 1990, 17 DE SEPTIEMBRE DE 1990, 19 DE SEPTIEMBRE DE 1990, 14 DE OCTUBRE DE 1990, 11 DE NOVIEMBRE DE 1990, 10 DE DICIEMBRE DE 1990, 3 DE ENERO DE 1991, 4 DE ENERO DE 1991, 11 DE ENERO DE 1991, 18 DE FEBRERO DE 1991, 3 DE MARZO DE 1991, 8 DE ABRIL DE 1991, 10 DE JULIO DE 1991, 22 DE AGOSTO DE 1991, 14 DE SEPTIEMBRE DE 1991, 3 Y 4 DE OCTUBRE DE 1991, 15 DE OCTUBRE DE 1991, 5 DE NOVIEMBRE DE 1991, 3 DE DICIEMBRE DE 1991, 23 DE DICIEMBRE DE 1991, 14 Y 15 DE FEBRERO DE 1992, 13 DE MARZO DE 1992, 18 DE MARZO DE 1992, 2 DE MAYO DE 1992, 24 DE MAYO DE 1992, 17 DE JUNIO DE 1992, 24 DE AGOSTO DE 1992, 10 DE OCTUBRE DE 1992, 4 DE NOVIEMBRE DE 1992, 5 DE FEBRERO DE 1993, 29 DE MAYO DE 1993, 6 DE SEPTIEMBRE DE 1993, 23 DE OCTUBRE DE 1993.

EXCELSIOR

23 DE NOVIEMBRE DE 1990, 29 DE SEPTIEMBRE DE 1991, 19 DE ENERO DE 1992.

EL UNIVERSAL

6 DE ENERO DE 1992, 1 DE AGOSTO DE 1992, 7 DE NOVIEMBRE DE 1992.

UNO MAS UNO

23 DE NOVIEMBRE DE 1991, 5 DE ABRIL DE 1992, 28 DE ABRIL DE 1992.

EL HERALDO

4 DE FEBRERO DE 1992.

LA JORNADA

19 DE OCTUBRE DE 1991, 2 DE SEPTIEMBRE DE 1991, 23 DE MARZO DE 1993.

EL FINANCIERO

16 DE AGOSTO DE 1991, 26 DE SEPTIEMBRE DE 1991, 21 DE OCTUBRE DE 1991, 11 DE NOVIEMBRE DE 1991, 15 DE SEPTIEMBRE DE 1992, 28 DE ENERO DE 1993, 16 DE JULIO DE 1993.

EL DIA

24 DE ENERO DE 1992.

REVISTA MEXICANA DE COMUNICACION

ENERO-FEBRERO DE 1991, 21 DE ENERO-FEBRERO DE 1992, 29 DE MAYO-JUNIO DE 1993.

RADIO TIP'S

3 DE ENERO DE 1991, 5 DE MARZO DE 1991, 4 DE FEBRERO DE 1991, 6 DE ABRIL DE 1991, OCTUBRE DE 1991, 14 DE ENERO DE 1992, 18 DE ABRIL DE 1992, 19 MAYO DE 1992, 21 DE JULIO DE 1992.

MUY INTERESANTE

ESPECIAL COMUNICACION 1991.

GACETA UNAM

SUPLEMENTO ESPECIAL 1987.

REVISTA RADIO UNAM

31 DE ENERO DE 1990, ENERO DE 1991.

ANONIMATO Y FAMA

OCTUBRE DE 1993.

PROCESO

DICIEMBRE DE 1991, JUNIO DE 1992, MARZO DE 1994.

INTERMEDIOS

NUMERO 5 1992.

REVISTA MICROFONITO

MARZO DE 1992, SEPTIEMBRE DE 1992, DICIEMBRE DE 1992.

REVISTA KANGURITO

3 DE FEBRERO DE 1992, 8 DE FEBRERO DE 1992.

REVISTA ANTENA

NOVIEMBRE-DICIEMBRE DE 1991.

REVISTA CREATIVA

ENERO DE 1993.

7 ANEXOS

ANEXO 1 CAPITULO 1

A.M.

	6-7	7-8	8-9	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	PROM
1.- XERED-AM RADIO RED 1110	3.03	3.47	3.18	2.42	1:27	1.00	1.07	1.04	0.88	0.50	0.85	1.06	1.15	0.80	0.55	0.28	0.34	0.40	1.29
2.- XEW-AM 900	1.23	1.31	0.97	0.73	0.70	0.52	0.41	0.45	0.50	0.41	0.47	0.30	0.27	0.17	0.09	0.18	0.07	0.03	0.49
3.- XEDF-AM RADIO FORMULA 970	0.23	0.42	0.51	0.62	0.80	1.10	1.01	0.45	0.40	0.56	0.57	0.45	0.32	0.17	0.21	0.18	0.10	0.11	0.46
4.- XEFR-AM LA COMADRE 1180	0.19	0.40	0.62	0.73	0.89	0.88	0.65	0.65	0.51	0.32	0.33	0.25	0.21	0.16	0.09	0.06	0.06	0.04	0.37
5.- XEQR-AM RADIO CENTRO 1030	0.12	0.39	0.42	0.53	0.52	0.46	0.37	0.36	0.41	0.41	0.41	0.44	0.33	0.25	0.20	0.16	0.15	0.08	0.33
6.- XEFAJ-AM RADIO CONSENTIDA 1560	0.21	0.36	0.42	0.36	0.43	0.42	0.36	0.32	0.25	0.17	0.26	0.34	0.33	0.44	0.48	0.14	0.04	0.03	0.30

15.- XEQ-AM LA Q 940	0.09	0.09	0.10	0.09	0.15	0.15	0.10	0.06	0.04	0.06	0.05	0.05	0.05	0.09	0.08	0.08	0.07	0.03	0.08
23.- XEX-AM FRECUENCIA LIBRE 730	0.01	0.01	0.00	0.00	0.01	0.03	0.01	0.00	0.01	0.02	0.00	0.01	0.01	0.01	0.03	0.04	0.01	0.00	0.01

F.M.

