

108
ZEJ



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**MONOGRAFIA DE UN MEDIO DE
COMUNICACION ESTATAL
IMER 1983-1993**

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A :
MARIA TERESA TORRES VAZQUEZ

ASESOR: LIC. SOLEDAD ROBINA BUSTOS



MEXICO, D. F.

1995

FALLA DE ORIGEN

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AL ESPIRITU SANTO

A TÍ

A tí, por haberme aceptado y concebido

**A tí, que con amor, paciencia y dulzura me
cuidaste**

**A tí, que supiste educarme, apoyándome
sin coartar mis metas fijadas**

**A tí, que entregaste tiempo, cuerpo y alma
sin desfallo y sin ninguna condición**

**A tí, entrego mi amor, mi respeto, mi
esfuerzo, mi ser y todo lo que soy**

**A tí, ¡gracias! gracias por haberme dado
la vida, gracias por haber sido tú y no otra
mi mamá**

**Este es el logro de tu esfuerzo por tus
años de trabajo y sacrificio.**

¡GRACIAS!

A MIS HERMANOS

**GRACIAS POR SU COMPRESION,
PACIENCIA Y CARIÑO.**

JOSE LUIS

MI SECRETARIO, MI COMPLICE, MI NOVIO,

GRACIAS POR TU AYUDA INCONDICIONAL

Y TU PACIENCIA.

**LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO**

**A LOS PROFESORES QUE ME AYUDARON
EN LA REALIZACIÓN DE ESTE PROYECTO.**

GRACIAS POR TODO.

INDICE

INTRODUCCION	2
--------------------	---

CAPITULO I

LA RADIO EN MEXICO

1.1. SURGIMIENTO Y DESARROLLO.....	8
1.2. ESTRUCTURA DE LA RADIO: COMERCIAL Y ESTATAL.....	25

CAPITULO 2

INTERVENCION Y USO DE LA RADIO POR PARTE DEL ESTADO

2.1. LEGISLACION MEXICANA SOBRE RADIO Y TELEVISION.....	33
2.2. FUNCION POLITICA	42
2.3. FUNCION CULTURAL.....	44
2.4. FUNCION INFORMATIVA.....	49
2.5. FUNCION PROGRAMATICA.....	51

CAPITULO 3

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

3.1. ORIGEN	54
3.2. ESTRUCTURA	59
3.3. FINANCIAMIENTO	64
3.4. INTEGRACION DE SUS ESTACIONES	67
3.5. PERFIL PROGRAMATICO	70
3.6. SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS	85
CONCLUSIONES	91
BIBLIOGRAFIA	95

INTRODUCCION

Es evidente que la radiodifusión es en la sociedad contemporánea un poderoso vehículo de información y esparcimiento.

Tomando en cuenta que para que la información -vertida por este medio- se convierta en comunicación, es necesaria la participación del radioescucha en forma individual o colectiva. En cambio, no es necesaria la voluntad en la participación de los sujetos, emisor-receptor en el proceso, ya que, la comunicación puede producirse de manera mecánica en ausencia de una voluntad declarada, incluso en contra de su voluntad. La constatación de este fenómeno tiene gran importancia al analizar la función del mensaje de la información en la vida política, social y económica de la sociedad civil. Dentro de este contexto es que el Estado mexicano, consideró importante estructurar un sistema de comunicación radiofónica que tomara en cuenta lo anteriormente señalado.

Dentro de un sistema político, en el que se acepta la fuerte participación de la iniciativa privada en los medios electrónicos, el Estado optó por instrumentar un sistema de comunicación estatal -en este caso radiofónica- que coexista con ellos.

Paralelamente aparece con gran fuerza un nuevo sector social en el ámbito político, la llamada sociedad civil, que entra en escena con la pretensión de ser la conciencia del gobierno, impulsada por los problemas económicos sociales de la última década, esto propició la toma cada vez más acelerada del entendimiento cívico, mismo que genera la moviización de organizaciones sociales en búsqueda de canales de expresión propios, subrayando que éstas organizaciones han

adquirido conocimiento pleno de sus demandas culturales, educativas, de servicios de justicia social y de participación política.

Esta sociedad civil ha descubierto que puede expresarse vía radiofónica porque:

- A) La voz es anónima, aunque se pide identificarse.
- B) Se establece distancia entre el denunciante o el peticionario y el pugnado o demandado
- C) La radio tiene o puede tener un horario de transmisión continua, y para el ciudadano es más fácil hablar por teléfono, que ante un micrófono o ante una cámara.
- D) Es de mayor intimidad la radio que la televisión.
- E) Se escucha más radio que verse televisión.

Aunque en las últimas décadas la radio ha estado sometida a violentos embates, y pesimistas presagios ante el nacimiento y desarrollo de la televisión, ésta ha demostrado que su vigencia se basa en la enorme penetración en los diferentes sectores de la sociedad. En otras palabras, superó con creces las amenazas que en su momento le representaron el cine, los periódicos y la televisión, como medios de competencia.

Los medios de comunicación se han convertido en elementos dominantes en la realización del hombre con su medio ambiente social.

Aparte de sus aspectos tecnológicos y de ser medio de comunicación eficaz, la radio es un lenguaje estético, así lo especificó Rudolf Arnheim, quien escribió en 1933 lo siguiente: "El redescubrimiento del sonido musical en ruidos y palabras, la unión de la música, la conjunción de estos elementos en una unidad sonora, es una de las tareas artísticas más importantes de la radio...

Y afirma: "También es necesario precisar que lleva a un enriquecimiento del vocabulario auditivo gracias al cual el receptor nos describe al mundo. Pero lo más importante es que consiga el sonido musical de los ruidos naturales, para volver a aquella época en que la palabra era sonido y el sonido palabra..."

"La radio no ha de considerarse como un simple aparato transmisor sino como un medio para crear según sus propias leyes un mundo acústico de la realidad".¹

Dentro de esta perspectiva y considerando que la radio es un medio de comunicación que llega casi instantáneamente a todo el planeta, que puede transmitir un mensaje de un país a otro, sin respetar las fronteras; es como se le asegura a la radio un papel preponderante en las comunicaciones internacionales y le confieren prioridad como un poderoso medio de propaganda internacional.

Así es como la difusión y la propaganda radiofónica han pasado la prueba del tiempo, ya que puede hacer ciertas cosas que otros medios de persuasión, educativa y de información no pueden hacer.

Transmitir la noticia -y la reacción ante ella- a través de un país tan extenso y accidentado como el nuestro, con mayor velocidad que cualquier otro medio.

Como instrumento de persuasión la radio posee algunas ventajas psicológicas sobre otros medios de comunicación, sobre todo en situaciones de conflicto como la que surgió en Chiapas, ya que al apoderarse el movimiento opositor de varias estaciones radiofónicas, pudieron transmitir oportunamente sus proclamas y sus demandas, y con oportunidad se realizaron por este medio entrevistas a los actores de este drama coadyuvando con ello a popularizar a algunos de sus líderes.

Se puede hablar entonces sin temor a equivocarnos, de la importancia social y cultural que la radio ha tenido en México, como un medio que ha

¹ Arnheim, Rudolf, "Estética Radiofónica" p.p.26,28.

contribuido de manera determinante en el desarrollo de -por lo menos- las últimas generaciones, pues este medio contribuyó de una manera sustantiva a cohesionar a la sociedad civil alrededor de la tragedia que ocasionó el temblor de 1985. Razones suficientes como para haber motivado el interés del Estado mexicano que había permanecido prácticamente al margen de la transmisión de mensajes de los medios de comunicación electrónicos (entendiéndose por estos radio y televisión siendo el primero el que nos ocupa en este caso), dedicándose exclusivamente a legislar sobre la materia y sólo desde hace poco tiempo cuenta con la infraestructura tecnológica necesaria para participar en este medio como emisora activa. Mientras tanto, los grupos privados de comunicación han sabido capitalizar esta falta de participación en los sectores sociales y de esta manera han ganado gran terreno sobre el Estado en cuanto a la articulación de consensos y opinión pública, ambas materias de vital importancia para respaldar la legitimidad del Estado mexicano en los marcos político y social.

La finalidad del presente trabajo, es exponer la escasa participación del Estado como radiodifusor, hasta su consolidación en el Instituto Mexicano de la Radio, como órgano responsable de las tareas en comunicación radiofónica por parte del mismo como una posibilidad real de ser un canal de vinculación entre el Estado y la sociedad civil.

La importancia de su creación estriba, en saber si en realidad el Estado puede después de sesenta años de escasa participación, lograr con la creación de este Instituto responder a los requerimientos y metas de comunicación que se ha propuesto.

Para ello es necesario exponer algunos hechos históricos del surgimiento de la radio en México: cuando comienzan a trazarse los lineamientos de la incipiente radio mexicana la iniciativa privada decide invertir en una rama en la

que el Estado no tiene participación, comenzando a defender la primacía de sus emisiones sobre las gubernamentales.

A finales de la década de los veinte y principios de los treinta, se inicia la penetración de capital monopolista internacional en la radio nacional con el auspicio de grandes consorcios y cadenas norteamericanas con fuertes intereses en el mercado de la radiofonía.

Se considera que la radio llegó a la cúspide, en las décadas treinta y cuarenta, **época de oro** "en la que sólo un instrumento así hubiera podido servir a tantos intereses como en realidad sirvió, envuelto en acontecimientos que marcaron el rumbo del planeta en la era moderna".²

En este ambiente, la participación del Estado era mínima y su actuación dentro del medio se reducía a simple administrador jurídico bajo el artículo 27 Constitucional, que reconoce como patrimonio de la nación el espacio aéreo en que se propagan las ondas electromagnéticas, con ello establece un régimen de concesiones y permisos para su explotación y control.

En la década de los sesenta, el Estado consolida su participación como emisor con la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, la cual legisla el contenido de las emisiones. Es importante señalar su contenido para encontrar la discrepancia entre sus disposiciones y la situación real existente. En este trabajo, se analiza brevemente las diferentes funciones que conforman la estructura comunicacional radiofónica del Estado. Esto nos dará una visión, para entender los cimientos y objetivos de la creación del Instituto Mexicano de la Radio; se explicará su origen, estructura, así como la fuente económica de subsistencia y la integración de sus estaciones. Para ello se hace un breve

² "La Industria de la Radio y la Televisión"; Tomo I, p.87.

análisis de su perfil, con base en sus cartas programáticas que demostrarán el estancamiento de su programación.

Finalmente se expondrá la situación actual del IMER, misma que nos podrá reflejar hasta qué punto se ha avanzado a través de sus existencia y si se ha cumplido con el proyecto de comunicación estatal, basado en los objetivos generales del mismo, para hacer operativa la citada infraestructura.

Asimismo, se mostrarán una serie de perspectivas que el Instituto se ha fijado cumplir a mediano plazo, todo esto basado en su reciente reestructuración.

CAPITULO I

LA RADIO EN MEXICO

1.1. SURGIMIENTO Y DESARROLLO.

La historia de la humanidad es, en múltiples aspectos, la historia de la comunicación. "Así, las pinturas rupestres, el golpear de los tambores, y el brillo de las fogatas encendidas sobre las colinas por agrupamientos primitivos, eran maneras de informar acerca de una victoria, una derrota o un peligro".³ Los sumerios separaron la escritura de la pintura gráfica, al inventar tablillas de arcilla para escribir; los nahuas, por su parte, elaboraron minuciosos códices.

La imprenta se constituyó desde su aparición como el primer medio de comunicación a distancia, con posibilidades de ser distribuido de manera masiva, misma que tuvo que sucumbir siglos después ante el embate, rapidez y alcance de la radio.

En una cultura eminentemente oral como es la de México, tuvieron que pasar varios siglos, en los que predominó el habla como mecanismo de comunicación, circunstancia que contribuyó a desarrollar la radio de manera inusitada. Así, mientras en Estados Unidos la radio se dio como resultado de un proceso científico de experimentación constante, el reflejo de esos avances se aprovechó en nuestro país para echar a andar la naciente industria.

Fue el 27 de septiembre de 1921, cuando en este capital, en el teatro Ideal se llevó a cabo la que se consideró la primera emisión radiofónica, por medio de un transmisor "De Forest", incautado a un barco pesquero estadounidense, con 20 watts de potencia efectiva, adquirido por el médico militar Adolfo Enrique

³ Mejía Prieto, Jorge, "Historia de la Radio y Televisión en México", p.6.

Gómez Fernández. Esta transmisión provocó entre quienes la escucharon a dos cuerdas, en el teatro Nacional, el asombro y la curiosidad ante la novedad y el encanto por saber que en otro sitio había alguien de cuyo ser solamente se conocía la voz. Esta misma emisión marcó otra alternativa universal de la radio: la difusión de programas musicales que habrían de ocupar una buena parte del tiempo al aire de las distintas estaciones.

Se considera la segunda transmisión radiofónica en forma, la que se realizó el 11 de octubre del mismo 1921, quince días después de la efectuada por el doctor Gómez. Correspondió al ingeniero Constantino de Tárnava, en la ciudad de Monterrey.

De hecho, Tárnava es el iniciador de la actividad radiofónica en nuestro país, pues instaló desde 1919 una emisora experimental: la "T.N.D." (Tárnava-Notre Dame), que recibió autorización oficial en 1923, como "24-A" identificándose al aire como "24-A Experimental".

A diferencia de la emisora del doctor Gómez, la "24-A" alcanzó una mayor expansión y firmeza, gracias a la visión del ingeniero Tárnava, quien puso en práctica sus conocimientos mercadológicos. Vendió aparatos receptores contruidos por él mismo y los anunciaba a través de sus propias emisiones; nació con ello, prácticamente, lo que hoy se conoce como venta de tiempos en radio.

Con dicho logro, Tárnava condensó la segunda de las grandes opciones de la radio: la publicitaria. La radio obtuvo los elementos para sobrevivir, dando origen a capital de trabajo, adquisición de equipos, recursos y, poco a poco, se enfiló como una industria.

La "24-A" se transformó primero en "C40" emisora comercial, luego como radiodifusora hasta llegar a ser una de las más grandes del norte del país, la

X.E.H., de Monterrey, Nuevo León. Un año después, la radio fue considerada como el gran invento del siglo XX.

Para 1923, cuando el presidente Alvaro Obregón estaba en su tercer año de gobierno, el país se encontraba en una constante búsqueda de estabilidad política, como lo denotan varios hechos importantes, tales como: la iniciación de los Tratados de Bucareli, el derecho de voto a la mujer (en San Luis Potosí), el asesinato de Francisco Villa y la rebelión huertista.

