

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**



**ANÁLISIS DE LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO:
GÉNESIS, DESARROLLO, ESPLENDOR, SU ENCUENTRO CON LA
TELEVISIÓN, Y CRISIS (1920-1970)**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN
P R E S E N T A:**

GRACIELA DEL CARMEN AGUILAR IBARRA

Matrícula: 9550590-5

ASESORA: DRA. ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA

Septiembre, 2009



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.

Dedicatorias

*A la UNAM,
Porque en tus salones y jardines descubrí
nuevos mundos y formas de pensamiento y
consolidé los cimientos de la persona en la que me convertí.*

*A mi abuelo Roberto,
Por alentarme en todo momento, regalarme su experiencia de vida
y por creer siempre en mi.*

*A mis abuelas †,
Por inculcarme la bondad y la
locura en el mundo.*

*A mis padres,
Por darme la vida,
enseñarme el valor de amar
sin miramientos
y vivir la vida intensamente.*

*A Toño,
Por compartir conmigo tu espíritu innovador
y enseñarme a ver más allá
de lo que mis ojos me muestran.*

*A mi Rano †,
Por haberme amado, escuchado
y entendido siempre.*

Agradecimientos

Primero que nada quiero agradecer profundamente a Dios por que me puso en este camino y me dotó de las capacidades para llegar hasta donde estoy el día de hoy.

Por permitirme tener una familia excepcional, un abuelo sabio y paciente que generosamente compartió su conocimiento, sabiduría y experiencia conmigo, unos padres maravillosos que me regalan su amor incondicional en cada momento, un hermano genial en toda la extensión de la palabra, una asesora digna de toda mi admiración, toda la gente maravillosa que me rodea, y por el regalo que me ofreces todos los días al darme un despertar lleno de oportunidades para amar y riesgos que correr a tu lado, de aprendizaje y crecimiento, de fe, trabajo, esperanza y buena voluntad.

Por la creatividad y la locura... y la alegría que siento al expresarla. Por los momentos buenos y malos que pasé escribiendo este trabajo, las noches de desvelo, las largas horas platicando con mi abuelo, conociéndolo de una manera diferente a la que nunca me hubiera podido imaginar. Por darme la oportunidad de enfrentar este reto y el miedo y valentía para concretarlo. Y sobre todo, por darme el día de hoy para poder compartirlo con todas las personas extraordinarias que forman parte de mi vida. Gracias por guiarme día a día para ser sal de la tierra y luz del mundo. Sin ti mi vida no tiene sentido.

En segundo lugar, le quiero de dedicar unas pocas palabras a mi abuelo. Unas pocas, porque me faltan y todas las del mundo serían insuficientes para expresar todo el cariño y respeto que siento por ti y el eterno agradecimiento por guiarme en esta aventura que me regalaste con todo tu amor. Por darme tu tiempo, tu sabiduría, tu experiencia y por compartir conmigo ese espíritu alegre y audaz que te caracteriza. Eres un hombre admirable y lleno de fortaleza y vitalidad, y sabes que te amo con todo mi corazón.

Gracias por esas tardes eternas en las que hablamos por horas mientras nos acompañaba el concierto de los sábados que transmite canal 22 o la voz de *nuestro amigo* Frank Sinatra, entre otros. Este trabajo se inspiró gracias a ti, por ti y para ti. *Te amo.*

Agradezco infinitamente a la UNAM, por haberme acogido entre sus alas y abrirme a nuevos mundos, retos y experiencias, a su diversidad y pluralidad, y al maravilloso cuerpo de académicos con los que tuve oportunidad de formarme.

Tengo un agradecimiento muy especial para la Dra. Alma Rosa Alva de la Selva, la asesora de este trabajo, por su incondicional entusiasmo para la conclusión del mismo y la concreción de este sueño. Gracias por regalarme generosamente su tiempo, conocimientos y comprensión, por ser un espíritu innovador, por ese infinito deseo de aprendizaje y transmisión del conocimiento, por su inmensa paciencia y por creer y confiar en mí. Se ha convertido en uno de mis más grandes ejemplos de vida.

A la Dra. Martha Alicia Márquez, Coodinadora de la Academia de Ciencias de la Comunicación, y a todo su equipo, por su paciencia y el apoyo brindado para la gestión de los trámites administrativos.