	6-7	7-8	8-9	9-10	10-11	11-12	12-13	13-14	14-15	15-16	16-17	17-18	18-19	19-20	20-21	21-22	22-23	23-24	PROM
1.- XHFO-FM SONIDO Z 92.1	0.57	1.11	1.11	1.36	1.63	1.45	1.38	1.27	1.30	1.19	1.18	1.10	1.17	1.23	0.73	0.47	0.36	0.20	1.04
2.- XERC-FM ESTEREO 97.7	0.71	0.93	0.71	0.99	1.30	1.19	1.25	1.21	1.45	1.28	1.32	1.35	1.45	1.13	0.97	0.61	0.56	0.28	1.03
3.- XEDF-FM RADIO UNO 104.1	0.35	0.53	0.71	0.92	1.06	1.03	0.97	0.89	0.89	0.89	1.19	1.06	0.95	0.82	0.72	0.49	0.35	0.24	0.78
4.- XEO FM KEBUENA 92.9 FM	0.46	0.58	0.73	0.92	1.10	1.13	0.86	0.90	0.95	0.80	0.82	0.93	0.80	0.74	0.55	0.35	0.24	0.16	0.77
5.- XEQR-FM UNIVERSAL ESTEREO 107.3	0.40	0.62	0.65	0.67	0.71	0.73	0.70	0.74	0.52	0.57	0.63	0.71	1.08	1.09	0.75	0.58	0.47	0.24	0.66

FALLA DE ORIGEN

ANEXO 2

CAPITULO 1



1.- ¿Qué tipo de programas le gustan más?

Novelas	_____	Espectáculos	_____
Concurso	_____	Musical	_____
Noticiero	_____	Recuerdo	_____
Finanzas	_____	Infantiles	_____
Contenido	_____	Deportivos	_____
Cómicos	_____	Periodísticos	_____

2.- ¿Qué conductores prefiere?

Evelyn Lapuente	_____
Janette Arceo	_____
Juan Calderón	_____
Héctor Martínez Serrano	_____
Nino Canún	_____
José Antonio Pérez Stuart	_____
Rodrigo Cabello	_____
Virginia Lemaitre	_____
Cristina Pacheco	_____
Gerardo Canseco	_____
Lolita Ayala	_____
Héctor Madera Ferrón	_____
Tere Aviña	_____

3.- ¿Qué tipo de conductor prefiere?

Hombre	_____	Mujer	_____
--------	-------	-------	-------

4.- ¿Qué horario le gusta más?

Mañana	_____	Medio día	_____
Tarde	_____	Noche	_____

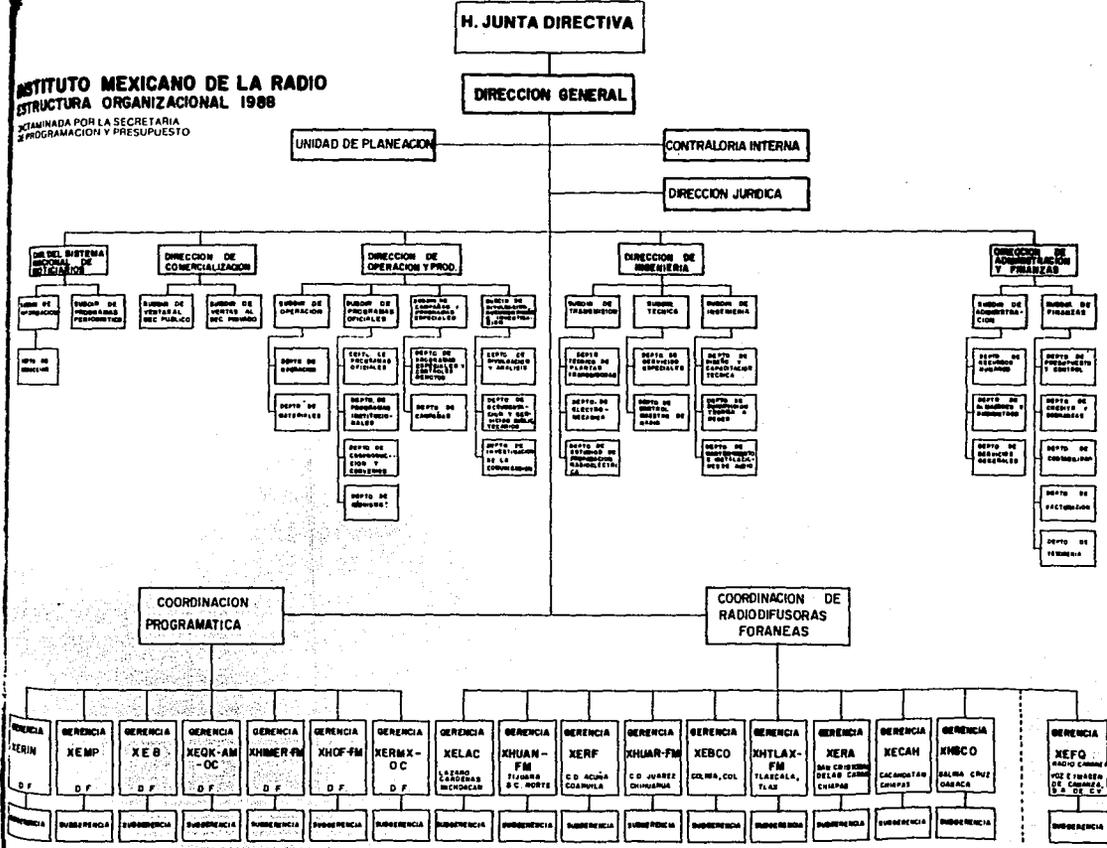
5.- ¿Le gusta participar?

Si	_____	No	_____
----	-------	----	-------

6.- ¿Qué le gustaría escuchar en la XEW?