En ese contexto, el gobierno federal autorizó las primeras radiodifusoras. Para el 19 de marzo de 1923, se dio el despegue de la radiodifusión con la primera radioemisión desde las calles de República de Argentina. Esta se efectuó con equipo hecho en México y con recursos de la iniciativa privada, aportados por J. Fernando Ramírez y José de la Herrán Pau, constructor de la planta transmisora.

Tal fue el antecedente de la "JH" estación de la Secretaría de Guerra y Marina, considerada la primera emisora formal y oficial del país. Ese mismo año se lanzaron al aire las difusoras "C.Y.A." y "C.Y.Z.", así como dos estaciones del gobierno, la "C.Z.Z." y la "C.Z.E.", esta última de la Secretaría de Educación Pública, constituida como la primera emisora cultural del Estado en 1924.

Se instaló en ese mismo año, la emisora de la compañía de cigarros "El Buen Tono": La "C.Y.B.", con 500 watts de potencia, por la preferencia entre el auditorio, su trabajo profesional técnico y el manejo de la estación, se le considera la primera de las radios comerciales y la primera de la industria en México.

Más tarde, la estación "El Buen Tono", se convirtió en X.E.B., la cual actualmente pertenece al Grupo IMER. Por su parte, Raúl Azcárraga lanzó al aire la estación "C.Y.L.", con 50 watts de potencia, por medio de "La Casa del Radio" (que a su vez vendía los radioreceptores), en colaboración con El Universal

Ilustrado. En septiembre de ese mismo año, se transformó en una emisora más potente con 500 watts de potencia; esta estación duró seis años y se distinguió porque en ella se llevó a efecto el primer programa infantil radiofónico, y también en sus micrófonos se transmitió la campaña política de Plutarco Elías Calles.

A través de la frecuencia de la "C.Z.E.", Plutarco Elías Calles protestó como Primer Mandatario de México y con ello se inició una tradición que se repetiría año con año y que persiste hasta nuestros días: la relación entre actos de gobierno y la presencia de los medios de comunicación en cadena nacional.

En 1925, se creó la "C.Y.O.", estación cultural realizada mediante esfuerzos mancomunados privados, posteriormente en 1930 se volvería comercial y la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas le asignó el normativo "X.E.K.", bajo el lema "La Voz del Comercio".

Plutarco Elías Calles, en 1926, expidió la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que dividía a las estaciones radiodifusoras en privadas, pública o de experimentación. Asimismo, esta ley amplió sus alcances al espacio aéreo, basándose en el artículo 27 Constitucional, que lo declara igual que al subsuelo, dominio imprescriptible e inalienable de la Nación. Además, estableció que sólo ciudadanos mexicanos podían recibir autorización para poseer y operar radioemisoras.

Los siguientes dos años fueron de lento desarrollo para la industria radiofónica; sin embargo hubo algunos acontecimientos importantes que se transmitieron: En 1928, la estación "C.Z.E." de la SEP, dio a conocer el asesinato del Primer Mandatario Alvaro Obregón, semanas más tarde, Emilio Portes Gil rinde protesta como presidente provisional de México.

Un acontecimiento importante para la radiodifusión mexicana, fueron los acuerdos de la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en

Washington en 1929, en la cual se adjudicó a México el uso de los indicativos nominales "X.E." para radiodifusión; "X.A." para la aviación; "X.B." para los servicios generales; "X.D." y "X.P." para la telegrafía y "X.C." para la comunicación marítima.

A partir de la transmisión de la protesta de Pascual Ortiz Rubio como Presidente, la emisora Radio Mundial, en 1930, difundió el primer noticiario radiofónico, bajo la dirección del ingeniero Félix Palavicini, destacado personaje que incursionó dentro de la radiodifusión mexicana.

En diciembre de ese mismo año, Pascual Ortiz Rubio, inauguró la estación X.E.F.O., del Partido Nacional Revolucionario (PNR), utilizada por el mismo para difundir "su doctrina, la información diaria de su gestión y la de los gobernantes; la incorporación de las masas proletarias por medio del arte, la literatura y la música; la comprensión y solidaridad entre todos los habitantes del país".⁴

Posteriormente, la campaña de Lázaro Cárdenas fue totalmente cubierta por esta estación, transmitiéndose así el primer radioreportaje. En 1946, cuando el partido ya es PRI, la X.E.F.O. pasó a ser privada y poco después desapareció.

El aumento de la población y los progresos técnicos, el desenvolvimiento en general, propició el crecimiento de nuevas radiodifusoras; tanto en el interior como en la capital de la República. En ese mismo año se inauguraron la X.E.L., X.E.J.P. y la X.E.L.Z., radiodifusoras privadas.

Se considera el periodo de 1924 a 1930, cuando la radio crece y se especializa, la radiotecnología evoluciona notablemente y se atiende a dos aspectos fundamentales: a la estructura del receptor modélico, que en aquella época

⁴ Mejía Barquera, Fernando, "La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano", p.55.

ejercía el papel de "escucha" y por una razón cultural, el respeto hacia la tradición oral; es decir, la palabra hablada frente a la palabra escrita.

El 18 de septiembre de 1930 nace la X.E.W., con 5 mil watts de potencia, fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta, bajo el lema "La Voz de la América Latina desde México".

En 1931, Pascual Ortiz Rubio, utilizó la radio para dar su informe presidencial y anunciar la promulgación de la "Ley de Vías Generales de Comunicación", que se ocuparía de los aspectos técnicos de las vías de comunicación de medios colectivos y particulares, y los medios de transporte; la cual estaba integrada por trece artículos, misma que se publicaría como la "Ley Federal de Radio y Televisión".

Fue en la Conferencia de Copenhague, Dinamarca, en 1931 donde por primera vez México lleva la representación de técnicos que demandaron una distribución equitativa de frecuencias en la zona norteamericana y en general de todo el mundo, para los servicios de radiocomunicaciones.

Uno de los últimos actos del bienio de Ortiz Rubio en beneficio de la industria radiofónica fue el impulso a la formación de técnicos mexicanos en radiocomunicación en 1932.

El Presidente Abelardo Rodríguez destacó en su informe presidencial de 1933, que en materia de radiodifusión se llevó a cabo en esta capital la Conferencia Regional Norte y Centroamericana con los siguientes resultados; "...se llegó a un acuerdo sobre el mejor uso y aprovechamiento de frecuencias necesarias para los servicios fijos, móviles, marítimos, aéreos, de experimentación, de aficionados, etc., y por lo que se refiere a radiodifusión

internacional, únicamente se proporcionaron medidas para facilitar un arreglo posterior..."⁵

Como se mencionó anteriormente, el uso intenso de este medio es más palpable dentro de este período, debido a la cobertura de la campaña política para la presidencia de la República del General Lázaro Cárdenas transmitida por la estación X.E.F.O., desde la Convención de Querétaro en la que resultó designado candidato presidencial.

Lázaro Cárdenas (como presidente de la República) expidió el 23 de septiembre de 1936 el Reglamento de las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados, el cual entró en vigor el 1 de enero de 1937. En él se clasifica y define a las radiodifusoras como tales, al reglamentar sus actividades.

Dentro del contexto nacionalista del gobierno de Cárdenas, dio inicio el 25 de julio de 1937 "La Hora Nacional", proyectándose como una presencia constante de la participación del Estado en la radio mexicana.

En este mismo año, hizo su aparición la radiodifusión universitaria, el 14 de junio, para cumplir un amplio programa de extensión cultural, con la estación X.E.X., actualmente X.E.U.N.

Cárdenas, en su quinto informe de gobierno, exaltó la necesidad de progreso de la Nación, poniendo énfasis en modernizar la Ley de Vías Generales de Comunicación, por sus criterios improvisados y desorientados para las demandas e ideología del momento.

Cuando Avila Camacho asumió la presidencia, se había desencadenado ya la Segunda Guerra Mundial (iniciada en septiembre de 1939), en la que nuestro país aun no participaba. Para 1941 en el medio periodístico se empezó a

⁵ "La Industria de la Radio y Televisión...", op.cit., p.p. 131-132.

desarrollar una tendencia al monopolio, para dar lugar al nacimiento y desarrollo de la primera cadena de diarios.

Sin embargo, en la radio las cosas no eran muy distintas, ya que en ese mismo año se fundó la cadena Radio Programas de México, que ligaba a 60 estaciones en toda la República, siendo la primera estructura en su tipo. Entre sus socios más importantes estaba Emilio Azcárraga. Comercialmente, el plan primario de Radio Programas de México, consistió en la producción de programas grabados en discos, para su distribución entre sus afiliadas; ello permitió a emisoras de provincia, la mayoría económicamente débiles, prestigiarse con presentaciones de calidad, hasta entonces sólo accesibles a grandes difusoras; fue así como Radio Programas acrecentó el número de asociadas, las que más adelante se agruparían por razones de venta de tiempo y contrataciones de anuncios.

Lo anterior, dio origen a la creación de nuevas agrupaciones radiofónicas nacionales y regionales. Así, en junio de 1948, se fundó Radio Cadena Nacional (RCN), con cerca de 30 estaciones de su propiedad; en 1956, Cadena Independiente de Radio (CIRSA), con un grupo de 25 estaciones foráneas; y en julio de ese mismo año, Red México con 3 emisoras en el Distrito Federal, entre otras. Esta modalidad de organizaciones, creció para llegar a controlar la contratación de anuncios.

Por su amplia cobertura en su inicio, Radio Programas pasó a formar parte de la estrategia informativa gubernamental, para iniciar de esa manera la relación entre el Estado y los empresarios del ramo.

Un precedente de las formas rápidas de información adoptadas por el Estado durante la Segunda Guerra Mundial, fue la declaración de guerra por parte de Avila Camacho, emitida a través de los micrófonos de la X.E.W., por la

que muchos mensajes fueron emitidos por el propio presidente. En un momento como ese, en que debía controlarse la información, el Departamento de Radiocomunicación de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, autorizó la transmisión de noticiarios a 29 estaciones de la cadena radiodifusora fundada por Azcárraga y anunció que la información publicada de índole general sería transmitida por todas las emisoras a la misma hora.

En enero de 1941, se discutieron las bases para redactar los estatutos y organización de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión y se designó como presidente de su Comité Directivo a Emilio Azcárraga Vidaurreta.

El 20 de abril se convocó a las radiodifusoras de los estados para la primera convención de dicho organismo y, después de múltiples esfuerzos, en diciembre de ese mismo año, se constituyó oficialmente como una organización patronal.

Como antecedente de la Cámara puede considerarse a la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, que nació en 1937 con el fin principal de agrupar y defender a las estaciones dispersas por el país. Cuatro años después, esta Asociación se convirtió en la Cámara, para atender la petición del gobierno federal de que las empresas privadas se organizaran de tal forma para establecer el diálogo con ellas.

Con esta nueva organización, las acciones se centralizaron en los intereses de los radiodifusores de la capital del país, aunque casi desde su nacimiento cuentan con delegaciones en las entidades federativas; posteriormente a partir de 1970 se denominará Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT).

Ese mismo año se inaugura la estación privada X.E.O.Y., Radio Mil; y en el estado de Jalisco, la primera estación radiofónica a cargo de un gobierno estatal, la X.E.J.B-AM que en 1962 se ampliaría a F.M.

Dada la situación de guerra y el papel que estaba desarrollando la radiodifusión, en enero y febrero de 1942 el gobierno dictó otras disposiciones: suspensión de todas las comunicaciones radioeléctricas (estaciones radio experimentales y de aficionados) con los países del Eje y el establecimiento de un supervisor general de informaciones radiofónicas. Por lo tanto la función de la radio en la guerra estaba clara en términos de propaganda, y contrapropaganda, a fin de oponer la verdad a los rumores.

En 1942 surge un nuevo reglamento que definió como radiodifusoras comerciales a las "destinadas a la explotación de propaganda comercial, mediante la divulgación de conferencias, programas musicales, piezas de teatro, programas de divulgación científica y artística, crónicas, informaciones deportivas y de interés general".⁶

El Comité de Defensa Civil del Distrito Federal, en febrero de 1943, propuso la colocación de magnavoces en las colonias pobres de la ciudad, entre quienes no contaban con radorreceptores. La finalidad era hacer saber a las clases proletarias, las razones por las cuales nuestro país estaba en guerra; más aún, cuando la mayoría de los habitantes no sabían leer, y solamente de manera hablada podrían enterarse de cuál era la posición de México.

A fines de 1944 y principios de 1945, se llevó a cabo la primera Conferencia Nacional de Radiodifusión y la primera muestra de radiocomunicación, organizada por el entonces Secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet. En ese evento se pudieron apreciar los servicios de

⁶ "Diario Oficial de la Federación", 20 de mayo de 1942, p.4.

radiotelefonía de México, Estados Unidos y Gran Bretaña, con la participación de las Secretarías de Comunicaciones, Defensa Nacional y la empresa R.C.A.

Para septiembre de 1946 se celebró en la ciudad de México, el primer Congreso Interamericano de Radiodifusores, que dio lugar a la constitución de la Asociación Interamericana de la Radiodifusión (AIR), establecida para defender los intereses de la radio comercial.

En el segundo Congreso, realizado en Buenos Aires, Argentina, dos años después los radiodifusores privados mexicanos, por medio de la AIR, propusieron 12 bases para su aprobación, mismas que más tarde tratarían de incluir en la Ley Federal de Radio y Televisión.

Tales bases, fueron: "Que la radiodifusión no fuera considerada servicio público; respeto a la libertad de expresión; limitación del Estado al control de las cuestiones técnicas; no censura; limitar la participación del Estado como radiodifusor; concesiones por tiempo indefinido; beneficios fiscales y prohibición para que el Estado realizara propaganda comercial".⁷

La Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, recogió exactamente los 12 puntos promovidos por la AIR y fue hasta 1973 cuando esta Ley se reglamentó.

Un progreso significativo se dio dentro de la radiodifusión concesionada, en los años de 1948 y 1949, debido al incremento de radiodifusoras en diversos puntos de la República. En ese periodo la SCOP adquirió un equipo monitor de observación, para el control de la radiodifusión comercial, como resultado del desenvolvimiento creciente de ésta y tal control se dio a través de pautas para elevar la función social de la radio.

La década de los cincuentas fue decisiva para que la radio demostrara su madurez, ante el naciente medio audiovisual: la televisión. La mayoría de las

⁷ Mejía Barquera, op. cit. p. 126.

estaciones en ese entonces, sin esforzarse demasiado por competir, se conformaban con su función de fondo musical de la actividad humana, con la emisión de anuncios y apoyados en la naciente frecuencia modulada y el uso del transistor.

En busca de una política más fluida en cuanto a radioescuchas, la radio comercial lanzó la X.E.M.L., como Radio Complacencias, que basó su funcionamiento en complacer a toda hora las peticiones musicales por vía telefónica; lo que en nuestros días se ha convertido en un vicio generalizado de la mayoría de las estaciones.