Y al Lic. Adrián Castelán, Director de Planeación de la UPN, por darme los permisos necesarios para que corriera como una loca de la UPN a la UNAM y viceversa y apoyarme en más de una forma para que llegara este día.

Agradezco a la maravillosa mamá que tengo porque más allá de que me diste la vida, me das diariamente la oportunidad de vivirla a tu lado. Me das la fuerza y valentía para encaminar mis pasos uno detrás del otro por el camino que Dios me marca. Eres mi guía, mi amiga y mi acompañante. Me has enseñando a disfrutar de la vida y me regalas todo tu amor y tu sabiduría a cada momento. Muchas gracias por quererme y aguantar mis loqueras, respetar mis decisiones, ilusiones, sueños y sobre todo por estar conmigo siempre, en las buenas y en las malas. Te quiero más que a nadie en el mundo.

Nuevamente me faltan las palabras para expresar todo lo que siento por mi adorado progenitor. Sabes que siempre tendrás mi amor profundo e incondicional. Inspiras mi vida y eres uno de mis grandes ejemplos a seguir. Tus enseñanzas, sapiencia, apoyo, ánimo, amor, comprensión, confianza y paciencia han iluminado mis días. Sin ti mi vida estaría incompleta.

Toño: eres único. El mejor de mis hermanos y un hombre excepcional, lleno de virtudes, noble, amoroso, sensible, solidario, maduro, valiente y divertido. No acabaría de enumerar todo lo que eres y lo que representas en mi vida. Gracias por ser quién eres, por enseñarme a ser fuerte, valiente y por compartir conmigo tus alegrías y tristezas, encantos, desencantos, problemas, anhelos, sueños, proyectos y esperanzas. Y sobre todo, gracias por estar a mi lado siempre.

Gracias a toda mi enorme familia por apoyarme y estar a mi lado en las buenas y en las malas, cada uno siempre dándome lo mejor de sí mismo y permitiéndome darles lo mejor de mí. Gracias por enseñarme incansablemente, amarme incondicionalmente, orientarme, escucharme, entenderme, acompañarme y apoyarme en esta aventura que se llama vida.

A mis padrinos Lola y Memo y a mis tíos: Alma, mi unckle Rubén, Manuel, Ade, Alicia, Beto, Uge, Pino, Begos y Clau. Todos y cada uno de ustedes son personajes indispensables de la historia que escribo día a día. Y al Rano, estés donde estés, infinitas gracias por todo lo que me enseñaste, por tu alegría de vivir, tu generosidad, tu risa inolvidable, por tus consejos, por haber sido un gran ejemplo a seguir y por haber vivido *“a tu manera”*.

A mis sobrinos, por dejarme compartir su alegría, su capacidad de asombro y su inocencia. Y desde luego a los números y númeroas por compartir conmigo mis loqueras, hacerme reír siempre, enseñarme tantas cosas, ser tan ruidosos, escandalosos y dejarme romper y destruir a su lado; a todos los quiero profundamente. Gracias por adoptarme más allá de los lazos de sangre que nos unen.

Esteban: tú fuiste mi primer compañero en la escuela y los años nos han permitido madurar una amistad que ha trascendido más allá del tiempo. Gracias por tu enorme paciencia y por darme ánimos cuando sentía que nunca iba a terminar de escribir esta tesis.

En especial quiero agradecer a *PLURALIDAD: Iván, Esme, Marco y Lupita*, quienes desde ese primer día en el salón de clases me ofrecieron su amistad incondicional, me acompañaron día a día a lo largo de esos maravillosos cuatro años y permanecen a mi lado, incluso cuando *“los caminos de la vida no son como yo pensaba”*; esos caminos que nos han llevado por rumbos tan diversos como fantásticos y que, pese a todo, nos permiten seguir juntos. Por estar a mi lado no obstante el tiempo y la distancia, por ayudarme a crecer y ser un mejor ser humano; por quererme, enseñarme, seguirme, debatirme, aconsejarme, corregirme, incitarme a secuestrar un salón de clases o enseñarme a escribir correctamente *“extranjero”*; por ayudarme a estudiar cuando no entendía nada de Economía o me entraba el odio por la Teoría Social y todo lo relacionado con Carlos Marx; por esas largas tardes en la biblioteca, las desmañadas en la cafetería, las fiestas de fin de año en el estacionamiento de la Facultad y por esas inolvidables grabaciones de Marco Mojarra; gracias por su confianza, su cariño y

su respeto, por compartir conmigo sus sueños, aspiraciones y triunfos... y sobre todo, por creer y confiar en mí.