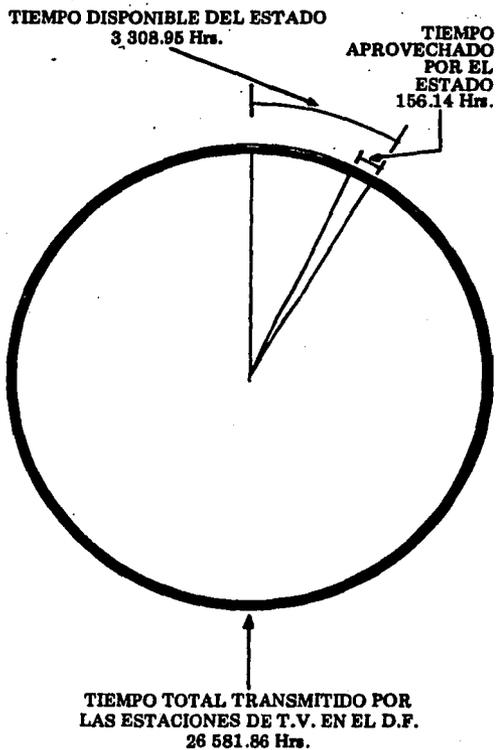
ANEXO 1 CAPITULO 3

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO
ESTRUCTURA ORGANIZACIONAL 1988
 EXAMINADA POR LA SECRETARIA
 DE PROGRAMACION Y PRESUPUESTO



FALLA DE COPIA

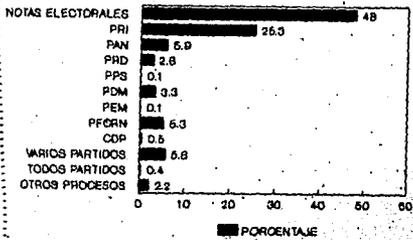
ANEXO 1 CAPITULO 4



ANEXO 2

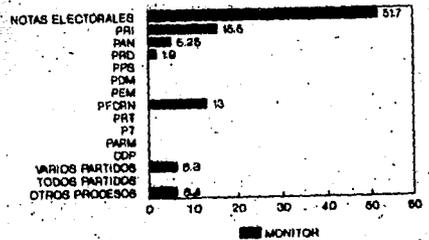
CAPITULO 4

**Gráfica 1. Radionoticieros
distribución de tiempo
concentrado**



FUENTE: MUESTRA ELECCIONES 1991

**Gráfica 3. Radionoticieros
Distribución de tiempo
Monitor**



FUENTE: MUESTRA ELECCIONES 1991

FALLA DE ORIGEN

ANEXO 3 CAPITULO 4

ANTEPROYECTO DE MODIFICACIONES A LA LEY DE RADIO Y TELEVISION

Para hacer más claras y que los lectores puedan identificar de manera más precisa las propuestas para modificar de la Ley de Radio y Televisión, el anteproyecto se presenta de la siguiente manera: el texto original de la Ley está en letra normal y subrayado; el texto propuesto como modificación está en letra negra y cursiva y la justificación de la posible modificación o propuesta está en letra normal y va al final de cada artículo si éste lo requiere.

Artículo 3.- La industria de la radio y la televisión comprende el aprovechamiento de las ondas electromagnéticas mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsimile o cualquier otro procedimiento técnico posible. Se comprenden en dicha industria todo tipo de sistemas de distribución de señales de video y audio a través de líneas físicas, con sus correspondientes equipos amplificadores, procesadores, derivadores y accesorios, que distribuyen señales de imagen y sonido a cualquier equipo o instrumento de recepción.

Motivados por las innovaciones tecnológicas se han derivado diversos problemas de interpretación y por ende de ampliación. Ejemplo de lo anterior lo constituye el cuestionamiento sobre la aplicabilidad de la (Ley Federal de Radio y Televisión LFRT) y en particular del artículo 30 a los sistemas de señal restringida llámese cablevisión, multirradio, multivisión, etc. Por tal razón resulta indispensable modificar el precepto de Industria de la Radio y la Televisión. La idea fundamental del cambio radica en que la Ley de Radio y Televisión regule finalmente la imagen y el sonido que captan o reciben los equipos de radio o televisión (o cualquier otro medio) y no exclusivamente el medio o el sistema mediante el cual se transmiten las señales, ondas, etc.

Artículo 5.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I a la IV...

V.- Propiciar la expresión de individuos y de organizaciones de la sociedad civil, en relación con temas de interés nacional o regional y dar cauce a las peticiones que se ejerciten de manera pacífica y respetuosa, y en materia política, sólo como derecho de los ciudadanos de la República.

Ultimamente se ha observado una tendencia creciente, sobre todo en algunos grupos sociales, por plantear sus demandas a las autoridades, utilizando procedimientos que no se ajustan a lo dispuesto por nuestro orden jurídico, de donde se deriva la conveniencia de ratificar, a través de los medios de comunicación, el ejercicio de este derecho de los mexicanos, dentro de los límites establecidos por el artículo 8 Constitucional.

Artículo 6.- Sin menoscabo de la obligación que tienen los concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y televisión de cumplir a través de sus transmisiones, con la función social prevista en esta ley, en relación con el artículo anterior, el Ejecutivo Federal por conducto de las Secretarías y Departamentos Administrativos de Estado, los Gobiernos de los Estados, los Ayuntamientos y los organismos públicos, promoverán la transmisión de programas y campañas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica. Sin menoscabo de la obligación que tienen las radiodifusoras de cumplir a través de sus transmisiones con la función social prevista en esta Ley.

Se debe dejar asentado, sin lugar a dudas, que las emisoras están obligadas a dar cumplimiento a las especificaciones del artículo 5, independientemente de que el Estado coadyuve a la consecución de dichos objetivos con la autorización de sus espacios.

Artículo 8.- Es de jurisdicción federal todo lo relativo a la radio y la televisión. El Gobierno Federal otorgará, refrendará, modificará o revocará concesiones o permisos para estaciones de radio y televisión, con la intervención, en su respectiva competencia, de las Secretarías de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Educación Pública y Salud.

La facultad de otorgar, refrendar, modificar o revocar concesiones o permisos para operar estaciones de radio y televisión corresponde al Ejecutivo Federal, quien la ejerce por conducto de las Dependencias y de acuerdo a los procedimientos que estime convenientes.

Artículo 9.- A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes corresponde.