El 5 de octubre de 1953, se expidió el Reglamento de los Certificados de Aptitud, para el manejo de estaciones radioeléctricas, que determinó la capacidad técnica de las radiodifusoras para mejorar el nivel de las transmisiones.

Dos años después, se da otro acontecimiento de relevancia en la línea de la supervisión oficial que permite la interventoría del Estado en los medios, con la publicación del decreto que reforma los artículos 32 y 33 del Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados.

En el año de 1960, se intentó limitar el poder económico de los industriales, mediante la Ley Federal de Radio y Televisión, para tratar de hacer efectiva la reducción de propaganda comercial, que "deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación". Esta disposición se orientaba hacia un criterio sanitario y de protección al consumidor.

De tal forma, se legitimaba por vez primera el poder político del Estado y la misma Ley lo determinaba como concesionario o permisionario de las estaciones, promotor de emisiones de corte social, cultural y cívico; así como organizador de la enseñanza a través de la radio y televisión, como productor de transmisiones

diarias hasta de 30 minutos y miembro mayoritario del Consejo de Radio y Televisión.

Ocho años más tarde, el 31 de diciembre de 1968, el Diario Oficial publicó dentro de la Ley de Ingresos de la Federación para el ejercicio fiscal de 1969, la Ley que establecía, reformaba y adicionaba las disposiciones relativas a diversos impuestos federales. Esta Ley gravó con una tasa de 25% el impuesto total de los pagos que se efectúan por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales, para el uso de bienes de dominio directo de la Nación.

Por otra parte, el presupuesto de egresos de la federación para ese año, contemplaba en su artículo 16, la autorización a la Secretaría de Hacienda a exentar el total de la tasa mencionada, a cambio de que las empresas radiodifusoras integren Sociedades Anónimas con un 49% de acciones, las cuales serían colocadas en fideicomisos en un banco estatal o vendidas a una sociedad de inversión y, consecuentemente, darles poder de decisión a los dueños de dichas acciones.

Ante tales disposiciones, los industriales de radio y televisión comenzaron a hacer presión, para que no se llevaran a cabo ninguna de las dos medidas, por afectar a sus intereses. La Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, sirvió como un canal abierto para negociar con el Estado; asimismo, se establecieron contactos con el Ejecutivo a través de las dependencias relacionadas con radio y televisión.

Después de numerosos intercambios de puntos de vista, durante los primeros meses de 1969, entre los industriales de la radio y el Gobierno Federal, las comisiones de ambos sectores acordaron en el mes de mayo, cuatro puntos básicos según el informe proporcionado en la asamblea de la CIRT:

1. "Ceder un mayor tiempo de emisión gratuita al Estado para programas que le permitan cumplir con sus funciones.
2. "Garantía de la efectiva superación de los programas de radio y televisión. El Estado se reserva el derecho de revisar cada 5 años, si el concesionario ha cumplido con sus obligaciones. (En caso contrario estaría propenso a revocación).
3. "Cuando el Ejecutivo considera que algún asunto o tema pueda perturbar o esté perturbando la paz o el orden público...podrá hacer al concesionario las observaciones que procedan y éste deberá atenderlas.
4. "Los tres puntos anteriores se aceptarán, siempre y cuando simultáneamente se deje sin efecto por cualquier procedimiento legal válido, el impuesto del 25% causante del problema".⁸

Oficialmente, se publicaron el 1 de julio las disposiciones jurídicas que ponían término al conflicto. El Diario Oficial publicó dos resoluciones; la primera, autorizaba a los concesionarios a pagar el 25% en especie, a través del 12.5% de tiempo diario de transmisión de cada estación y, la segunda, autorizaba la expedición de nuevos títulos de concesión a los actuales concesionarios en materia de radio y televisión.

Para el sexenio de Luis Echeverría Álvarez, la actividad que desempeñaron los industriales de la radio fue continua y estuvo marcada por el interés de parte del gobierno, por menoscabar el poder de los empresarios de la radio.

Una de las acciones más importantes del nuevo gobierno, en 1972, fue el Decreto por el que se autorizaba a la Secretaría de Comunicaciones y

⁸ Fernández Christlieb, Fátima, "Los Medios de Difusión Masiva en México", p.p.166-167.

Transportes, a ejecutar el proyecto de televisión rural. Se crea la Subsecretaría de Radiodifusión, responsable de otorgar o revocar las concesiones y los permisos. La oposición del gobierno hacia los empresarios de los medios de comunicación, se manifestó con la compra del canal 13 de televisión, que se convirtió en canal paraestatal, y el anuncio de la revisión radical de la Ley de 1960.

En julio de ese mismo año, todos los funcionarios relacionados con la radio y la televisión, condenaron el funcionamiento de los medios electrónicos y anunciaron la creación de una nueva Ley que alteraría el régimen de concesiones.

En su cuarto informe de gobierno, el Presidente Echeverría atacó a la televisión comercial, por el alto contenido de programas de violencia transmitidos. El Diario Oficial publicó un Decreto en el que se anunciaba la cancelación de 37 series televisivas de ese tipo.

Para subrayar su postura, el Presidente Echeverría declaró que no sólo los programas violentos eran malos, sino toda la televisión, a la que calificó de medio incommunicante.

A finales de 1975, gracias a su organización y la unidad de intereses existentes, el grupo empresarial se consolidó ante los embates del gobierno, cuya inexistencia de un plan eficaz de acción demeritó su acción. Al intentar ampliar sus bases de apoyo a través de los medios de difusión, el gobierno creó y agudizó una contradicción entre la burocracia política y los concesionarios de los medios, misma que no sirvió para fortalecer la autonomía relativa del régimen ante el capital monopólico de la radio y televisión.

Otra repercusión que dejó el sexenio de Luis Echeverría Álvarez, en el conflicto desarrollado, fue poner en el terreno de la discusión la propiedad, el contenido y los objetivos de la radio y la televisión.

El argumento gubernamental se basó en recurrir al artículo 27 Constitucional, cuyos preceptos colocaban a los medios de comunicación dentro de una perspectiva de servicio social, en la que el espacio aéreo que se utiliza es del dominio de la Nación.

En este sentido, los concesionarios de las distintas radiodifusoras privadas, supeditan el interés público al beneficio particular; toda vez que su fin principal es de lucro.

El año de 1976, marca el inicio de la Reforma Administrativa del nuevo sexenio, al centralizar en una sola Secretaría de Estado todo lo relativo a los medios masivos de comunicación. El 29 de diciembre de dicho año, la ley Orgánica de la Administración Pública Federal, designó a la Secretaría de Gobernación como la encargada, pues la historia reciente de los medios de difusión, hizo al Estado considerarlos como medios de control político y no como vehículos culturales.

El Plan Básico de Gobierno 76-82, apuntaba la necesidad de una revisión a fondo de la función social de la información escrita y la que genera la radio, la televisión y el cine.

Bajo dicha premisa, el Presidente José López Portillo, envió una iniciativa para modificar los artículos Constitucionales que darían paso a la Reforma Política; destacó el artículo 6o. relativo a la libertad de expresión, al que se añade la frase: "El Derecho a la Información será Garantizado por el Estado".

Por otra parte, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales, (LOPPE), establece el uso permanente de radio y televisión, por parte de los partidos políticos, situación que ha sido aprovechada por los distintos institutos políticos y que se incrementa en época de campañas.

Como órgano operativo, dependiente de la Secretaría de Gobernación, se crea en 1977 la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, (R.T.C.).

Una propuesta surgida en 1979, para reglamentar el Derecho a la Información, desata una polémica, dentro de la que el gobierno propicia consultas públicas en la apertura de foros para la discusión de ponencias, con la participación de partidos políticos, instituciones empresariales, organizaciones de profesionistas, centrales obreras y grupos intelectuales, entre otros.

Gran parte de lo que es y cómo se manifiesta el México de hoy, ha sido reelaborado en los medios masivos de comunicación; mismos que asimilaron necesidades cotidianas de comunicación entre lugares lejanos, para luego ocupar un lugar preponderante como medio de información.

Hasta aquí, hemos visto un panorama del desarrollo de la radio en México; sus cambios a través de los años y sus condiciones históricas.

Siendo el Estado responsable de las actividades radiofónicas, de acuerdo con el artículo 27 Constitucional, es innegable el papel determinante en materia legislativa, administrativa y de regulación, que ha jugado el gobierno en el desarrollo de la radiodifusión.

Hoy en día, el Estado mexicano tiene una doble función en la materia: Por un lado, la relativa a legislar sobre la actividad y la aplicación correspondiente de la ley, y por otro, su papel como radiodifusor.

1.2. ESTRUCTURA DE LA RADIO: COMERCIAL Y ESTATAL

PRIVADA:

De acuerdo a la forma como se ha desarrollado la radio, el modelo predominante de radiodifusión en México es el comercial. Aún cuando todo el espacio esté cubierto por ondas sonoras, la distribución de frecuencias responde a intereses comerciales.

Los medios de comunicación del país, a través de su desarrollo, han estado expuestos a manejos con tendencia a la concentración de la propiedad. Una práctica que se ha hecho común en la radio, consiste en la obtención de múltiples concesiones por medio del uso de distintos nombres y/o razones sociales. Dicha situación ha permitido que los concesionarios sean, generalmente, entidades o membretes corporativos que no indican con certeza la propiedad de la concesión, lo que permite que en una misma empresa o grupo haya diversos concesionarios.

La influencia que la radio ha ejercido en la formación y reforzamiento de hábitos, en la manera de consumir y de pensar; así como la garantía de un auditorio cautivo, son factores que ha sabido aprovechar la radio privada para convertirse en la "gran industria" en pro del bienestar económico de los concesionarios.

Según la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960, las concesiones se otorgan a personas de nacionalidad mexicana, físicas y morales, por un período de 30 años renovable al vencimiento, sin que se les obligue a nada, en especial a contenido, función o servicio social, cultural o educativo.

Para obtener la concesión se requiere:

- a) canal asignado

- b) ubicación del equipo transmisor
- c) potencia autorizada
- d) sistemas de radiación y sus especificaciones técnicas
- e) horario de funcionamiento
- f) nombre, clave o indicativo
- g) término de su duración.

Los requisitos, como se puede apreciar, hacen señalamientos de aspectos fundamentalmente técnicos, lo que facilita la defensa de la concesión por la parte empresarial.

La radio comercial vacía sus intereses en los esquemas de programación que representa y, obviamente, en sus contenidos toma como estandarte la idea de lograr el mayor entretenimiento posible a su público, sin correr el riesgo de hacer de su concesión un servicio social; lo que en algunas ocasiones provoca una dependencia de intereses que son ajenos a nuestra realidad.

Una muestra significativa de lo que en 1993, es la presencia del Estado en la radiodifusión, es el hecho de que en el cuadrante de F.M., dos estaciones pertenecen al GRUPO IMER y una a RADIO UNIVERSIDAD, de un total de 25, que son:

UNIVERSAL STEREO	107.3 MHZ FM
AMOR 106	106.5
LASER FM	105.7*
GLOBO FM	104.5
RADIO UNO	104.1
STEREO 103	103.3

STEREO REY	102.5
STEREO 102	101.7
ROCK 101	100.9
STEREO 100	100.1
DIGITAL 99	99.3
RADIO ACTIVO	98.5
STEREO 97.7	97.7
W.FM	96.9
RADIO UNAM	96.1*
STEREO AMISTAD	95.3
OPUS 94	94.5*
STEREO JOYA	93.7
SUPER X-KE BUENA	92.9
SONIDO ZETA	92.1
ALFA 91.3	91.3
PULSAR FM	90.5
STEREO MIL	89.7
AZUL 89	88.9
88.1	88.1

El cuadrante radiofónico de amplitud modulada, por su parte, presenta cuatro estaciones del GRUPO IMER, una de la UNIVERSIDAD y otra de la Secretaría de Educación Pública, de un total de 32 emisoras, que son:

HEAVY RADIO	1590 KHZ AM
CONSENTIDA	1560

RADIO ONDA	1530
RADIO AI	1500
ROCK FORMULA	1470
RADIO EXITOS	1440
DIMENSION 1380	1380
XEQK LA HORA EXACTA	1350*
FORMATO 21	1320
RACK & RADIO	1290
RADIO ACIR	1260
LA B GRANDE	1220*
LA COMADRE	1180
RADIO VARIEDADES	1150
RADIO RED	1110
RADIO EDUCACION	1060*
RADIO CENTRO	1030
RADIO MIL	1000
LA D.F.	970
LA Q MEXICANA	930
X.E.W.	900
RADIO UNAM	860*
XELA	830
EL FONOGRAFO	790
XEABC	760
LA KE BUENA	730
RADIO 710	710*
RADIO SPORTIVA	690

RADIO 660	660*
RADIO 620	620
X-PRESS RADIO	590
RADIO CHAPULTEPEC	560

Como se puede apreciar, cuantitativamente es notable la desventaja que presenta la radio estatal en el cuadrante; lo que magnifica su esfuerzo por competir a buen nivel con los grandes consorcios de comunicación radiofónica.

ESTATAL:

El auge de la radio no comercial, se dio de 1970 a 1982 y sobresalieron las emisoras que crecieron al amparo de instituciones de educación superior del país; no obstante, el desarrollo ha sido insuficiente ante la abrumadora presencia de la radio comercial, suficiente de recursos técnicos y económicos.

Una excepción a lo anterior, es probablemente la que constituye Radio Educación, dependiente de la Secretaría de Educación Pública (SEP), la cual con sus emisiones ha tratado de demostrar que es posible combinar el entretenimiento con la información, el análisis y la promoción de la cultura, de una manera atractiva y popular.

Su esquema, no requiere de comercialismo; sus anuncios se basan en servicios a la comunidad como apoyo social, en difusiones de carácter cultural y en apoyo a emisoras estatales. Funciona como organismo desconcentrado dependiente de la SEP.

Otra radio no comercial que destaca, es la Indigenista, que se basa en la realidad que viven los pueblos indígenas y tiene entre sus objetivos: prestar un

servicio efectivo de comunicación a los habitantes de las comunidades y organizar su libre expresión, así como fomentar su patrimonio cultural. Las emisoras son operadas a través del gobierno federal en su conjunto, al amparo de la administración pública federal, o de algún gobierno estatal que integra la Federación.

Un ejemplo claro de este tipo de emisoras, de línea indígena, funcionó en la sierra tarahumara, en el poblado de Guachochi, donde lo importante era la comunicación entre los propios pobladores de la región, sin el manejo de ninguna clase de interés económico o comercial; sino como una forma directa de enlace - vía radio- entre los habitantes.