Y a toda la gente que ha compartido su vida conmigo, incluso aquellos que me atrevo a llamar amigos, muchas gracias por estar a mi lado en las buenas y en las malas, por regalarme sus alegrías, tristezas, preocupaciones, intereses, cambios de vida, errores y aciertos; por que me sostuvieron en esos momentos que parecían imposibles de superar y por estar junto a mí cuando más los he necesitado.

A todos sin excepción mil gracias por apoyarme y entusiasmarme incansablemente para que este objetivo se cumpliera.

Personajes de mi historia todos:

Gracias por ayudarme a escribir esta fábula que se llama vida y por ofrecerme sin miramientos su amor. Ustedes me enseñaron a abrir mi mente y mi corazón a nuevas experiencias, han reído y jugado a mi lado y también han llorado conmigo.

Doy infinitas gracias a Dios por haberlos encontrado en este viaje. Si los nombrara uno por uno y describiera lo que significan en mi vida, podría escribir otra tesis, y seguramente no me tardaría tanto tiempo.

Cada uno me ha hecho y me hace una mejor persona.

A todos:

***GRACIAS POR FORMAR PARTE DE MI VIDA
Y DEJARME FORMAR PARTE DE LA SUYA.***

ÍNDICE

Introducción	9
1. La Economía Política de la Comunicación y la radio	22
1.1. La Economía Política de la Comunicación	22
1.2. La radiodifusión como un negocio	26
1.3. La política del Estado y el Proyecto Privado.	32
2. La historia de los que hicieron la Radio	43
2.1. Un antes enfrentado a un después.	43
2.2. Personajes que intervienen en la producción de programas radiofónicos.	51
2.3. El surgimiento de la radio en México: la historia de los que hicieron la radio (1920-1929).	54
2.4. La industria de la radiodifusión en México (1929-1967).	62
3. Voces, mentes y talentos frente y detrás de cada transmisión	89
3.1. El arte de la locución.	89
3.2. Las voces dentro de la caja: los Locutores.	93
3.3. Compositores, cantantes y actores.	102
3.4. Programas.	113
3.5. El anunciante y los patrocinadores.	125
3.6. Hombres detrás del micrófono.	132
4. El impacto del surgimiento de la televisión en la industria radiofónica	145
4.1. Nacimiento de la televisión en México.	145
4.2. Tránsito de la radio a la televisión.	152
5. La crisis de la radiodifusión mexicana: el ocaso de una era	156
5.1. Entre la radio de galena y el receptor de televisión.	156

5.2. El sistema de comercialización de la radiodifusión mexicana.	161
5.3. La medición de audiencias como herramienta para la comercialización radiofónica.	167
5.4. Factores que dieron lugar a la modificación en las formas de comercialización de la radio mexicana y su crisis.	172
6. Conclusiones	180
Anexos	188
Anexo 1. Radiodifusoras de Amplitud Modulada por fecha de fundación (1929-1967)	188
Anexo 2. Evolución histórica de las radiodifusoras de Amplitud Modulada por frecuencia y años al aire (1929-1970 y 2008)	189
Anexo 3. Estaciones de radio que operan actualmente en las frecuencias del Distrito Federal	190
Bibliografía	191

INTRODUCCIÓN

El viaje de mil millas comienza con el primer paso.

Lao Tsé

En las últimas décadas hemos sido testigos y partícipes de una serie de transformaciones sociales, políticas, económicas y culturales que afectan la manera en que los actores sociales se vinculan entre sí. En este contexto, el estudio del pasado es una herramienta para la construcción de escenarios viables, que permitan la participación activa y organizada de los diferentes grupos y fuerzas sociales y gubernamentales.

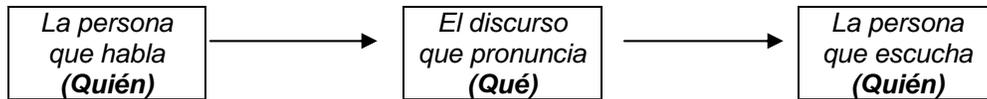
Actualmente el uso de los medios de comunicación masiva forma una parte fundamental de nuestra vida cotidiana y nos permite entrar en contacto con lo que pasa fuera de nuestros hogares, es decir, nos brindan la información más reciente sobre los acontecimientos que suceden en casi cualquier lugar del mundo, e incluso nos dan cuenta de hechos relacionados con el mundo animal, la historia y el espacio exterior, sin olvidar la difusión de ideas, cultura y conocimientos, diversión y entretenimiento, que llenan insaciablemente las horas de programación de radio, televisión y cine, las páginas de prensa, publicaciones especializadas y la Internet.