I.-Expedir el acuerdo de otorgamiento, refrendo, modificación o revocación de concesiones o permisos para estaciones de radio y televisión, asignándoles la frecuencia respectiva;

II.- Emitir la declaratoria de abandono del trámite de las solicitudes de concesión o permiso, así como de la nulidad o de la caducidad de las concesiones o permisos y modificarlos en los casos previstos en esta Ley;

III a la VII...

En la reforma del artículo 17 se propone que las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes intervengan conjuntamente en el proceso de otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos para operar estaciones de radio y televisión, por lo que en estos términos y previo el procedimiento a que se refiere el artículo 19 de esta Ley, a la S.C.T. le corresponderá expedir el acuerdo respectivo.

Artículo 10.- Compete a la Secretaría de Gobernación:

I a la V...

VI.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y otorgar las autorizaciones y permisos a que se refieren los artículos 63, último párrafo 65, 71, 75 y 85 de esta Ley, siempre y cuando los interesados justifiquen la necesidad de obtenerlos y cubran los requisitos que al respecto establece el Reglamento de la presente Ley.

VII.- Las demás facultades que le confieren las leyes. Administrar el tiempo de transmisión que corresponde al Gobierno Federal en los términos de los artículos 59, 60 y 62 de este ordenamiento, y vigilar la eficacia de las transmisiones respectivas; VIII.- Participar en los términos de los artículos 17 y 31 de esta Ley, en el procedimiento de otorgamiento, refrendo, modificación o revocación de concesiones y permisos para instalar y operar estaciones de radio y televisión;

IX.- Autorizar la programación de las estaciones de radio y televisión; y

X.- Llevar, por conducto de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, el padrón de concesionarios y permisionarios de estaciones de radio y televisión, y

XI.- Las demás...

Es necesario tener la referencia completa de los artículos que fundamentan la intervención de la Secretaría de Gobernación, visión que en la Ley vigente se exhibe incompleta.

Además, de acuerdo con lo establecido en los artículos 17 y 31 de esta Ley, debe dejarse establecida la competencia de la Secretaría de Gobernación para participar conjuntamente con la S.C.T. en el procedimiento de otorgamiento de concesiones y permisos, así como para fijar las características de programación de las emisoras.

Artículo 11.- La secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

I a la II...

III.- Promover el mejoramiento cultural y vigilar el correcto uso del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;

IV a la V...

VI.- Otorgar o revocar certificados de aptitud al personal de locutores, comentaristas, cronistas, y otros, que eventualmente o permanentemente participen en las emisiones de radio y televisión. las revocaciones tendrán como antecedente la solicitud que al efecto formule la Secretaría de Gobernación;

VII.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo con excepción de la fracción (IV) V, a fin de que se impongan las sanciones correspondientes; y

Al reformarse este artículo mediante Decreto de 5 de enero de 1982, publicado en el Diario Oficial el día 11 del mismo mes y año, se adicionó la actual fracción IV. corriéndose la numeración de los siguientes, este hecho no fue previsto por los legisladores que dejaron intacto el contenido de la antigua fracción VI (ahora VII) la cual, al mencionar la fracción "IV" se refiere a las intervenciones de la SEP para proteger los derechos de autor, y no a la elaboración y difusión de

programas educativos y recreativos dirigidos a la población infantil, como en la forma actual parece indicarse.

Por otra parte, se considera pertinente establecer un mayor control sobre la actividad de los locutores, cronistas y comentaristas sobre todo aquellos que han incurrido en infracciones a la Ley de Radio y Televisión al ejecutar conductas que atacan la vida privada, los derechos de terceros o la dignidad personal, para lo cual podría fijarse en la Ley la posibilidad de sancionar dichas conductas con la revocación del certificado de aptitud otorgado por la SEP, a petición de la Secretaría de Gobernación.

Artículo 12.- A la Secretaría de Salud compete:

I a la IV...

V.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en la fracción III, de este artículo, a fin de que se impongan, las sanciones correspondientes; y

VI.- Las demás... (se corren los apartados).

Se actualiza la denominación de la Secretaría de Salud.

Artículo 13.- Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso. Los organismos públicos, a juicio de las dependencias a que se refiere el artículo 17 de esta Ley, podrán obtener concesión para cumplir con los fines que le son propios.

Los organismos públicos como el caso del IMER vienen operando con permisos; sin embargo, por su naturaleza, funciones y capacidad de competencia con estaciones privadas, se trata de encontrar un mecanismo que les permita contar con los beneficios de que gozan los

concesionarios, entre otros, el inherente a sus ingresos para hacer autofinanciable su operación y poder también, desde el punto de vista patrimonial incorporar a sus activos las estaciones que de hecho se encuentran bajo su control y que de acuerdo a su situación original, vienen operando comercialmente.

Artículo 14.- Las concesiones para usar comercialmente frecuencias de radio y televisión, en cualquiera de los sistemas previstos en esta Ley, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos, personas morales o a sociedades cuya participación accionaria sea mexicana en su totalidad. Si se tratare de sociedades por acciones, éstas tendrán precisamente el carácter de nominativas y quedarán obligadas a proporcionar anualmente a las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes la lista general de sus socios.

La justificación de este capítulo se remite a la misma del capítulo 13.

Artículo 16.- El término de una concesión no podrá exceder de 30 años, pudiendo ser refrendada al mismo concesionario con preferencia sobre terceros, siempre que de acuerdo a la opinión de las dependencias que en los términos del artículo 8 de esta Ley, interviene en su aplicación, y al expediente que de la emisora obre en las mismas, dicho concesionario haya dado puntual cumplimiento a sus obligaciones legales.

Es necesario contar con antecedentes en cada caso para decidir sobre el refrendo de las concesiones y que los concesionarios se preocupen por cumplir sus obligaciones.

Artículo 17.- En los términos de la presente Ley, las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes intervendrán conjuntamente en el proceso de otorgamiento o refrendo de concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión.

Sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente frecuencias de radio y televisión, cuando el Ejecutivo Federal, por conducto de las dependencias a que se refiere este artículo, previamente determine que pueden destinarse para tal fin, lo que se hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial de la Federación. Las solicitudes deberán llenar los siguientes requisitos:

I.- Nombre o razón social del interesado y domicilio;

II.- Comprobación de nacionalidad y ciudadanía mexicana;

III.- Otorgamiento de la fianza para garantizar la continuidad del trámite de la solicitud;

IV.- Información detallada del proyecto de inversiones;

V.- Declaración sobre los propósitos generales que motivan la solicitud;

VI.- Ejemplar del proyecto de estructura programática;

VII.- Especificación del tipo de servicios.

En congruencia con lo establecido en el segundo párrafo adicionado al artículo 8 de esta Ley, es necesario precisar la participación conjunta de las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes en el procedimiento de otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos, además de establecer, de acuerdo con la experiencia, los requisitos que deben reunir en solicitudes.

Artículo 18.- La Secretaría de Comunicaciones...

De Acuerdo con la categoría de la estación radiodifusora en proyecto, el monto del depósito o de la fianza no podrá ser menor del 5 por ciento del monto total del proyecto de inversión ni exceder del 10 por ciento.

Si el interesado...

Procede...

En todo caso...

El monto de la fianza se refiere a una cantidad mínima de 10, mil pesos y máxima de 30 mil. Esta disposición fue fijada en 1960, por lo que, de acuerdo a las variaciones de carácter económico es conveniente actualizarla determinando un porcentaje del monto total del proyecto de inversión.

Artículo 19.- Constituido el depósito u otorgada la fianza, el Ejecutivo Federal, por conducto de las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes, estudiará cada solicitud que exista con relación a un mismo canal y calificando el interés social, resolverá a su libre juicio, si alguna de ellas debe seleccionarse para la continuación de su trámite, en cuyo caso dispondrá que se publique, a costa del interesado, una síntesis de la solicitud con las modificaciones que acuerde, por dos veces y con intervalo de diez días, en el Diario Oficial y en otro de mayor circulación en la zona donde debe operarse el canal, señalando un plazo de treinta días contados a partir de la última

publicación, para que las personas o instituciones que pudieran resultar afectadas presenten objeciones.

Si transcurrido el plazo de oposición no se presentan objeciones, previo cumplimiento de los requisitos técnicos, administrativos y legales que fijen las Secretarías a que se refiere el párrafo anterior, se otorgará la concesión.

Cuando se presenten objeciones, las Secretarías oirán en defensa a los interesados, les recibirán las pruebas que ofrezcan en un término de quince días y dictarán la resolución que a su juicio proceda, en un plazo que no exceda de treinta días, oyendo a la Comisión Técnica Consultiva establecida por la Ley de Vías Generales de Comunicación.

Otorgada la concesión, será publicada, a costa del interesado, en el Diario Oficial de la Federación y se fijará el monto de la garantía que asegure el cumplimiento de las obligaciones que imponga dicha concesión. Esta garantía no será inferior del 10 % del monto total de la inversión que realice el concesionario para prestar el servicio.

Una vez otorgada la garantía antes citada, quedará sin efecto el depósito o la fianza que se hubiere constituido para garantizar el trámite de concesión.

Los solicitantes que no hayan sido seleccionados, tendrán derecho a la devolución del depósito o fianza que hubieren otorgado para garantizar el trámite de su solicitud.

El acuerdo de otorgamiento, refrendo, modificación o revocación de concesiones y permisos surtirá efectos con su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

Los concesionario deberán llenar los requisitos de registro en el padrón a que se refiere el artículo 10, fracción X, de esta ley, dentro de los treinta días siguientes a la expedición de la concesión.

El artículo 17 determina la intervención conjunta de las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones Y Transportes en el otorgamiento y refrendo de concesiones y permisos para estaciones de radio y televisión, por lo que resulta necesario incorporar la participación de la Secretaría de Gobernación en el artículo que fija el procedimiento.

Es necesario actualizar el monto de la garantía, en virtud de que el monto a que se refiere este artículo fue determinado en 1960.

De conformidad con lo dispuesto en la fracción X, del artículo 10 de esta Ley, es necesario establecer la obligación de los nuevos concesionarios para registrarse en el padrón correspondiente.

Artículo 30.- Las concesiones y los permisos otorgados para el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión, caducan por las causas siguientes:

I.- No iniciar o no terminar la construcción de sus instalaciones sin causa justificada, dentro de los plazos y prórrogas que al efecto se señalen, así como no contar con los equipos técnicos necesarios para efectuar los encadenamientos a que se refiere el artículo 62 de esta Ley.

II.-

III.- En los casos de concesión no otorgar la garantía a que se refiere el artículo 19 de esta Ley.

Es necesario incluir la posibilidad de que la caducidad opere también en el caso de los permisos.

Si una estación concesionaria o permisionaria no cuenta con el equipo técnico para realizar esta función no debe comenzar a operar.

Artículo 31.- Las Secretarías de Gobernación y la de Comunicaciones y Transportes, intervendrán indistintamente en el proceso de sanciones y revocación de las concesiones y permisos en los términos de la presente Ley.

Son causas de revocación de las concesiones:

I a la VIII.

IX.- No ajustar los contenidos de su programación a los principios establecidos por el artículo 5 de esta Ley.

X.- No prestar con exactitud y regularidad el servicio autorizado, no obstante el apercibimiento que para ello le haga la Secretaría de Gobernación u otra autoridad competente.

XI.- Traspasar la concesión o los derechos que de ella se deriven, sin previa autorización de la Secretaría de Gobernación otorgada por escrito.

XII.- En el caso de personas morales concesionarias no contar con el registro de acciones nominativas.

XIII.- Negarse a efectuar las transmisiones a que se refieren los artículos 59, 60 y 62 de esta Ley.

XIV.- No poner a disposición del Ejecutivo Federal el 12.5 por ciento del tiempo diario de transmisión de la estación concesionaria, o en su caso no pagar el impuesto correspondiente.