La práctica de este tipo de radiodifusión, sólo puede darse en condiciones especiales, en lugares donde el consumismo no sea la pauta de vida; donde la producción para el autoconsumo impere entre los moradores de la región. Es decir, solamente en algunas zonas netamente rurales de nuestro país.

Se considera también cultural, apartada de la comercialización, la radiodifusión universitaria, que busca promover el acontecer de las universidades, como una forma de extensión académica y difusión de la cultura nacional. Esta, se inició desde 1937 y adquirió auge en la década de los setenta; son autónomas en su operación, aunque desde el punto de vista jurídico son consideradas estatales por el origen de sus recursos.

Tanto Radio Educación como la radio universitaria y la indígena, tienen características en común que las diferencian de las comerciales, y son entre otras:

- Impera la producción de programas por encima de los roles musicales.
- Programática y organizacionalmente, hay una menor presión de tiempo, por no responder a intereses comerciales.

- Hay preferencia por difundir eventos culturales y artísticos y poco interés de participar en política.
- No hay compromisos con anunciantes, aunque sí con los financiadores, que, por lo general, son instancias gubernamentales.
- Se propicia y fomenta la participación directa del público en las diferentes emisiones; es decir, se busca ser un medio participativo.

La función de estas radiodifusoras combate en los hechos la concentración monopólica de la información y de la cultura, al tiempo que encauza la expresión de opiniones de quienes no tienen oportunidad de hacer oír su voz a través de otros canales.

Representan tales emisoras una alternativa legítima para determinados grupos, en el amplio espectro de la radiodifusión, que cumple con toda clase de opciones para un auditorio cada vez más plural.

Sin embargo la Ley en materia, con su proclive favoritismo para la radiodifusión comercial no permite el desarrollo y el servicio eficiente de la radio no comercial, al mismo tiempo que libera a las primeras de su obligación de servicios público, cultura y educación ya que estas funciones se las adjudica a las emisoras que deben depender de otras instancias para su funcionamiento y supervivencia.

Específicamente el sistema de concesiones y permisos provoca una división desproporcionada entre emisoras. Las emisoras concesionadas además de medrar con su actividad, nada las obliga, su responsabilidad social se limita a ser tema de discursos y la Ley Federal de Radio y Televisión solamente les sugiere que procuren contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, fortalecer las

convicciones democráticas, conservar la propiedad del idioma y evitar las influencias nocivas a la niñez, entre otras.

En cambio a las radioemisoras permisionadas, no se les permite sobrevivir y cumplir sus objetivos con sus propios recursos. Invariablemente deben estar sometidas a otra instancia que las financie, con lo cual tendrán siempre pocas posibilidades de independencia y desarrollo.

CAPITULO 2

INTERVENCION Y USO DE LA RADIO POR PARTE DEL ESTADO

2.1. LEGISLACION MEXICANA SOBRE RADIO Y TELEVISION

De la Ley Federal de Radio y Televisión, aprobada el 8 de enero de 1960 y publicada el 19 de enero del mismo año en el Diario Oficial, se desprenden las atribuciones que corresponden directamente al gobierno de México a través de diversas instancias, que son: Otorgar concesiones y permisos; determinar la naturaleza y el propósito de las estaciones; proteger y vigilar la actividad de la radio y la televisión; y promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), creada en 1977, tiene como tarea la formulación y puesta en práctica de las políticas nacionales de comunicación, en materia de radio. Es, en consecuencia, la encargada del aspecto normativo, de la aplicación de la Ley.

Con tal instrumento, el gobierno regula las actividades de los medios electrónicos de comunicación masiva, de tal manera que realicen un servicio eficiente de acuerdo con las leyes y constituyan un instrumento de apoyo a la educación popular, el desarrollo tecnológico, a la difusión de la cultura y al rescate y reafirmación de los valores nacionales.

El uso de los tiempos oficiales en radio y televisión, está regido por los acuerdos:

- Por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios privados de radio y televisión, el pago de impuestos que se indican en el Diario Oficial del 1 de julio de 1969.

- Por el se constituye la Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales, vigente desde el 21 de agosto de 1969.

En lo general, la radio se rige por las siguientes disposiciones jurídicas:

- Está reglamentada en lo concerniente a las Secretarías de Gobernación y de Salud, a través de sus disposiciones sobre la materia.
- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión, publicada en el Diario Oficial el 4 de abril de 1973.
- Reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y Medicamentos. Expedido el 19 de abril de 1974.

Otras leyes que afectan directamente a la radiodifusión comercial, son:

- Ley Federal de Protección al Consumidor, del 5 de febrero de 1976.
- Código Sanitario, vigente desde el 13 de marzo de 1973.
- Ley Federal de Derechos de Autor, reformada y publicada el 21 de diciembre de 1963.

La Ley Federal de Radio y Televisión, consta de 105 artículos originales, ha sido reformada en cuatro ocasiones: En 1969, 1974, 1980 y 1982; en las cuales se le han hecho 12 modificaciones no sustanciales, entre las que destaca la de 1982, referente a la atención a niños; además de 2 artículos adicionados y 7 transitorios comprendidos en 6 títulos:

1) PRINCIPIOS FUNDAMENTALES. Corresponde a la nación el dominio del espacio aéreo.

La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de las formas de convivencia humana, a través de sus transmisiones, las cuales deberán:

- a) Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares.
- b) Evitar influencias nocivas o perturbadoras del desarrollo armónico de la niñez y la juventud.
- c) Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.
- d) Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación con las demás naciones.

2) JURISDICCION Y COMPETENCIAS. Se señalan las atribuciones de las cuatro Secretarías de Estado que tienen injerencia en la radiodifusión:

SECRETARIA DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES.

- Otorgar y revocar concesiones y permisos.
- Autorizar y vigilar el funcionamiento y operación de las estaciones.
- Fijar el mínimo de las tarifas para las estaciones comerciales.
- Intervenir en transacciones que afecten al régimen de propiedad de las emisoras.

SECRETARIA DE GOBERNACION.

- Vigilar las transmisiones de radio y televisión, tanto para que se mantengan en los límites de respeto, como las que se dirigen a los niños para que les sean beneficiosas.
- Coordinar las transmisiones del gobierno federal y vigilar el uso del tiempo oficial.

SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA.

- Promover la enseñanza a través de la radio y la televisión, con la inclusión de programas culturales y cívicos; así como resguardar la propiedad del idioma.
- Elaborar y difundir programas pedagógicos dirigidos expresamente a la infancia.
- Proteger los Derechos de Autor.
- Anteriormente expedir Licencias de Locutor.

SECRETARIA DE SALUD.

- Autoriza propaganda comercial de medicamentos, comestibles, bebidas, insecticidas, aparatos terapéuticos, artículos de belleza e higiene.
- Promover orientación social en favor de la salud.

3) CONCESIONES, PERMISOS E INSTALACIONES.

a) CONCESIONES:

Estas las otorga el Presidente de la República a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, a personas físicas y morales de nacionalidad

mexicana que llenen los requisitos y las soliciten para establecer emisoras comerciales autorizadas para cobrar por su tiempo de transmisión. La revocación de las mismas sólo se da a lo técnico y no al contenido.

b) PERMISOS:

Se otorgan para operar emisoras oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas, que no podrán emitir propaganda comercial, ni cobrar por sus transmisiones.

En los hechos, no queda clara la diferencia entre concesión y permiso. Se establecen los requisitos para solicitar una concesión, pero lo relativo a permisos no se atiende. Únicamente, se podrían definir unas y otras en cuanto a su música, que en este caso es culta, o de calidad y sin presión de tiempo.

c) INSTALACIONES:

En el artículo 15 de la Ley respectiva se establece: "La instalación de una difusora de radio, que vaya a operar retransmitiendo o enlazada permanentemente a otra que no era recibida anteriormente en la localidad, en que pretende ubicarse, será considerada como una nueva y, en consecuencia, deberá llenar todos los requisitos respectivos".

En lo referente a instalaciones, se considera innecesario el trámite que se exige, ya que debería ser más importante que el concesionario presentara un estudio detallado sobre la conveniencia de transmitir o encadenarse con una

nueva estación. Esta circunstancia en la facilidad de la obtención de concesiones ha llevado a una pauperización de la creatividad y producción.

4) FUNCIONAMIENTO:

En este capítulo se legisla sobre horarios, suspensión de transmisiones, potencia, frecuencia, interferencias, tarifas, programación, prohibiciones en cuanto al lenguaje y tipos de programas, propaganda comercial, escuelas radiofónicas y locutores.

5) COORDINACION Y VIGILANCIA:

Se hace referencia de que se formaría un Consejo Nacional de Radio y Televisión, que estaría integrado por un representante de cada una de las Secretarías de Estado involucradas en estas actividades, dos representantes de la industria y dos trabajadores de la misma. Este Consejo tendría, entre otras, la función de "elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones" (artículo 90). No hay noticias sobre este Consejo, que muy probablemente fue sustituido por la Comisión de Radiodifusión, desaparecida para darle paso a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

6) INFRACCIONES Y SANCIONES:

Enlista los actos que se consideran infracciones a la Ley en general, y aunque da la impresión de atender al "interés público", sólo da importancia al aspecto técnico, pues quedan vagas las funciones de radio y televisión, sin

considerar al receptor, pues la Ley no sólo está redactada para beneficio de los concesionarios, sino por ellos mismos.

Cabe hacer algunas consideraciones de acuerdo a las disposiciones jurídicas antes mencionadas: el Estado además de considerar a las ondas en que se transmiten las emisiones como dominio de la Nación, le asigna a la radio y televisión funciones sociales de difícil definición y de compleja operatividad. Porque la diferencia es muy grande y hasta contrastante entre lo que se debe hacer y lo que se ejerce realmente en los medios.

Respecto a los puntos señalados anteriormente, y dejando a un lado los aspectos normativos y técnicos, cabe hacer algunas consideraciones para destacar lo contrastantes que resultan las funciones que realmente desarrolla la radio en México, no se puede negar que sus intereses de grupo están por encima de aquellas funciones que le han sido encomendadas por las leyes para beneficio de la población mexicana.

Entre sus funciones, la radio debe contribuir al desarrollo cultural de la sociedad mexicana, en cuanto a su idiosincrasia, sus valores, su idioma, su entorno social, y proyección internacional como país, esto mediante el cuidado y buena dirección de los contenidos de la programación que presenta. Al público auditor no le compete ni se le invita a participar en la planeación, realización y emisión de programas, alejándolo y convirtiéndolo únicamente en consumidor de la "intelectualidad" transmitida.

Se hace evidente que la naturaleza de las emisoras no contempla una clara visión cultural la cual pueda proyectar, salvo excepciones como pudiera ser Radio Educación en el D.F., y aquellas que van dirigidas a auditorio puramente regional o de etnias culturales específicas las cuales son retroalimentadas por las mismas comunidades a las que sirven; además de algunas otras que si bien están

catalogadas como "culturales", y/o educativas, se han dejado al arbitrio de las condiciones sociales y económicas que priven en el país.

En cuanto a la injerencia de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes, Gobernación, Educación Pública y de Salud, solo mencionaremos brevemente algunas de sus "no-operancias":

En la de Comunicaciones, en el aspecto de supervisión y concesión y permisos para estaciones de radio, la realidad demuestra que existe cierta "facilidad administrativa" para aquellos consorcios ya fincados de muchos años atrás, para la adquisición de estos permisos en menoscabo de otras solicitudes de pequeños pero pujantes empresarios.

Gobernación "debe vigilar que las transmisiones se mantengan dentro de la moral", esto se antoja indefinido y por consecuencia incontrolable, también se debe encargar de la utilización del tiempo reglamentario para uso de radio por el Estado mexicano, del cual anualmente se utiliza una mínima parte.

Educación Pública se ha visto fuera de contexto porque no hay continuidad de planes de trabajo, surgen desviaciones continuas por planes sexenales y cambios de titulares. En cuanto a la defensa del idioma como medida cultural, la realidad demuestra la proliferación de programas con características extranjeras, con la utilización de música y modismos que se confrontan con la idea de la utilización correcta del idioma nacional. No hay producción de programas culturales para transmisión, como la realidad mexicana lo demanda.

La Secretaría de Salud debe "promover y organizar la orientación social en favor de la salud del pueblo"; pero observamos que si lo anterior ha sido realizado, es sin duda en dimensiones tan raquíticas, que con mucha dificultad han logrado tener penetración e importancia entre el público receptor.

En consecuencia, los anteriores artículos y puntos mencionados sólo serán operativos cuando se reglamente para cada caso específicamente y con ello lograr la ejecución de cada una de sus atribuciones.

2.2. FUNCION POLITICA.

Por sus características de penetración e inmediatez, el gobierno vio en la radio el vehículo ideal para la transmisión de ideas sobre política social, cultural, económica y demás, en busca de la integración nacional y para contrarrestar de alguna manera la competencia puramente comercial.

Las principales funciones que el gobierno federal desarrolla a través de la radio, son:

- Transmisión de ideas y mensajes con marcada línea ideológica.
- Búsqueda de pluralidad, mediante espacios destinados a la difusión de las plataformas políticas de los distintos partidos.

Como antecedente de estas prácticas, se puede mencionar la amplia utilización de la radio durante la campaña política de Lázaro Cárdenas, desde su nominación como candidato hasta su toma de protesta como Presidente de la República.

Entre los mayores apoyos de la radiodifusión a la política del gobierno mexicano, estuvo la creación y divulgación de las justificaciones de la participación de nuestro país en la segunda guerra mundial. Existieron también "La Hora Nacional" (que se mantiene hasta hoy en día) con transmisión dominical a las 22:00 horas y "La Hora de la Defensa Nacional"; los sábados a las 20:00

En el año de 1960 se generaron una serie de declaraciones que desembocarían en un enfrentamiento posterior entre los industriales de la radio y el gobierno.

A finales de 1975, como ya lo hemos señalado, el conflicto logró consolidar a los empresarios, no únicamente por la organización y unidad de intereses que demostraron, sino por la desorganización y ausencia de un plan de comunicación en el gobierno. En 1976, se crea el Centro de Información e Investigación (CII), dentro de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, lo que se considera de gran relevancia por la expectativa que representó.

De acuerdo a lo expuesto, podemos concluir que la radiodifusión comercial ha creado una élite en los últimos 30 años y el gobierno ha permanecido al margen de poder competir plenamente ante tal embestida.

Indiscutiblemente, es económico el motor que mueve a la radio comercial, circunstancia que hace la diferencia de fondo con las pretensiones de la radio estatal, que debe procurar el interés de las mayorías por encima del particular.