Pero ¿cómo es que tales medios llegaron a ocupar este papel preponderante dentro de nuestra sociedad? ¿A qué se debe que a través del tiempo su uso se convirtiera en un hábito para los individuos de casi todo el globo terráqueo y adquirieran la relevancia suficiente para que su estudio se transformase en una ciencia y una especialidad?

Sin duda la respuesta a estas interrogantes plantea un sin fin de alternativas de estudio y requeriría más que un trabajo recepcional para darle espacio a los múltiples espectros, facetas, y ámbitos que conllevan el análisis de las interrelaciones entre los sujetos emisores, los mensajes (discurso) y los receptores, que forman este modelo Aristotélico¹ en el que se basan todos los sistemas de comunicación.

¹ Antonio Méndez, *Comunicación social y desarrollo*, México, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1977, 2ª edición, p. 210

ARISTÓTELES (384-322 AC.) *Definió científicamente la comunicación (retórica), por primera vez como “la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión”.*



Desde siempre la naturaleza del ser humano lo ha revelado como un individuo curioso que está en constante búsqueda y descubrimiento de lo desconocido, de sí mismo, sus sentimientos, pensamientos y, sobre todo, de las cosas que lo rodean: conquistador y aventurero del mundo. Desde que el hombre utilizó una piedra para crear fuego, en todas las épocas de la historia ha sido incesante la producción de nuevos instrumentos de toda índole que, la mayor parte de las veces, han servido para mejorar las condiciones de vida de los seres humanos.

La segunda mitad del siglo XIX, conocido como el “*Siglo de las Luces*”, dio lugar a múltiples descubrimientos que encauzaron los inventos hacia la aparición del telégrafo, el tubo electrónico, el teléfono, las ondas de radio, la grabación del sonido, el cinematógrafo, la transmisión de imágenes por televisión, el automóvil, el aeroplano, las microondas, la computadora y la robótica, y dieron lugar a la creación de nuevas ramas de la actividad como el automovilismo, la aviación, la cinematografía, la computación, las telecomunicaciones y, por supuesto, la radiodifusión, para llegar unos años más tarde a la conquista de la luna y al establecimiento de una compleja red de satélites de comunicación que orbitan en el espacio.

En todas estas maravillas realizadas en un lapso de más de un siglo, se advierte un elemento común: EL ESFUERZO HUMANO.

De tan amplio catálogo de actividades, se escogió la radiodifusión como el objeto de estudio de este trabajo ya que, pese a su volatilidad, es un sistema que ha perdurado, evolucionado y trascendido a lo largo de 80 años como el medio de comunicación más accesible, sin distinción de clases, culturas y estratos socioeconómicos, pues alcanza, en su quehacer cotidiano, un espectro tan diverso de públicos, como diversos son los temas y giros que atiende día a día.

Esta investigación abarcará de 1920 a 1970, pues fue en estos primeros cincuenta años a partir del surgimiento de la radiodifusión mexicana que ésta alcanzó su máximo esplendor, siendo la década de los setenta cuando, resultado de la modificación en sus formas de comercialización y operación, entró en crisis.

Por ser el cuadrante de la Amplitud Modulada la señal en la que surgieron las primeras estaciones radiofónicas en el Distrito Federal y la única que se conoció hasta 1947, la investigación tocará preponderantemente las estaciones, artistas, locutores, programas y anunciantes que destacaron en esa banda.

Fuentes de investigación y metodología

El amplio espectro de la comunicación, su génesis, desarrollo, evolución y consolidación como el “cuarto poder”, como algunos lo han calificado, considera aspectos tan vastos y diversos como lo son los campos de estudio a los que toca: la lingüística, la psicología, la historia, la sociología, la física, la antropología, la pedagogía, la administración, la política y la economía, entre otros.

Todas estas vertientes, sin embargo, forman una sola entidad, compuesta por múltiples fragmentos en constante cambio que deben ser estudiados obligadamente desde cada una de sus partes, lo que permitirá tener una visión más amplia sobre las diversas actividades que se engloban dentro del estudio de la comunicación y el futuro de los medios.