XV.- No presentar a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes un informe anual con los datos técnicos, Administrativos o estadísticos que permitan conocer la forma de explotación de la estación en relación con los intereses del público y del Gobierno Federal, sin perjuicio de todos aquellos informes que requieran las secretarías a que se refiere el artículo 8 de esta Ley o cualquier otra autoridad competente.

XVI.- No utilizar el Sistema Nacional de conducción de señales a cargo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, o no pagar los derechos correspondientes, ni atacar las normas que rijan su operación o no contar con línea telefónica privada o los equipos técnicos necesarios para efectuar los encadenamientos o transmisiones especiales ordenados por la Secretaría de Gobernación.

XVII.- Reincidir en las conductas a que se refieren las fracciones I, II, III, VIII, XIII, XXI y XXII del artículo 101 de esta Ley.

XVIII.- Cuando existan antecedentes de haberse decretado la suspensión temporal, reincidir en la violación de las disposiciones a que se refieren las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXIV del artículo 101 de esta Ley. *XIX.- No contar con la programación autorizada por la Secretaría de Gobernación.*

XX.- Cualquier falta de cumplimiento a la concesión, no especificada en las fracciones anteriores.

Atendiendo al control político que por Ley le corresponde a la Secretaría de Gobernación resulta fundamental incluir en este precepto facultades a cargo de dicha Secretaría para promover la revocación de las concesiones cuando se detecte la modificación o cambio del tipo de servicio o

programación, o sean reiterativas o frecuentes las violaciones a las disposiciones de la Ley o a los términos del contenido de la propia concesión. Por tal motivo se propone adicionar el precepto con las causales de revocación que se indican en los formatos de concesión (cláusula cuadragésima).

Actualmente la Ley no contempla la reincidencia por lo que se ha observado que los concesionarios y permisionarios incurrían con frecuencia en las mismas faltas sin que les preocupe más que pagar en cada caso las multas.

Artículo 35.- La revocación de concesiones y permisos, será declarada administrativamente por las Secretarías de Gobernación y de Comunicaciones y Transportes, conforme a su respectiva competencia, y de acuerdo al procedimiento siguiente:

I.- Se hará saber al concesionario o permisionario el o los motivos de revocación que concurran, y se le concederá un plazo de 30 días para que presente sus defensas y sus pruebas.

II.- Formuladas las defensas y presentadas las pruebas, o transcurrido el plazo sin que se hubieren presentado, la Dependencia que conozca del procedimiento de revocación, dictará su resolución declarando la procedencia o improcedencia de la revocación, salvo cuando medie caso fortuito o fuerza mayor. En los casos de nulidad o caducidad se observará el procedimiento anterior para declararla.

La reforma propuesta al artículo 31 establece la posibilidad de que en el procedimiento de revocación de concesiones intervengan indistintamente las Secretarías de Gobernación y la Comunicaciones y Transportes, de lo que resulta la necesidad de reformar el artículo 35 que fija el procedimiento de revocación.

Artículo 37.- Los permisos para el funcionamiento de estaciones de radio y televisión, podrán ser revocados por los siguientes motivos:

I a la V...

VI.- No ajustar los contenidos de su programación a los principios establecidos por el artículo 5 de esta Ley.

VII.- Reincidir en las conductas a que se refieren las fracciones I, II, III, VIII, XIII, XXI y XXII del artículo 101 de esta Ley.

VIII.- Cuando existan antecedentes de haberse decretado la suspensión temporal, reincidir en la violación de las disposiciones a que se refieren las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII, XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXIV del artículo 101 de esta Ley; y

IX.- Cualquier falta de cumplimiento a los términos del permiso, no especificada en las fracciones anteriores.

Las violaciones a lo dispuesto por la Ley no sólo las cometen los concesionarios de radio y televisión, sino también las estaciones permisionadas, a pesar de que, de acuerdo a lo establecido en el segundo párrafo del artículo 13 de esta Ley los permisos deben otorgarse a estaciones oficiales y culturales de experimentación.

Artículo 38.- (El texto actual pasó a ser último párrafo del artículo 85). La declaratoria de revocación, nulidad o caducidad de concesiones o permisos, surtirá efectos con su publicación en el Diario Oficial de la Federación.

En el penúltimo párrafo del artículo 19 se señala que el acuerdo de otorgamiento, refrendo o modificación de concesiones surtirá efectos con su publicación en el Diario Oficial de la Federación; de igual manera, en este artículo se establece la obligación de publicar las declaratorias de revocación, nulidad o caducidad, para que surtan efectos legales.

Artículo 39.- (Con la Modificación al artículo 35, el texto de este artículo dejó de tener utilidad). Las estaciones permisionarias de radio y televisión no podrán transmitir anuncios comerciales. Sin embargo, podrán incluir en su programación información sobre libros, espectáculos y eventos específicos, con fines de divulgación, debiendo ser esta publicidad enteramente gratuita y motivada por el interés social que entraña.

La inobservancia de este precepto dará lugar a la revocación del permiso correspondiente.

La operación de las estaciones permisionadas debe sujetarse a lo preceptuado por la Ley Federal de Radio y Televisión.

Artículo 53.- La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión o distribución al público.

La palabra que se agregó tiene el propósito de sujetar a quienes operan sistemas de comunicación restringidos (cable), en vista de que su argumento para considerarse fuera de la Ley lo hacen consistir en que ellos no transmiten, distribuyen.

Artículo 62.- Todas las estaciones de radio y televisión del país estarán obligadas a encadenarse cuando se trate de transmitir informaciones, mensajes o programas de trascendencia para la nación o para un estado o región, a juicio de la Secretaría de Gobernación.

La modificación del artículo obedece a que la Secretaría de Gobernación no tiene, conforme al texto que actualmente está en vigor, un fundamento claro para ordenar encadenamientos parciales o regionales, observándose una tenaz resistencia de los radiodifusores para acatar las notificaciones respectivas de transmisión, cuando ello ha sido necesario.