2.3. FUNCION CULTURAL.

El alcance de la radio como medio de información, es de consideración en virtud del incremento diario en el número de aparatos receptores, los avances técnicos de los mismos, el crecimiento permanente del auditorio y el acortamiento incesante de las distancias, a través del propio medio.

Debido a lo anterior, la radio es desde su surgimiento, un medio sujeto a constantes discusiones teóricas, técnicas y hasta legales, que cuestionan su utilización, por un lado, para fines de lucro de unos cuantos y, por otro, para utilidad social.

Históricamente, la industria de la radio ha sido vista como una poderosa organización, capaz de eliminar fronteras para expandir sus ideas. En los años de su nacimiento, el periódico se convirtió en el libro del pueblo; la radio, en la extensión de los "recintos" culturales y, el cine, en el creador de juegos, de espejos con las fantasías colectivas.

La idea de utilizar a la radio como vehículo de transmisión de cultura, se refleja en la tercera década del siglo. Quien mayor impulso estatal dio a la misma fue el Presidente Lázaro Cárdenas, quien motivado por su interés de llevar cultura a las grandes masas, prefiguró la manera de hacerlo mediante la utilización de este medio, con mensajes de historia de México, civismo, acontecimientos nacionales y de índole internacional.

En el año de 1943, el Secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet, afirmó sobre la radio: "Se espera que se realicen radiodifusiones que

alternen conciertos y conferencias...resúmenes de historia, con recomendaciones agrícolas e industriales a los cultivadores y a los obreros...lecciones de civismo, de ética y de instrucción..."⁹

En consecuencia, se buscaba el fortalecimiento de la conciencia democrática y la posibilidad de afrontar de una manera aceptable, el período de posguerra, que se suponía iba a resultar muy difícil.

En 1946, el artículo 3o. constitucional, fue modificado como una necesidad de borrar la huella profunda que marcó al final de los años treinta, al insistir categóricamente en la educación socialista como la única que se podría impartir. Con su modificación, se buscó una educación más abierta y universal, a la vez que permitir a la iglesia y a los particulares la impartición de la enseñanza.

Mediante la ayuda de la radio, se logró una efectiva reducción del índice de analfabetismo en el país.

La aparición de uno de los primeros programas interesados en proyectar la cultura nacional, es "La Hora Nacional", constante presencia del Estado en la radio mexicana, al encadenar a todas las estaciones sin que para ello exista una disposición jurídica.

Sus objetivos son:

- Establecer un canal de comunicación social del gobierno federal.
- Reforzar los vínculos de unidad en el contexto de la identidad nacional.

⁹ Leyva Cruz, Juan, "Política y Comunicación Social. La Radio en México 1940-1946", p.33

alternen conciertos y conferencias...resúmenes de historia, con recomendaciones agrícolas e industriales a los cultivadores y a los obreros...lecciones de civismo, de ética y de instrucción..."⁹

En consecuencia, se buscaba el fortalecimiento de la conciencia democrática y la posibilidad de afrontar de una manera aceptable, el período de posguerra, que se suponía iba a resultar muy difícil.

En 1946, el artículo 3o. constitucional, fue modificado como una necesidad de borrar la huella profunda que marcó al final de los años treinta, al insistir categóricamente en la educación socialista como la única que se podría impartir. Con su modificación, se buscó una educación más abierta y universal, a la vez que permitir a la iglesia y a los particulares la impartición de la enseñanza.

Mediante la ayuda de la radio, se logró una efectiva reducción del índice de analfabetismo en el país.

La aparición de uno de los primeros programas interesados en proyectar la cultura nacional, es "La Hora Nacional", constante presencia del Estado en la radio mexicana, al encadenar a todas las estaciones sin que para ello exista una disposición jurídica.

Sus objetivos son:

- Establecer un canal de comunicación social del gobierno federal.
- Reforzar los vínculos de unidad en el contexto de la identidad nacional.

⁹ Leyva Cruz, Juan, "Política y Comunicación Social. La Radio en México 1940-1946", p.33

- Fortalecer el sentido cívico y de responsabilidad en los mexicanos.
- Proporcionar orientación, educación y entretenimiento a la población.

Para lograr los objetivos señalados, se han intentado diversos formatos: charlas informativas y propagandistas, amenizadas con la presentación de músicos y cantantes de moda -según la época-. Posteriormente, se destinó un programa a cada Secretaría de Estado e, incluso, a cada gobernador, entrevistándolo con la oportunidad de presentar logros y problemas de su Estado y sus valores artísticos.

En 1959, se incluyeron dramas y una estructura más de revista, además de secciones de contenido educativo, informativo, cultural y de análisis.

A partir de 1986, bajo la responsabilidad del IMER, que lo produce, se intentó una nueva fórmula para conquistar al auditorio casi perdido de los Estados, al incluir media hora regional. La primera parte del programa se transmite desde la ciudad de México para todo el país, y la segunda, desde cada una de las capitales estatales.

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, propone realizar cambios en torno a las características formales de la transmisión, en aras de captar una mayor audiencia, pero esto no se ha alcanzado aún del todo.

Actualmente, se sigue produciendo este programa en las instalaciones del IMER y está dividido en dos partes: para todo el país, pero en la ciudad de México los primeros treinta minutos, denominados "Mensaje Federal" y la siguiente media hora "Mensaje del Departamento del Distrito Federal".

Los programas de gobierno, posteriormente, se fijaron la meta de llegar más profundamente a la sociedad mexicana, como una nueva experiencia, se internan en la problemática indigenista. El proyecto radiofónico del Instituto Nacional Indigenista (INI), perfila una radio indigenista como un modelo distinto al comercial y, también, al que ha sido denominado cultural.

El INI, inicia su experiencia radiofónica en 1979 con la estación X.E.Z.B., "La Voz de la Montaña", su propósito fundamental, no fue la radio misma, sino "contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas", "el fortalecimiento de su cultura" y apoyar su "sentido de pertenencia étnica".

Su característica principal, es la emisión en las lenguas propias de las etnias que habitan las distintas zonas geográficas, además del español.

Se trata, precisamente, de fomentar la unidad entre los componentes del grupo de una misma comunidad lingüística, contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades y a la conservación de la cultura propia, ya que representa uno de los pocos espacios nacionales en los que los indígenas pueden expresar su pensamiento y su cultura.

Las características de la programación, promueven la importancia de la música, su creación y difusión.

Otro elemento importante de la programación es el servicio de "avisos", que la gente escucha para recibir noticias o mensajes radiados por la

emisora. Los programas se elaboran a partir de las necesidades, deseos y expectativas de las comunidades.

Finalmente, los géneros que se manejan en la radio para la labor educativa, son:

- Charla o lección.
- Diálogos.
- Entrevistas.
- Debates.
- Dramatizaciones.
- Programas de participación.
- Programas musicales.
- Géneros periodísticos, y
- Conferencias y cursos.

2.4. FUNCION INFORMATIVA.

La única función de la radio de la cual se ocupa la Ley Federal de Radio y Televisión, al convertirla en un deber, es la informativa, cuando en el artículo 77 dice: "Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales e internacionales".

La labor informativa tiene tres modalidades en radio: noticiario, barra informativa y programas de opinión.

Comúnmente, los noticiarios tienen una duración promedio de 5 minutos, suelen transmitirse cada hora a lo largo del día, a través de todas las estaciones. Por lo regular, cada modelo informativo tiene dos o tres resúmenes durante el día, con una duración mayor.

Otra modalidad de información periodística, son los programas a control remoto, que se han reducido a algunos actos oficiales, tales como los informes de gobierno, tanto presidenciales como estatales y municipales.

El desarrollo de la radiodifusión estatal ha sido lento, pues hasta los últimos años, con el apoyo federal, algunas entidades han logrado contar con emisoras propias.

Los noticiarios que se transmiten en las emisoras estatales, son de dos tipos: los que se producen en el Distrito Federal y se transmiten a las estaciones

de provincia, y por otra parte, los que se refieren concretamente a sucesos locales, mismos que poseen tres variables fundamentales:

- Previos o posteriores a las emisiones generadas en el D.F.
- Elaborados en la propia emisora con información nacional o internacional.
- Producción de programas de análisis y de información especializada.

2.5. FUNCION PROGRAMATICA.

Las emisoras estatales tienen dos modelos básicos de inserción en el aparato gubernamental: las adscritas a la administración central de los gobiernos estatales y las que se ubican en organismos centralizados.

El modelo de servicio que ha sido adoptado por muchas de las emisoras estatales de reciente creación, se caracteriza por el interés de elaborar una programación que corresponda a las necesidades y gustos de los sectores populares.

Elaboran programas donde la participación del público es esencial, buscan la incorporación de melodías de grupos originarios de la región en la que operan; dan importancia fundamental a la transmisión de noticias locales y hacen del balance programático un reparto porcentualmente similar entre programas y música. Una característica importante, es que casi todas las emisoras son permisionadas, sin autorización para comercializar sus transmisiones.

Algunos académicos de la comunicación, clasifican ocho categorías de programación:

- **Programas de Servicio y Desarrollo.**- Proporcionan información de utilidad práctica para la vida cotidiana; apoyan la identidad cultural al servir como medio de comunicación entre la población de la comunidad.

- **Noticiarios y programas informativos.-** Tienen dos variantes esenciales: Los que se producen en el Distrito Federal y los que se elaboran en la estación emisora.
- **Programas educativos y de divulgación científica.-** Generalmente, son coproducciones con instituciones de educación superior, con elaboración de temas de interés científico y tecnológico.
- **Infantiles.-** En la mayoría de los casos se cubren con música infantil y dramatizaciones que se producen en la misma emisora local.
- **Oficiales y gubernamentales.-** Una de sus funciones es la de vincular a los gobernados y los gobernantes. Utilizan diversos formatos radiofónicos con una característica en común: participan dependencias gubernamentales involucradas en la actividad que se aborda.
- **Literarios y dramatizados.-** La dramatización es una de las modalidades más socorridas por la radio estatal; se utiliza en programas con objetivos diversos.
- **Musicales.-** Buscan generalmente la realización de programas en vivo, con la invitación de músicos en el estudio.
- **Promoción cultural.-** Engloba programas que promueven la actividad cultural del Estado, a través de la difusión de eventos variados.

Uno de los mecanismos más utilizados por las emisoras estatales para su desarrollo, es el apoyo recibido por las instancias federales, principalmente por el IMER, y Radio Educación, que actúan como asesores de algunas emisoras estatales.

Después de un rezago histórico -como hemos visto- de más de 50 años en materia de radiodifusión estatal, en 1982 se logró iniciar un proceso en forma, que en poco tiempo sentó las bases para la consolidación de un sistema que aglutinara y diera congruencia y continuidad a las tareas en la materia.

La intención estatal de actuar como emisor en la industria de la radiodifusión, se manifestó en la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), organismo público descentralizado cuyo fin es: "operar de manera integrada las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica, pertenecientes al poder ejecutivo federal".

CAPITULO 3

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

3.1. ORIGEN.

Desde su origen en México, la radio mantuvo un desarrollo constante, que se vio ligeramente frenado en la década de los cincuentas, por las desigualdades en los aspectos de comercialización y programación, el predominio de la música extranjera y la súbita aparición de la televisión.

En los años recientes las actividades de radio y televisión del Estado han sufrido constantes cambios. Eran manejadas por la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación. Con el Lic. Luis Echeverría se crea la Subsecretaría de Radiodifusión y se le ubica en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con lo que se enfatiza su carácter técnico.

A partir de 1979, el Estado asumió una actitud más participativa en la práctica radiofónica y adquirió la titularidad de sociedades anónimas y las concesiones de radiodifusoras de carácter comercial. José López Portillo suprime la Subsecretaría y crea R.T.C., que se ubica en la Secretaría de Gobernación con las funciones normativas y operativas, en las que se enfatiza la utilización de la televisión y en el servicio de las zonas agrícolas, que como es supuesto, se puede dar mejor a través de otro medio: la radio.

La estructura de la radio mexicana sufrió una transformación en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, principalmente por la creación del Instituto

CAPITULO 3

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

3.1. ORIGEN.

Desde su origen en México, la radio mantuvo un desarrollo constante, que se vio ligeramente frenado en la década de los cincuentas, por las desigualdades en los aspectos de comercialización y programación, el predominio de la música extranjera y la súbita aparición de la televisión.

En los años recientes las actividades de radio y televisión del Estado han sufrido constantes cambios. Eran manejadas por la Dirección General de Información de la Secretaría de Gobernación. Con el Lic. Luis Echeverría se crea la Subsecretaría de Radiodifusión y se le ubica en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, con lo que se enfatiza su carácter técnico.

A partir de 1979, el Estado asumió una actitud más participativa en la práctica radiofónica y adquirió la titularidad de sociedades anónimas y las concesiones de radiodifusoras de carácter comercial. José López Portillo suprime la Subsecretaría y crea R.T.C., que se ubica en la Secretaría de Gobernación con las funciones normativas y operativas, en las que se enfatiza la utilización de la televisión y en el servicio de las zonas agrícolas, que como es supuesto, se puede dar mejor a través de otro medio: la radio.

La estructura de la radio mexicana sufrió una transformación en el sexenio de Miguel de la Madrid Hurtado, principalmente por la creación del Instituto

Mexicano de la Radio, que nace de una gestión del Ejecutivo, quien se expresó así:

"Al inicio de mi gestión, acordé la creación del Instituto Mexicano de la Radio, concebido como sistema de servicio, responsable de la operación integrada y ordenada de las estaciones de radio a cargo del Gobierno Federal".

Además de perseguir el objetivo de evitar "que no se dupliquen las funciones y esfuerzos, y que no se yuxtapongan, para que sea más congruente el trabajo del Instituto".¹⁰

El 23 de marzo de 1983, se genera el Decreto Presidencial que le da vida; considerado como un organismo público descentralizado, con personalidad jurídica y patrimonios propios, denominado Instituto Mexicano de la Radio (IMER). Se designó a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía, como encargada de los aspectos normativos, es decir, el control y la vigilancia en el cumplimiento de las normas jurídicas que lo regulan.

El documento, diferencia claramente el aspecto operativo de las entidades de radio del gobierno federal, a cargo de un organismo que serviría para dar congruencia a las políticas que habían surgido dispersas y accidentadas sobre la materia.

Este Decreto establece en su artículo 2o. las siguientes funciones:

¹⁰ Folleto IMER, "Memorias 1983-88" p. 19.

- I. Formular los planes y programas de trabajo que se requieran para el cumplimiento de su objeto;
- 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 este Decreto y otras disposiciones le confieran para el cumplimiento de sus fines.