Poco se ha escrito sobre la historia del nacimiento y evolución de la Amplitud Modulada en el Distrito Federal, pues como señalan investigadores como el Mtro. Fernando Mejía Barquera *“las investigaciones sobre el desarrollo de los medios electrónicos en nuestro país ha atendido preferentemente a los aspectos político, económico, tecnológico y legal. Asimismo, se han producido investigaciones sobre temas particulares de la historia radiofónica en nuestro país, por ejemplo la actividad de la radio en México durante la II Guerra Mundial, biografías de emisoras o grupos empresariales dedicados a la radio, colecciones de semblanzas sobre grandes figuras de la radio, o en menor medida, indagaciones sobre el desarrollo de géneros como las radionovelas y los radioteatros.”*²

² Fernando Mejía Barquera, *El sound track de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.* Tesis para obtener el grado en Maestro en Ciencias de la Comunicación, Universidad

Por su parte la Dra. Delia Covi Druetta³ afirma que la investigación en materia de comunicación se ha enfocado a la investigación aplicada, más que al desarrollo de investigación básica y los estudios realizados desde otras disciplinas como la psicología, la sociología y la antropología se limitan al análisis de fenómenos específicos de los procesos de comunicación, presentando resultados segmentados o parciales.

Considero a la Economía Política de la Comunicación como la corriente teórico-metodológica más adecuada para el análisis de mi objeto de estudio. Si bien este enfoque no escapa a las limitantes de investigación arriba señaladas, permite estudiar desde una perspectiva económica las dinámicas que motivaron la transformación en las formas de operación de la radiofonía en el Distrito Federal durante la segunda mitad del siglo XX.

Sobre cómo fue que se gestó la industria radiofónica en nuestro país durante el periodo que abarca esta investigación (1920 a 1970) se encontró como principal referencia y aporte los textos publicados por: Fernando Mejía Barquera (*Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)* y *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*); Fátima Fernández Christlieb (*La radio mexicana, centro y regiones* y *Los medios de difusión masiva en México*); Alma Rosa Alva de la Selva (*Radio e Ideología*); Francisco De Anda y Ramos (*El despertar del Gigante*); María Antonieta Rebeil Corella, et.al. (*Perfiles del Cuadrante*); y Gabriel Sosa Plata (*Las mil y una radios*), por mencionar algunos, en los que se relaciona el surgimiento de las principales estaciones radiofónicas en el cuadrante de AM en el Distrito Federal y algunas de las aportaciones que tanto empresarios como estaciones realizaron al medio durante más de medio siglo.

Asimismo, son valiosa referencia las publicaciones especializadas en radio que dan cuenta de la evolución de este medio de la que surgieron revistas, boletines y columnas informativas en los diarios, de gran valor para las personas y empresas

Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, División de Estudios de Posgrado, Junio 2006, p. 9-10

³ Delia Covi Druetta, *El siglo de la comunicación* [en línea], México, Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/siglo.htm> [consultado: 05-I-2009]

que hicieron de su diario vivir la radiodifusión, tales como: OIGA, Quincena Musical, Carnet Musical y Boletín Radiofónico.

Sin embargo, la investigación documental me es insuficiente para presentar de manera amplia y detallada la relación de hechos, personajes y actividades que permitieron a la radiodifusión convertirse en el medio masivo por excelencia durante más de 50 años, por lo que me apoyaré en la entrevista como instrumento para conocer de viva voz las experiencias y conocimientos que a lo largo de más de 70 años Don Roberto Aguilar González, connotado locutor, guionista, director y productor, adquirió al ser parte de esta maquinaria de ideas, sueños e ilusiones.

De acuerdo con Raúl Rojas Soriano, la entrevista:

“Es una técnica que se utiliza para recopilar información empírica ‘cara a cara’, de acuerdo con una guía que se elabora con base en los objetivos del estudio y de alguna idea rectora o hipótesis que orienta la investigación. La entrevista se hace, por lo general, a personas que poseen información o experiencias relevantes para el estudio. Las preguntas tienden a ser generales y se formulan por lo regular de manera abierta a fin de obtener datos en forma amplia y profunda. La información se registra en el mismo instrumento (guía), o en fichas o cuadernos de trabajo. Si se dispone de una grabadora y las circunstancias lo permiten, su empleo resulta de mucha utilidad para captar la mayor información posible.