Artículo 63.- Quedan prohibidas todas las transmisiones que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del crimen; se prohíbe, también, todo aquello que sea denigrante u ofensivo para el culto cívico de los héroes y para las creencias religiosas, o discriminatorio de las razas; queda asimismo prohibido el empleo de recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

Los concesionarios y permisionarios de radio y televisión, sólo podrán transmitir o difundir actos de culto religioso de carácter extraordinario, previa calificación y autorización de la Secretaría de Gobernación.

Para observar congruencia con lo dispuesto en el artículo 21 de la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público.

Artículo 64.- No se podrán transmitir por radio y televisión noticias, programas, mensajes o propaganda de cualquier clase que: **I.- Sean contrarias a la seguridad del Estado.**

II.- Afecten los derechos de terceros.

III.- Ataquen la vida privada.

IV.- Perturben el orden o la paz públicos.

V.- Provoquen la comisión de algún delito.

VI.- Tampoco podrán transmitirse asunto que a juicio de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, impliquen competencia a la red nacional, salvo convenio del concesionario o permisionario con la citada Secretaría.

Es necesario incluir con claridad en este artículo las prohibiciones para transmitir noticias, programas, mensajes o propaganda cuyo contenido pueda encuadrarse en los supuestos de las fracciones precisadas en el mismo, o en su último párrafo.

Artículo 68.- Las difusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición. En la difusión de esta clase de publicidad se sujetará a lo dispuesto por la Ley General de Salud y el Reglamento de la Materia.

El texto de este artículo debe corresponder a las disposiciones legales vigentes en materia de control sanitario de la publicidad.

Artículo 69.- Las difusoras comerciales solicitarán al anunciante la presentación de la autorización expedida por la Secretaría de Salud de aquellos productos, bienes o servicios que, de conformidad con la Ley General de Salud y su Reglamento en Materia de Control Sanitario de la Publicidad, requieran permiso para que se difundan por radio o televisión.

(En este caso la justificación se remite a la del artículo anterior).

Artículo 70.- Sólo podrá hacerse publicidad o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, así como de toda suerte de concursos y promociones en que se ofrezcan premios, cuando estos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La relativa a las instituciones de crédito y organizaciones auxiliares, y de las operaciones que realicen, deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Por congruencia, debe incluirse en este artículo el precepto de no hacer publicidad a concursos y promociones en que se ofrezcan premios, sin antes contar estos con autorización de la Secretaría de Gobernación. En el texto anterior sólo se contemplaba la disposición para el caso de los sorteos.

Artículo 71.- Los programas de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

Quedan sujetos a esta disposición adicionalmente los concursos y promociones que realicen directamente por las difusoras, así como los que sean organizados o patrocinados por terceros y utilicen la radio o la televisión para publicitarlos.

Con la adición del segundo párrafo se llena un vacío que se ha prestado a controversia. Ha ocurrido con frecuencia que las emisoras transmitan publicidad contratada sobre concursos en los que las mismas no participan en su organización, pero se constituyen en el vehículo principal para darlos a conocer y divulgar sus bases y mecánicas.

En estos casos, es necesario que también se salvaguarde la buena fe del público y de quienes se interesen en concursar movidos por la publicidad transmitida. Por otro lado se suprime del primer párrafo el calificativo de "comerciales", porque también deben considerarse sujetos a esta disposición los programas de concurso que no revistan el carácter de comerciales, como los que transmiten las estaciones permisionarias.

Artículo 72.- Para los efectos de la fracción II del artículo 5 de la presente Ley, no podrán transmitirse por radio y televisión programas ni publicidad impropios para la niñez y la juventud en horarios para todo público, entendiéndose por tales, de las 6:00 a las 21:00 horas.

Los términos del texto actualmente en vigor, resultan inadecuados tratándose de transmisiones de radio. Con la modificación propuesta, se consigue el objetivo de proteger a la niñez y a la juventud, y se precisa el horario considerado para todo público.

Artículo 75.- En sus transmisiones, las estaciones de radio y televisión deberán hacer uso del idioma nacional.

La Secretaría de Gobernación podrá autorizar, en casos especiales, el uso de otros idiomas, y autorizará la proporción del tiempo total de transmisiones en el idioma extranjero, así como en español el cual en ningún caso podrá ser inferior a la tercera parte del tiempo total de la transmisión diaria.

La Secretaría de Gobernación autorizará los horarios correspondientes a las transmisiones de cada idioma y cuidará de su adecuado equilibrio.

Con el objeto de comprobar el cumplimiento de este objetivo, dichas estaciones proporcionarán semestralmente a la Dependencia mencionada un informe pormenorizado de sus transmisiones.

La experiencia ha demostrado que un número creciente de emisoras, principalmente de la franja fronteriza del país tiene propensión a diseñar su programación en idioma inglés, con el objeto de dar servicio al público, empresas comerciales y publicistas norteamericanos. Para ello, utilizan materiales publicitarios y de contenido programático producidos en el extranjero, independientemente de que, también en el campo de la locución, tienden a contratar los servicios de trabajadores estadounidenses.

Lo anterior ha dado como resultado el que dichas emisoras en abierta competencia con sus homólogas norteamericanas, se erijan en empresas de características extranjeras que funcionan en territorio nacional, en detrimento de la función social que las leyes asignan a los medios como factores de integración nacional y de promoción de los valores, la educación y la cultura del pueblo mexicano.

La reforma contenida en el presente artículo se orienta a poner fin a esta situación y propiciar que estas emisoras, como todas las demás, se conviertan efectivamente en promotoras de los valores nacionales.

Artículo 79.- Para que una estación de radio y televisión se dedique a la transmisión de sólo uno de los asuntos permitidos por el reglamento de esta Ley, se deberá llenar los siguientes requisitos: I.- Que se trate de un servicio de interés público, a juicio de la Secretaría de Gobernación, la que debe autorizarlos por escrito. II.-

III.- Que no se cree una innecesaria multiplicación del servicio de que se trate a juicio de la citada Secretaría.

En concordancia con las atribuciones que confiere a la Secretaría de Gobernación, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal y la propia Ley Federal de Radio y Televisión con

relación a los contenidos de las transmisiones, lo dispuesto en este artículo no debe incidir en la esfera de competencia de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la cual sólo lleva el control de los aspectos técnicos, sino en la de la Secretaría de Gobernación.