Sin embargo estos objetivos no hacen mención de cómo ni por qué se contribuirá al logro de la "integración nacional", ni tampoco a su actuación como

órgano de consulta de los diferentes sectores sociales. Así como tampoco se hace mención a formas específicas de operación radiofónica para lograrlos.

Una de las principales acciones dentro de la operatividad del IMER, fue definir su Política de Comunicación Social:

- 1.- Que la radio contribuya al fortalecimiento de la soberanía y de la conciencia de la identidad nacional, mediante la afirmación de nuestros valores esenciales.
- 2.- Que la radio impulse las manifestaciones culturales, mismas que expresan los valores que dan forma a nuestra identidad nacional y a nuestra vocación universal.
- 3.- Que la radio proporcione información veraz, oportuna y coherente del acontecer contemporáneo.
- 4.- Que la radio procure que la recreación ofrecida sea de alta calidad y socialmente útil.
- 5.- Que la radio se use con el propósito de ampliar y diversificar la participación ciudadana, así como orientar al consumidor para proteger su poder adquisitivo.

Los cinco principios y acciones descritos, intentan corresponder a la política gubernamental de respeto a la identidad nacional, a la objetividad en materia informativa, al cumplimiento de la Ley Federal de Radio y Televisión y a la defensa del interés común por encima del particular. Desde este punto de vista se cumpliría con los objetivos principales de la auténtica utilización de la radio, encaminada a satisfacer las necesidades del bien público y dentro del marco de la radio existente, constituye una opción de una **radio modelo**.

Hasta aquí hemos presentado los antecedentes que dieron origen a el nacimiento del IMER. Después de conocer sus objetivos, a continuación daremos paso a la descripción de su Estructura Interna, de esta manera tendremos un enfoque esquemático, que nos permitirá conocer su organización en la cual se basa para llevar a cabo sus objetivos.

3.2. ESTRUCTURA.

Como mencionamos anteriormente, es necesario presentar la esquematización de la estructura del Instituto Mexicano de la Radio, de acuerdo a su estatuto orgánico interno. Esto con la finalidad de mostrar la organización y el funcionamiento de un medio de comunicación estatal.

La facultad para la creación de una estructura administrativa de alto nivel, se la proporciona asimismo el Instituto en el artículo 4o. de su "Estatuto Orgánico del Instituto Mexicano de la Radio", que dice textualmente:

"Para el desempeño de las funciones que le competen, el Instituto Mexicano de la Radio tendrá la siguiente estructura":

I.- ORGANOS:

- A. JUNTA DIRECTIVA;
- B. DIRECTOR GENERAL; Y
- C. ORGANO DE VIGILANCIA.

II.- ESTRUCTURAS ADMINISTRATIVAS:

- A. DIRECTORES DE AREA:
 - 1.- PRODUCCION;
 - 2.- INGENIERIA;
 - 3.- COMERCIALIZACION;

- 4.- ADMINISTRACION Y FINANZAS;
- 5.- INVESTIGACION DE LA COMUNICACION RADIOFONICA;
- 6.- RADIODIFUSORAS; Y
- 7.- SISTEMA NACIONAL DE NOTICIARIOS.

B. UNIDADES:

- 1.- JURIDICA;
- 2.- DE LA CONTRALORIA INTERNA; Y
- 3.- SECRETARIA PARTICULAR

C. COORDINACIONES:

- 1.- DE ASESORES

III. PARA EL CUMPLIMIENTO DE SUS FUNCIONES, EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO OPERARA LAS SIGUIENTES EMISORAS:

- 1.- RADIODIFUSORA XEB-AM "LA B GRANDE DE MEXICO"
- 2.- RADIODIFUSORA XEQK-AM "LA HORA EXACTA"
- 3.- RADIODIFUSORA XEDTL-AM "RADIO 660"
- 4.- RADIODIFUSORA XEMP-AM "RADIO 710"
- 5.- RADIODIFUSORA XHOF-FM "LASER FM"

- 6.- RADIODIFUSORA XHIMER-FM "OPUS 94"
- 7.- RADIODIFUSORA XERMX-OC "RADIO MEXICO"
- 8.- RADIODIFUSORA XELAC-AM "RADIO AZUL"
- 9.- RADIODIFUSORA XEBCO-AM "RADIO OCCIDENTE"
- 10.- RADIODIFUSORA XERF-AM "RADIO FRONTERA"
- 11.- RADIODIFUSORA XEMIT-AM "LA VOZ DE BALUN CANAN"
- 12.- RADIODIFUSORA XECAH-AM "LA VOZ DE SOCONUSCO"
- 13.- RADIODIFUSORA XECHZ-AM "RADIO LAGARTO"
- 14.- RADIODIFUSORA XHUAN-FM "ESTEREO FRONTERA"
- 15.- RADIODIFUSORA XHUAR-FM "ESTEREO NORTE"
- 16.- RADIODIFUSORA XHSCO-FM "ESTEREO ITSMO"
- 17.- RADIODIFUSORA XEFQ-AM "RADIO CANANEA"
- 18.- RADIODIFUSORA XETEB-AM "RADIO MAR"
- 19.- RADIODIFUSORA XHYUC-FM "RADIO SOLIDARIDAD"

IV. EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO LLEVARA A CABO LA OPERACION DE LAS EMISORAS CONCESIONARIAS POR MEDIO DE LA ENTIDAD DENOMINADA VOZ E IMAGEN DE MEXICO, S.A. DE C.V.

**V. EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO REALIZARA
DIRECTAMENTE LA OPERACION DE LAS EMISORAS
PERMISIONARIAS.**

Cabe hacer algunas consideraciones de acuerdo a los puntos antes presentados y a grandes rasgos comentaremos cómo se conforma la primera parte de esta estructura.

La Junta Directiva es órgano máximo de gobierno en este renglón, se encarga de la programación estratégica del Instituto, supervisión y control de todas sus actividades. Está integrada por: el Secretario de Gobernación como Presidente; y los Secretarios de: Hacienda y Crédito Público; de Comercio y Fomento Industrial; de Comunicaciones y Transportes; de Educación Pública; de Salud; el Presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; el Director General de Comunicación Social de la Presidencia de la República, y el Director General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

Además de un Secretario Técnico de la Junta Directiva, que será el Director General de Programación, Organización y Presupuesto de la Secretaría de Gobernación; y por último un Pro-Secretario, quien podrá ser o no miembro de la Junta Directiva o del Instituto.

Como podemos ver, están representadas a este nivel todas aquellas Secretarías de Estado que de alguna u otra forma controlan las actividades que tienen que ver directamente con el desarrollo diario de la radio estatal; mediante esta conformación, el gobierno busca la representatividad y control de las actividades diarias del Instituto, por ser estas de repercusión nacional. En cuanto a sus funciones de todos y cada uno de sus miembros, el mismo estatuto los

define en capítulos posteriores, pero como no es la intención de este trabajo el explicarlos, solo lo mencionamos como referencia.

Otro cargo de gran importancia es el de Director General del Instituto, mismo que sólo será designado y removido libremente por el Presidente de la República; entre algunas de sus funciones importantes mencionaremos las siguientes: administra y representa legalmente al Instituto ante toda clase de autoridades, organismos públicos y privados y personas físicas y morales; formula programas institucionales; coordina, autoriza y vigila programas de trabajo; entre otras.

El Organismo de Vigilancia está integrado por un comisario público propietario y un suplente, designados por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación; su tarea fundamental será examinar libremente las operaciones administrativas y financieras del Instituto, correspondiéndole informar periódicamente a la Junta Directiva sobre el resultado de su gestión.

En cuanto a las Estructuras Administrativas, son áreas especializadas en actividades que coadyuvan en el funcionamiento del Instituto; así como el soporte de todas las actividades que se realizan en el mismo.

Las Unidades son básicamente departamentos de apoyo y asesoría para la Dirección General.

Por último diremos que para operar sus radiodifusoras concesionarias, el Instituto se vale de "Voz e Imagen de México, S.A. de C.V.", la cual es una empresa de participación estatal mayoritaria, subsectorizada al mismo.

3.3. FINANCIAMIENTO.

Dentro de sus facultades, el Instituto Mexicano de la Radio realiza actividades para su operatividad y maneja tres fases esenciales, sin que esta clasificación de tareas signifique una separación entre las mismas, sino que tienden a su integración.

En el artículo 4o. del decreto de creación del IMER, se establece en cuatro puntos básicos su patrimonio integrado por:

- I.- Los bienes muebles e inmuebles que el gobierno federal asigne;
- II.- El presupuesto que anualmente le asigne la Federación;
- III.- Los ingresos que perciba por concepto de los servicios que preste; y
- IV.- Los demás bienes que por cualquier título legal obtenga.

El trabajo del IMER consiste principalmente en la operación directa de 19 emisoras y la producción de materiales, tanto para proveer a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), en el aprovechamiento del tiempo oficial, como para las radiodifusoras con las cuales se tiene un convenio de colaboración, en el que no se incluye inversión y administración en común.

Específicamente, en el caso anterior, sólo se trata de retransmitir el noticiario ANTENA RADIO, o el intercambio de programas, a través de convenios establecidos con algunos gobiernos estatales, en una especie de coinversión, con la diferencia de que éstos instrumentan radiodifusoras o rehabilitan alguna ya

existente. Esta forma de operación, hace recaer en personal del Instituto, las tareas administrativas de programación y producción.

Sus ingresos provienen de dos fuentes básicas:

- 1.- El subsidio por gastos de operación, monto asignado, otorgado y contemplado dentro del presupuesto de egresos de la Federación.
- 2.- La comercialización, como captación de recursos propios necesarios par la operación del mismo, dividida en:
 - A) - Spoteo, transmisión de anuncios comerciales, por segundos.
 - Patrocinio en programas producidos por el IMER.
 - Venta de tiempos, por horas o minutos.
 - Cápsulas.
 - B) Servicios de producción e ingeniería, en controles remotos, grabaciones, transmisiones en vivo o en cabina; según sea la necesidad del caso, juntos o por separado.
 - C) Etiquetados, se celebra un contrato con IMER por venta de servicios al sector público, entidades y dependencias, para la compra de tiempos y espacios para transmitir mensajes institucionales, por medio de la Secretaría de Gobernación, que instruye los montos presupuestales asignados para destinarse en los medios oficiales de comunicación.

Para tal efecto, cada entidad o dependencia, debe depositar ante la Tesorería de la Federación los recursos etiquetados asignados al IMER.

- D) Convenios de intercambio respecto a bienes y /o servicios con empresas de las que se obtienen beneficios para el Instituto y sus trabajadores.

Conforme a lo anterior, cabe aclarar que existen "tiempos muertos o no utilizados", dentro de la comercialización, los cuales son disponibles para dichos intercambios.

Dentro de las políticas de comercialización, se prevé la aplicación de descuentos "para apoyar la difusión de actividades culturales y educativas que realizan las instituciones de enseñanza superior. El Instituto Mexicano de la Radio otorgará el 50% de descuento en las áreas de producción por transmisión, según lo soliciten las mismas, previa autorización del Director General".

3.4. INTEGRACION DE SUS ESTACIONES.

La mayor parte de las radiodifusoras que opera el IMER, han sido rehabilitadas; se trata de estaciones que ya funcionaban, en algunos casos en manos de **RTC**; otras, bajo el auspicio de algún gobierno estatal, o bien en manos de sus propietarios, de quienes fueron adquiridas. Cuando las emisoras eran comerciales o propiedad de alguna instancia, el Instituto adquiere los activos fijos y se entregan las concesiones.

En los casos descritos, se hace un diagnóstico del estado en que se encuentra el equipo técnico y se actualiza, asimismo, el personal se incorpora al estatuto legal del Instituto y se capacita, mientras que la programación se modifica en función de las políticas programáticas comunes y las características y objetivos locales y regionales. En la operación cada una de las emisoras del IMER guarda independencia administrativa, aunque las políticas de programación y comercialización son dictadas por el propio Instituto.

Al principio, el IMER se conformó con emisoras que se integraron por concesionarios con dificultades económicas. Ello permitió la operación por parte del Instituto, de la Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A., Vocero de México, S.A. y Radio Visión Mexicana, S.A., concesionarias respectivamente de las estaciones XEB, XERPM, hoy XEDTL y XEMP, integrantes del grupo RTC Radio, S.A., Radio México (XERMX); Productora Nacional de Radio: XHOF-FM (Radio Departamento) y Promotora Radiofónica del Balsas, (Operadora XELAC en Lázaro Cárdenas).

Más tarde, ya consolidado el Instituto, en 1984 incorporó a su operación las emisoras XEQK, la Hora Exacta y XHIMER Opus 94.

En 1986, el IMER sumó a las radiodifusoras XHUAN-FM, Estéreo Frontera, en Tijuana; XHUAR-FM Estéreo Norte, en Ciudad Juárez; XERF, Radio Frontera, en Ciudad Acuña y XEBCO, Radio Occidente, en Colima.

En 1987, se incorporaron XECAH, La Voz del Soconusco, en Cacahuatán y XHSCO-FM, Estéreo Istmo, en Salina Cruz.

En 1988, el Instituto incorporó XEFQ, Radio Cananea y en 1990, se suman XEMIT, La Voz de Balún Canán, en Comitán; XETEB, Radio Mar, en Campeche y XHYUC, Radio Solidaridad, en Mérida.

En 1991 se crea la emisora XECHZ, La Voz del Cañón, en Chiapa de Corzo.

Actualmente, el IMER opera 19 radiodifusoras, 7 ubicadas en el Distrito Federal y 12 en 10 estados de la República, comprendidas en norte, centro y sur del territorio nacional.

Estas radiodifusoras constituyen el principal eje de estudio, que se verá con mayor amplitud dentro de sus perfiles programáticos y de acuerdo a sus objetivos, entre los que destacan:

NORMATIVOS:

Inciso III del Artículo II del Decreto de Creación del IMER, el cual establece:
"Estimular por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y la descentralización cultural";

OPERATIVOS:

"Que la radio procure que la recreación ofrecida sea de alta calidad y socialmente útil".

"Que la radio se use con el propósito de ampliar y diversificar la participación ciudadana, así como orientar al consumidor para proteger su capacidad adquisitiva".

3.5. PERFIL PROGRAMATICO.

La creación del IMER, marcó el inicio de un programa de descentralización y racionalización de los recursos técnicos y humanos de cada una de las radiodifusoras que son operadas por el Estado mexicano.

Además de la descentralización operativa, el IMER pretende que cada una de sus emisoras se abra a nuevas expectativas regionales y a las de cada uno de los sectores que integran la sociedad mexicana; de acuerdo a sus necesidades y demandas, traducidas en opciones para los diversos grupos, de producir y difundir sus propios mensajes.