Artículo 84.- En las transmisiones de la difusoras solamente podrán laborar los locutores que cuenten con certificado de aptitud.

Se consideran locutores, y por tanto quedan sujetos a la disposición anterior, las personas que intervengan al micrófono, sea su actuación grabada o en vivo, para presentar programas, comentar melodías, para conducir programas no especializados, leer y comentar noticias; hacer anuncios comerciales y mensajes de carácter oficial; promover e identificar a las emisoras; realizar entrevistas, y narrar eventos sobre temas que no requieren especialización.

Se propone la adición del segundo párrafo, para delimitar y definir las funciones de los locutores, llenando un vacío de la Legislación a este respecto.

Artículo 85.- Sólo los locutores mexicanos podrán trabajar en las estaciones de radio y televisión. En casos especiales, la Secretaría de Gobernación, autorizará a extranjeros para que actúen en calidad de locutores en forma transitoria, siempre que:

I.- Se acredite su legal estacia en el país.

II.- No existan antecedentes de que en territorio nacional o en el extranjero, hayan expresado ideas o realizado actos contrarios a la nación mexicana.

III.- Se justifique no poder utilizar locutores mexicanos en el caso específico de que se trate.

IV.- Cuenten con la autorización temporal respectiva.

En ningún caso podrá el personal de locución extranjero rebasar el 10 por ciento del total de la plantilla de locutores en una emisora.

Las autorizaciones temporales otorgadas a los locutores extranjeros, serán revocadas por la Secretaría de Gobernación cuando estos hayan reincidido en alguna de las infracciones señaladas en esta Ley.

Es indispensable precisar las circunstancias en que se podrá autorizar la actuación transitoria de locutores extranjeros; así como de acuerdo a la Ley Federal del Trabajo, establecer el porcentaje máximo de dicho personal.

Artículo 90.- El organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación denominado Consejo Nacional de Radio y Televisión estará integrado por dos representantes de la mencionada Secretaría, uno de ellos fungirá como Presidente, un representante por cada una de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Educación Pública y Salud; otro de la Dirección General de Comunicación Social de la Presidencia, uno de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, y otro de los Trabajadores; uno de la opinión pública y dos de los medios de la Radio y Televisión.

Cada representante designará un suplente, el cual deberá estar acreditado ante el Consejo.

Se actualiza la denominación de la Secretaría de Salud.

Se modifica la integración del Consejo para constituirlo en un ente de participación encargada de apoyar las labores de la Dirección General de Radio y Televisión.

Artículo 101.- Constituyen infracciones a la presente Ley: I.- Las transmisiones, emisiones o distribución de señales, contrarias a la seguridad del Estado, a la integridad nacional, a la paz, al orden y moral públicas, a los derechos de terceros, al respeto a la vida privada a la dignidad personal, al orden público o que porvoquen la comisión de algún delito.

II a la XXIV...

Se observa que la fracción I del precepto no contempla la totalidad de los supuestos a que hace referencia el artículo 6 Constitucional, y la fracción XX, del artículo 27, de la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

El primero establece que "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial y administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de terceros, provoque algún delito o perturbe el orden público..".

El segundo que es atribución de la Secretaría de Gobernación, vigilar que las publicaciones impresas y las transmisiones de radio y televisión, así como las películas cinematográficas, se

mantenga dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la paz y moral pública y a la dignidad personal, y no ataque los derechos de terceros, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden público.

Artículo 104.- Se impondrá multa de 500 a 5 mil pesos en los casos de las fracciones IV, V, VI, VII, IX, X, XI, XII XIV, XV, XVI, XVII, XVIII, XIX, XX y XXIV del mismo artículo 101.

La reincidencia en la violación de las disposiciones a que se refieren las fracciones del artículo 101, precisadas en el párrafo anterior, se sancionará con la suspensión temporal de las actividades de la estación concesionaria o permissionaria infractora; la cual, en relación con la gravedad de la reincidencia, podrá ser de hasta 30 días.

En las infracciones contempladas en este artículo, menores a las que establece el 103, se incorpora la suspensión temporal para sancionar la reincidencia.

Artículo 106.- Para la fijación del monto de las sanciones pecuniarias que resulten aplicables según el título sexto de esta Ley, los importes mínimo y máximo establecidos se convertirán a días de salario mínimo general vigente en el Distrito Federal y Area Metropolitana, a razón de un día por cada 10 pesos, teniendo en cuenta la fecha en que se cometió la infracción.

(Segundo párrafo derogado).

En todo caso...

El segundo párrafo inexplicablemente disminuía a 20 días de salario el mínimo de la sanción, que de acuerdo al artículo 104 es de 50 días.

(LOS SIGUIENTES ARTICULOS NO EXISTEN EN LA ACTUAL LEY, SIN EMBARGO, EL ANTEPROYECTO DE LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION LOS PROPONE, CON EL FIN DE QUE SE ADICIONES A LA LEY).

Artículo 107.- Contra la imposición de cualquier infracción aplicada, de acuerdo a lo establecido en los artículos 9 fracción VI y 10 fracción V de esta Ley, procederá el recurso de revisión.

Es necesario tener esta referencia para otorgar a los infractores el beneficio de ser oídos por la propia autoridad.

Artículo 108.- El recurso de revisión deberá interponerse ante la Dirección General Jurídica de la Secretaría que haya impuesto la sanción, dentro de los 10 días hábiles siguientes a la fecha en que el recurrente haya sido notificada la infracción.

Los recurrentes podrán contar con una alternativa en caso de alguna diferencia.

Artículo 109.- La interposición del recurso se hará por escrito y se expresará nombre y domicilio del recurrente, los agravios de infracción y acompañará a los elementos de prueba que considere necesarios los cuales serán tomados en cuenta en la resolución correspondiente.

Deberá también exhibir las constancias que acredite la personalidad del promovente.

La autoridad correspondiente tendrá un límite para la resolución del recurso.

Hasta aquí concluye el anteproyecto para modificar la Ley de Radio y Televisión.