La intención del IMER, es que sus emisoras cumplan una doble función: la primera, servir como voceros del Gobierno, al dar a conocer los programas, políticas y los puntos de vista de las diferentes entidades públicas y de los funcionarios, así como de las instituciones que lo componen.

La segunda función, como órgano del Estado mexicano, es la expresión de los grupos representativos que integran la sociedad, principalmente, de aquellos que no tienen un acceso fácil al medio.

Para lograr tales funciones, el Instituto se apoya en el perfil programático de sus emisoras, mismo que se refleja en sus contenidos, los cuales deberían de ser congruentes con las pretensiones mencionadas anteriormente.

A continuación se detalla el contenido de sus 19 emisoras, según datos proporcionados por la Dirección de Investigación del IMER; en la ciudad de México se localizan 7 y son las siguientes:

ESTACION XEB-AM
NOMBRE COMERCIAL La B Grande de México
FRECUENCIA 1220 Khz
POTENCIA 100,000 W
SITUACION LEGAL Concesionaria
PERFIL COMERCIAL Considerada la estación familiar de mayor tradición por sus setenta años de existencia, con boleros y música romántica de ayer y hoy.
PERFIL Sus programas se distribuyen de la siguiente manera:

- Servicios a la comunidad 19
- Infantiles 2
- Culturales 7
- Noticiosos 10
- Musicales 37
- Entretenimiento 8
- Deportivos 5
- Oficiales 4

ESTACION XEDTL - AM
NOMBRE COMERCIAL La Tropical y Deportiva
FRECUENCIA 660 Khz
POTENCIA 50,000 W
SITUACION LEGAL Concesionaria

PERFIL COMERCIAL

La música, el entretenimiento y el deporte, se escuchan a ritmo diferente, porque es la única deportiva, divertida y tropical.

PERFIL

- Infantiles	5
- Deportivos	35
- Servicios a la comunidad	1
- Musicales	45
- Oficiales	2
- Noticiosos	11
- Culturales	5
- Entretenimiento	6

ESTACION

XEMP-AM

NOMBRE COMERCIAL

La mexicana del cuadrante

FRECUENCIA

710 Khz

POTENCIA

1000 W

SITUACION LEGAL

Concesionaria

PERFIL COMERCIAL

Escenario de los más destacados exponentes de la música vernácula.

PERFIL

- Infantiles	2
- Entretenimiento	8
- Servicios a la comunidad	2
- Musicales	44
- Oficiales	2
- Noticiosos	14
- Culturales	1

ESTACION XEQK - AM
NOMBRE COMERCIAL La Hora Exacta
FRECUENCIA 1350 Khz
POTENCIA 1000 W
SITUACION LEGAL Concesionaria
PERFIL COMERCIAL Minuto a minuto la hora exacta las 24 horas del día.

PERFIL

- Servicios social 7
- Servicio a la comunidad 10

ESTACION XHIMER-FM
NOMBRE COMERCIAL Opus 94 Lleva la Batuta
FRECUENCIA 94.5 Mhz
POTENCIA 50,000 W
SITUACION LEGAL Permisinaria
PERFIL COMERCIAL La radio de la música clásica, es la única que transmite obras completas.

PERFIL

- Oficiales 3
- Musicales 10
- Culturales 23

ESTACION XHOF-FM
NOMBRE COMERCIAL Láser
FRECUENCIA 105.7 Mhz
POTENCIA 30,000 W

SITUACION LEGAL **Permisoria**

PERFIL COMERCIAL **Exitos actuales y melodías consagradas juveniles.**

PERFIL

- Apoyo social 7
- Servicios a la comunidad 10
- Entretenimiento 6
- Musicales 50
- Culturales 2
- Oficiales 1

ESTACION **XERMX-OC**

NOMBRE COMERCIAL **Radio México Internacional**

FRECUENCIA **50 m, 31 m, 25 m**

POTENCIA **5,985; 9,705; 11,770**

SITUACION LEGAL **Permisoria**

PERFIL COMERCIAL **Promueve la imagen del país en el extranjero; el mismo contenido programático para diferentes zonas geográficas. Lleva al mundo las más variadas expresiones artísticas, culturales, políticas y sociales de nuestro país. Su cobertura llega a Europa, Asia, Sudamérica, Centroamérica, Estados Unidos, Canadá y Oriente.**

PERFIL

Totalmente cultural con programas:

- Producidos por IMER 3
- Coproducciones 7

En Foráneas se localizan 12 y son las siguientes:

Zona Norte

ESTACION	XEFQ-AM
NOMBRE COMERCIAL	Radio Cananea
FRECUENCIA	980 Khz
POTENCIA	700 W
SITUACION LEGAL	Permisoria
PERFIL COMERCIAL	Musical, norteña y ranchera
PERFIL	- Musicales 12
	- Culturales 4
	- Noticiosos 8
	- Oficiales 3

ESTACION	XHUAN-FM
NOMBRE COMERCIAL	Estéreo Frontera
FRECUENCIA	102.5 Mhz.
POTENCIA	50,000 W
SITUACION LEGAL	Permisoria
PERFIL COMERCIAL	Musical, balada, tropical y romántica
PERFIL	- Musicales 32
	- Noticiosos 5
	- Culturales 1
	- Oficiales 2
	- Infantiles 2
	- Deportivos 1
	- Servicios a la comunidad 1

ESTACION	XHUAR-FM	
NOMBRE COMERCIAL	Estéreo Norte	
FRECUENCIA	106.7 Mhz.	
POTENCIA	18,000 W	
SITUACION LEGAL	Permisiónaria	
PERFIL COMERCIAL	Musical juvenil	
PERFIL	- Musicales	10
	- Noticiosos	4
	- Culturales	3
	- Entretenimiento	1
	- Oficiales	1

ESTACION	XERF-AM	
NOMBRE COMERCIAL	Radio Frontera	
FRECUENCIA	1570 khz	
POTENCIA	12,000 W	
SITUACION LEGAL	Concesionaria	
PERFIL COMERCIAL	Musical, grupera, norteña e instrumental	
PERFIL	- Musicales	12
	- Culturales	8
	- Oficiales	2
	- Noticiosos	5
	- Deportivos	2
	- Servicios a la comunidad	1

Zona Centro

ESTACION	XEBCO-AM
NOMBRE COMERCIAL	Radio Occidente
FRECUENCIA	1210 khz
POTENCIA	42,000 W
SITUACION LEGAL	Permisinaria
PERFIL COMERCIAL	Musical, grupera, bandas y balada
PERFIL	- Musicales 53
	- Culturales 18
	- Noticiosos 9
	- Infantiles 1
	- Servicios a la comunidad 17
	- Entretenimiento 1
	- Oficiales 2
	- Deportivos 1

ESTACION	XELAC-AM
NOMBRE COMERCIAL	Radio Azul
FRECUENCIA	1560 khz
POTENCIA	5,000 W
SITUACION LEGAL	Concesionaria
PERFIL COMERCIAL	Musical, ranchera, tropical, balada y rock
PERFIL	- Musicales 19
	- Culturales 7
	- Noticiosos 8
	- Oficiales 2

- Deportivos 5
- Entretenimiento 6
- Infantiles 1
- Servicios a la comunidad 3

Zona Sur

ESTACION XHSCO-FM
NOMBRE COMERCIAL Estéreo Itsmo
FRECUENCIA 96.3 khz
POTENCIA 1,500 W
SITUACION LEGAL Permisinaria
PERFIL COMERCIAL Musical, tropical, balada y rock
PERFIL

- Musicales 23
- Servicios a la comunidad 2
- Culturales 3
- Entretenimiento 7
- Deportivos 3
- Oficiales 3
- Noticiosos 8

ESTACION XETEB-AM
NOMBRE COMERCIAL Radio Mar
FRECUENCIA 920 khz
POTENCIA 1,000 W
SITUACION LEGAL Permisinaria
PERFIL COMERCIAL Musical, tropical y romántica
PERFIL

- Musicales 19

- Culturales	9
- Entretenimiento	1
- Infantiles	1
- Oficiales	7
- Servicios a la comunidad	4
- Noticiosos	8

ESTACION	XECAH-AM														
NOMBRE COMERCIAL	La Voz del Soconusco														
FRECUENCIA	1350 khz														
POTENCIA	2,000 W														
SITUACION LEGAL	Permisinaria														
PERFIL COMERCIAL	Musical, grupera, tropical y balada														
PERFIL	<table> <tr> <td>- Musicales</td> <td>12</td> </tr> <tr> <td>- Culturales</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>- Noticiosos</td> <td>8</td> </tr> <tr> <td>- Infantiles</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>- Servicios a la Comunidad</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>- Entretenimiento</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>- Oficiales</td> <td>1</td> </tr> </table>	- Musicales	12	- Culturales	8	- Noticiosos	8	- Infantiles	1	- Servicios a la Comunidad	2	- Entretenimiento	1	- Oficiales	1
- Musicales	12														
- Culturales	8														
- Noticiosos	8														
- Infantiles	1														
- Servicios a la Comunidad	2														
- Entretenimiento	1														
- Oficiales	1														

ESTACION	XECHZ-AM
NOMBRE COMERCIAL	Radio Lagarto
FRECUENCIA	1560 khz
POTENCIA	3,000 W
SITUACION LEGAL	Permisinaria
PERFIL COMERCIAL	Musical, regional, balada, rock y new age

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

PERFIL	- Musicales	13
	- Culturales	7
	- Noticiosos	7
	- Entretenimiento	4
	- Oficiales	1

ESTACION	XEMIT-AM
NOMBRE COMERCIAL	La Voz la Balún Canán
FRECUENCIA	540 khz
POTENCIA	500 W
SITUACION LEGAL	Permisiónaria
PERFIL COMERCIAL	Musical, romántica, regional y balada
PERFIL	- Musicales 10
	- Culturales 10
	- Noticiosos 3
	- Servicios a la comunidad 3
	- Deportivos 1
	- Entretenimiento 1
	- Oficiales 1

ESTACION	XHYUC-FM
NOMBRE COMERCIAL	Radio Solidaridad
FRECUENCIA	92.9 Mhz
POTENCIA	95,000 W
SITUACION LEGAL	Permisiónaria
PERFIL COMERCIAL	Musical, tropical, romántica, rock y jazz

PERFIL	- Musicales	27
	- Servicios a la comunidad	4
	- Culturales	8
	- Entretenimiento	5
	- Noticiosos	7
	- Infantiles	1
	- Oficiales	1

CLASIFICACION DE PERFILES

Los conceptos mencionados a continuación fueron tomados del archivo de la Dirección de Investigación del IMER.

NOTICIOSOS: Son todas aquellas emisiones de índole informativa, producidas por el Sistema Nacional de Noticiarios y en ocasiones por la estación misma.

CULTURALES: Pueden consistir en el tratamiento de un tema específico, conducido por un locutor, que puede abordarse en diferentes formas: mesa redonda, entrevista, charla, reportaje, entre otras. O bien en la presentación de grandes obras, compositores e intérpretes de la música en sus diversos géneros, fomentando su apreciación entre los radioescuchas.

- DEPORTIVOS:** Espacios dedicados a transmitir y/o retransmitir eventos deportivos, así como resúmenes informativos referentes a la materia.
- INFANTILES:** Espacios de entretenimiento y musicales para niños.
- ENTRETENIMIENTO:** Consejos domésticos de belleza, unión con la pareja, medicina, noticias sobre espectáculos y vida nocturna.
- MUSICALES:** Se refieren a las transmisiones musicales con nombre específico, con complacencias, conducidas por un locutor.
- SERVICIOS A LA COMUNIDAD:** De orientación y atención al público.
- OFICIALES:** Todas aquellas emisiones realizadas por la Dirección de Producción del IMER o RTC, con el fin de cubrir el 12.5% de la programación correspondiente al Gobierno mexicano, según lo señala la Ley de Radio y Televisión.

El fin de presentar los diferentes perfiles es encontrar el grado de concordancia entre: el perfil radiofónico de cada estación, su balance de programación y los objetivos generales del IMER.

De acuerdo con los resultados obtenidos por la Dirección de Investigación del Instituto, se hace evidente cierta desvinculación entre los objetivos de creación de las emisoras estudiadas con su correspondiente actividad práctica, y entre esta última y los objetivos generales del IMER; con ello mantiene una programación por completo ajena al proyecto de comunicación estatal. Salvo excepción de Radio México Internacional, la estación que más se aproxima a los objetivos del IMER, con un balance de programación aceptable.

Antes de continuar, es necesario resaltar que todas y cada una de estas emisoras forman parte de una institución mayor, por lo que sería perjudicial que se manejaran anárquicamente, guiándose por la intuición o persiguiendo objetivos personales. La única opción viable en este caso consiste en unificar criterios y plantear objetivos comunes que satisfagan los requerimientos de comunicación social estatales y las necesidades propias del público radioescucha, tal como se plantea en los objetivos generales del IMER.

Se hace necesario que reduzcan su exagerada continuidad musical y amplíe sus horizontes a aumentar la cantidad de sus programas de contenido con temas que sean de interés para el sector al que va dirigido; para recuperar el referente social para crear consenso, y para ello se requiere, más que la exagerada continuidad musical, la transmisión de programas de diálogo y debates públicos bien encaminados.

En resumen, se hace necesario que desaparezca la desvinculación entre la práctica de las emisoras y los objetivos generales del IMER, de manera que

ambas instancias interactúen como lo que realmente son: partes integrales de una sola institución, y que así las identifique el radioescucha, pues cabe mencionar aquí, que la desvinculación se hace patente desde el momento en que las emisoras rara vez hacen corte de identificación, de manera que el escucha no sabe cuál estación está sintonizando ni al grupo al que pertenece. Sólo salvando estos obstáculos, de forma y fondo, será posible cumplir los grandes objetivos del Instituto.

3.6. SITUACION ACTUAL Y PERSPECTIVAS.

Al surgir, el Instituto Mexicano de la Radio integró organismos y las pocas emisoras que, aisladamente, se encontraban bajo diversas dependencias del gobierno federal, mismas que por un inadecuado mantenimiento estaban en condiciones deplorables, no posicionadas, ni rentables, con serios problemas técnicos e inversión carente; circunstancias que no han podido superarse y que son la raíz de origen de la problemática que padece el IMER.

La deficiencia técnica se ve reflejada en varios aspectos, como son: el área administrativa la cual mantiene elevados costos, sin materia prima para producir programas de alta calidad; limitación física de las estaciones en su cobertura y calidad de señales, lo que da como consecuencia que el "escucha" sintonice otras frecuencias. Asimismo, se mantiene una excesiva planta laboral, poco capacitada, y subpagada, con impactos negativos en la productividad de la entidad. Por ello, el organismo presenta insuficiencias en los flujos de información financiera y contable.

Otro problema, son los limitados ingresos por concepto de venta de servicios al sector público (recursos etiquetados), en virtud de que las entidades y dependencias, prefieren canalizar fuertes sumas a la radio privada, en lugar de hacer uso de los servicios del IMER. Resulta paradójico que éstas lo hagan de esa manera, porque cuentan dentro del aparato estatal con un medio para hacer llegar sus mensajes a la población y sin embargo buscan en otras emisoras este servicio. Esto corresponde al gran desarrollo logrado por los medios de comunicación privados, que se han enfocado a mantener presencia, canales

abiertos y atractivos para hacer llegar sus mensajes al público, por ello cuentan con una infraestructura sólida y experimentada.

Es por esto que la falta de renovación y mantenimiento técnico lo podemos atribuir al desventajoso número de estaciones concesionarias, que no aportan lo suficiente para obtener recursos para dicho mantenimiento. Por otra parte los ingresos propios del Instituto, producto de su actividad comercial, representan un escaso monto en los ingresos totales, por la falta de una oferta programática atractiva para el mercado.

La aplicación de estudios de publicidad y mercadotecnia, arrojados por la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF), ha permitido conocer las características diferenciales del producto radiofónico del IMER, su ubicación y posibilidades de crecimiento ante la competencia, así como la estrategia para su posicionamiento en el gusto del público.

Como resultado de lo anterior, en 1992 se inició un proceso de cambio de la imagen corporativa del Instituto, para diseñar y difundir nuevas campañas publicitarias para el IMER, sus emisoras y sus principales programas.

Para contrarrestar la situación que vive actualmente el IMER y alcanzar sus objetivos, es necesario lograr el saneamiento financiero que le permita responder a sus necesidades de manera eficiente. Para lo anterior, dio inicio en 1993 el programa "Proceso de Modernización de la Entidad", que incluyó la construcción del nuevo edificio, con nuevas instalaciones para las emisoras, que busca lograr una operación más ágil y mejorar en buena medida las condiciones de trabajo para el personal del Instituto.

En el mismo año destaca, en lo que corresponde a los aspectos técnicos de operación, la puesta en marcha del "Programa Integral de Rehabilitación Técnica", cuyo propósito consiste en elevar los niveles de cobertura y la calidad de transmisión de las radiodifusoras, para lograr mayor penetración y competitividad en el mercado radiofónico.

Sobresalen en el mismo rubro, la construcción de una planta terrena para comunicaciones vía satélite, a través de la cual se busca mejorar los enlaces con las emisoras ubicadas en los diferentes estados de la República, lo que traería significativos ahorros en los costos de operación.

Con estos cambios se intenta elevar la imagen corporativa, la funcionalidad operativa y la calidad; omitiéndose los contenidos de la programación, la calidad y la apertura social.

A pesar de las declaraciones demagógicas que dio a conocer en entrevista de prensa en el mes de noviembre de 1993, el entonces Director General de IMER, doctor Jorge Medina Viedas: "Estoy convencido de que vamos a crear un nuevo concepto radiofónico, a través de los contenidos. Intentaremos convertirnos en el punto de referencia de la radio en México, mediante una política radiofónica agresiva, audaz y honesta. Asimismo, existe un "Programa de Renovación" tecnológica urgente aprobado por la junta de gobierno para satisfacción nuestra: tendremos nuevas antenas y transmisiones que nos permitirán de inmediato escucharnos mucho mejor de lo que nos escuchamos ahora. De la misma forma, tenemos un plan emergente de comercialización".

Las perspectivas del doctor Medina Viedas para el Instituto son: "El IMER será una Institución comercialmente competitiva, definitivamente..."

"Simultáneamente y sobre la marcha se me ha propuesto entrar a la competencia radiofónica noticiosa. Por eso, se acaba de poner en marcha el programa Antena Radio, como un espacio competitivo..."

"Participan con nosotros grupos infantiles, con un noticiario hecho por niños que se llama Antena Verde, cuya temática gira en torno a los problemas y orientaciones de carácter ecológico..."

"Vamos a renovar nuestro acervo musical y llevaremos a cabo una fuerte difusión de nuestras actividades. Todo está planeado para que en menos de seis meses podamos ser una institución competitiva, rentable, autosuficiente y que esté en los más altos niveles de rating del Distrito Federal y del país..."¹¹

De acuerdo a lo dicho por el Director General del IMER, por un lado, el Programa Integral de Rehabilitación Técnica del Instituto, corresponde a una realidad de acción, que deberá traducirse en una política radiofónica agresiva, audaz y honesta, que respete los principios fundamentales del organismo como un ente estatal, que responda y corresponda a los intereses del gobierno, a través de un medio de penetración tan importante como es la radio; y por el otro, subraya como objetivo primordial, lograr una competitividad que se encuentre en los más altos niveles de rating; así como una comercialización que la haga más rentable, para lograr como único fin estar a la altura de la iniciativa privada. Formando con ello un dilema que deja atrás la posibilidad de una variante, y nos encierra en un círculo limitante donde la iniciativa privada y el Estado comparten

¹¹ Periódico, "El Nacional", 15-noviembre-93.

el monopolio de las ondas electromagnéticas, ajenos a la auténtica función plural de la radio.

Había que agregar a estas declaraciones llenas de optimismo y buenos propósitos, que si de verdad el Estado mexicano se propuso desde un primer momento mediante la creación del Instituto conformar un sistema radiofónico que cumpliera con objetivos sociales, a la vez que propiciara la participación ciudadana; tendrfa que implementar un medio de control y seguimiento de objetivos, el cual pudiera supervisar el desarrollo de los trabajos encaminados al cumplimiento de ellos.

Sin embargo, la realidad es que siempre se adolece de seguimiento de planes de trabajo y esto los encamina al fracaso; además si en nuestro sistema político aceptamos pasivamente la idea de una fuerte participación de la iniciativa privada; entonces lo más adecuado sería instrumentar un sistema de comunicación estatal -en este caso radiofónico- que coexista con sistemas privados, apoyando estas acciones mediante una eficaz reglamentación que supedite a los medios privados al estado mexicano.

La afirmación de que la concesión de los medios de comunicación social en manos de la iniciativa privada es garantía de libertad y de apertura democrática reposa en una premisa simplista: que la empresa privada conoce y quiere actuar de acuerdo al interés social, entendido este como el cúmulo de acontecimientos que surgen de la sociedad misma. La realidad es que aún admitiendo que la empresa privada pudiera llegar a identificarse con el interés social, ello es ocasional. La empresa tiene como objetivo principal el beneficio económico de

sus propietarios y sería muy difícil probar que el interés económico de los propietarios de una empresa es el interés social.

En clara paradoja las empresas privadas de los medios de comunicación, siguiendo principios basados en la máxima rentabilidad comunes a toda empresa, ambicionan amplios auditorios que logran a través de la deformación y manipulación de la información.

Observamos en el caso concreto de las empresas radiofónicas una lucha feroz por controlar cada vez más un amplio espectro del mercado a través de la difusión noticiosa sensacionalista y de tintes amarillistas.

Respecto al flujo de la información, el Estado, como legítimo representante del cuerpo social debe garantizar que el flujo de la información que le compete esté desprovisto de implicaciones que deformen la noticia.

CONCLUSIONES.

Hace más de setenta años que se fundó la primera estación radiodifusora en el país con fines publicitarios y difusión musical. Este panorama parece no haber cambiado mucho en la actualidad, ya que las radiodifusoras privadas se han convertido en un eficiente medio publicitario con nexos muy estrechos con empresas transnacionales; en el terreno de la información con agencias informativas y de la propaganda comercial, así como de la transmisión discográfica, alejándose del interés social.

Con la radiofonía se gestó un nuevo signo de comunicación, que con la velocidad de transmisión y respuesta nos avasalla, ya que los acontecimientos nos llegan al ritmo y la velocidad del sonido, aumentando sustantivamente su audiencia, en tanto que la prensa ha perdido dinámica de crecimiento, mientras que la radio ha captado un público plural, pues es un medio ideal para vincularse con el acontecer nacional.

En el ámbito de los medios de comunicación privados, existe una marcada complicidad entre concesionarios y oficinas gubernamentales que manipula la información con el fin de mediatizar a la opinión pública de acuerdo a intereses políticos que sirvan al grupo en el poder. Esta situación se refleja en una hiperprotección a los empresarios de la industria de radio y televisión. Cubriendo las apariencias con expedientes jurídicos que legitiman la legalidad de estos medios de comunicación alejados de la participación plural de la sociedad.

Estos factores entre otros han impedido que el Estado logre consolidarse como un buen comunicador social.

Las consideraciones anteriormente expuestas, ponen en desventajosa posición a la radiodifusión estatal.

En el deficiente funcionamiento del IMER han influido de manera importante dos factores; por una parte las indefiniciones de origen, y por la otra la deficiente infraestructura técnica que repercute en la baja potencia en la sintonía, grabaciones de ínfima calidad, programación carente de coherencia y contenido, hasta las condiciones de deterioro y obsolescencia que presentan las antenas y equipo de las 19 emisoras, la falta de creatividad en las áreas de producción; y la carencia de un plan rector de comunicación social del Estado que ubique y apoye los fines de una comunicación popular con amplio contenido social.

Estas carencias radican en la inestabilidad que priva en el IMER, y a través de los años han ido en aumento: planes de mejoramiento que se han quedado en eso, a causa de los cambios directivos, que no concluyen ningún avance importante, y sí generan un retroceso enorme, convirtiéndose así en una pasarela política de "equipos de trabajo" viciados, que permiten y alimentan una burocracia permanente que sólo conlleva al estancamiento.

Cuando debería existir una estabilidad dinámica en este medio de comunicación, que sea precisamente eso: un medio abierto a la cultura, a la problemática social existente en nuestro país, a la voz de las comunidades lejos de los estereotipos e ideologías comerciales irreales, que no permiten que se cumpla con los objetivos para los que fue creado este organismo.

En la actualidad, los esfuerzos que muestra el IMER para salir adelante, los encubre con una "reestructuración" arquitectónica, que elude el fondo del problema: la demanda inmediata de una verdadera comunicación plural, que se ha visto distorsionada por querer seguir un proceso de comercialización a semejanza del privado, lo que ha propiciado que termine como una caricatura de ésta.

Así, las posibilidades de ofrecer una variante dentro de la estructura informativa radiofónica, se ha visto minada desde su origen a la actualidad por estas deficiencias.

El interés y la participación de la sociedad civil, sería la base para el cambio de las estructuras de comunicación estatal, la posibilidad de manifestar e influir en el desarrollo cultural y político del país.

Como lo demuestra no sólo el pasado reciente, sino también la experiencia actual, el incremento de la participación del Estado en los medios electrónicos, no es sinónimo ni garantía de la opción democratizadora de la estructura comunicacional; tampoco lo sería la puesta en marcha de cambios superficiales en la iniciativa privada. Es necesaria una modificación sustancial de la estructura jurídica; es decir, desde el cambio en las formas de propiedad, hasta la democratización en la elaboración y difusión de los mensajes, con la participación de grupos sociales que sean respaldados con los recursos del Estado para la producción de programas de interés social.

Esta apertura a la participación de la sociedad civil, sólo puede darse como producto del interés en una inteligente iniciativa política, comprendiendo la

necesidad de manifestarse de la comunidad social en los distintos ámbitos de la vida nacional. De esta manera se lograrán cambios sustantivos en la situación presente, que se manifiesta como una cultura de una minoría política, misma que tiene a su disposición los medios de comunicación.

Es imprescindible reformar las disposiciones legales que han resultado favorecedoras en extremo a la industria radiofónica privada con la revisión de la distribución de frecuencias y los criterios para otorgar o refrendar concesiones, que cumplan con requisitos no sólo técnicos, como es actualmente sino también condiciones de calidad, dándole un carácter legal, que evalúe la calidad de las emisiones así como la riqueza de sus contenidos.

También es necesario sustituir el llamado "tiempo fiscal o 12.5%", por otro impuesto que regule una contribución de los ingresos percibidos. Revisar su publicidad de acuerdo al reglamento que frecuentemente excede los límites legales; así como la regulación efectiva de las tarifas de cobro por la venta de tiempos publicitarios.

La disyuntiva de la que debe surgir la radio participación en México, la radio plural al servicio del desarrollo comunitario, no radica tanto, en el deslinde entre la opción estatal y la gestión privada, sino en la contienda que la sociedad civil entable entre la democratización de los medios y su gestión centralizadora.

BIBLIOGRAFIA

**ACEVEDO Valdés, Martha, "La Radiodifusión en México",
UAM-Xochimilco, México 1985.**

**ALVA de la Selva, Alma Rosa, "Radio e Ideología",
Editorial El Caballito, México 1982.**

**ARNHEIM, Rudolf, "Estética Radiofónica",
Editorial GG Mass Media, Barcelona 1980.**

**CASTRO Leal, Antonio, "Radio y Televisión, en los Medios de Comunicación de
Masas en México",
UNAM-FCPS, México 1969.**

"Diario Oficial de la Federación", 20 de mayo de 1942.

**FERNANDEZ Christlieb, Fátima, "Los Medios de Difusión Masiva en México,
Editorial Juan Pablos, México 1993.**

**GRANADOS Chapa, Miguel Angel, "El Sonido de la Radio",
IMER-UAM-Xochimilco, México 1988.**

Instituto Mexicano de la Radio, "Folleto Memorias 1983-88".

**"La Industria de la Radio y la Televisión en México",
Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión Tomo I, México, D.F.**

LEYVA Cruz, Juan, "Política Educativa y Comunicación Social. La Radio en México, 1940-1946", UNAM 1992.

MEJIA Barquera, Fernando, "La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano (1920-1960)", UNAM-FCPS, 1982.

MEJIA Prieto, Jorge, "Historia de la Radio y la Televisión en México", Editorial Octavio Colmenares, México 1972.

Periódico "El Nacional" 15 de noviembre de 1993.

REBEIL Corella, María Antonieta, et. al. "Perfiles del Cuadrante. Experiencias de la Radio", Editorial Trillas, México 1991.

ROMO Gil, Ma. Cristina, "Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio", Editorial ITESO, México 1991.

ROMO Gil, Ma. Cristina, "Ondas, Canales y Mensajes. Un Perfil de la Radio en México", Editorial ITESO, México 1991.

ROMO Gil, Ma. Cristina, "La otra Radio. Voces Débiles, Voces de Esperanza", Editorial IMER-Fundación Manuel Buendía A.C., México 1990.

**VELAZQUEZ Estrada, Rosalía, "El Estado y la Radiodifusión", En Connotaciones
No. 1, AMIC, Editorial El Caballito, México 1981.**