La información que proporciona la entrevista permite un acercamiento al problema que se estudia y sirve, conjuntamente con los elementos teóricos y empíricos disponibles, para plantear el problema y las hipótesis. La entrevista puede ser estructurada o no estructurada.”⁴

Hipótesis

Mediante el desarrollo de esta investigación pretendo demostrar que:

⁴ Raúl Rojas Soriano, *Investigación Social, teoría y praxis*, México, Plaza y Valdés, Col. Folios Universitarios, 1985. p. 140-141

“La crisis creativa y artística de la radiodifusión en México fue resultado de la transformación en sus formas de operación, el auge de las grandes cadenas radiofónicas, la aparición de la televisión y la modificación de las mecánicas de venta de tiempo, tanto en radio como en televisión, lo que devino en un sistema de comercialización que antepuso el beneficio económico a la satisfacción del espectador, en respuesta a las necesidades del mercado imperantes.”

Es por ello que resulta necesario hacer un análisis de los elementos que dieron lugar al nacimiento de la radio y propiciaron su florecimiento como el medio masivo de comunicación por excelencia. Al estudiar el pasado, estaremos en condiciones de vislumbrar qué fue lo que causó tan tremenda escisión en la radiodifusión y permitirá comprender el presente e intervenir para alcanzar el futuro deseado.

Objetivos de la investigación

El objetivo general de la investigación es:

Estudiar el surgimiento y desarrollo de la radiodifusión en México en el periodo comprendido entre 1920 y 1970 y la transformación que sufrió en su estructura al automatizar sus patrones de contacto con el auditorio y modificar sus formas de operación y comercialización en respuesta a los objetivos de lucro y rentabilidad del mercado imperantes en la década de los setenta.

De ese objetivo general se desprenden seis objetivos particulares que serán abordados a lo largo de esta investigación:

1. Establecer cuáles fueron las condiciones en nuestro país bajo las que la radiofonía surgió y en un lapso de quince años se convirtió en el medio masivo de comunicación por excelencia que modificó las dinámicas de interacción social del primer tercio del siglo XX.
2. Elaborar una relación completa del surgimiento de las primeras estaciones radiofónicas que cubrieron el cuadrante de AM desde 1929, año en que la

radio obtuvo su carácter comercial, hasta 1970, y relacionar sus principales aportaciones al desarrollo de la radiodifusión en México.

3. Hacer una descripción general de los personajes que participaron en la radiodifusión, frente y detrás del micrófono, con el objeto de conocer su trabajo y la estrecha interdependencia que existía en sus funciones.
4. Identificar los factores que, a pesar de la multiplicidad de estaciones, frenaron la proliferación de talentos y programas.
5. Estudiar en qué consistió la modificación de las formas de operación de la radiofonía en nuestro país, tanto en Amplitud Modulada como en Frecuencia Modulada, y su encuentro con la televisión.
6. Establecer que pese al cambio en las formas de operación de la radiodifusión, es posible, hoy día, diseñar programas de corte cultural y educativo que despierten en el radioescucha su gusto e interés.

Contenido de la investigación

Este análisis de los elementos que dieron lugar al nacimiento de la radio, su florecimiento como el medio masivo de comunicación por excelencia y propiciaron su crisis considerará cinco apartados en los cuales se dará cuenta del nacimiento de la radiodifusión en México, su evolución, su encuentro con la televisión y los factores que incidieron en la modificación de las formas de operación y comercialización de la radiodifusión en nuestro país.

En el primer Capítulo me referiré brevemente a las diferentes líneas de investigación que ha seguido la Economía Política de la Comunicación, pues como ya mencioné, esta disciplina me dará la pauta para comprender cómo los entornos políticos y los procesos de producción, distribución y consumo inherentes al capitalismo influyeron en la modificación de las formas de operación de la radiofonía en el Distrito Federal, cómo es que la radiodifusión se inserta como un negocio con fines de lucro dentro del modelo capitalista mexicano y el papel que la política de Estado jugó en el nacimiento y consolidación del medio.

En el Capítulo II iniciaré haciendo una breve comparación entre lo que radio y televisión representaron para la sociedad de principios y mediados de siglo XX y cómo actualmente las transmisiones radiofónicas y televisivas se sostienen por un sistema de comercialización que antepone la venta de tiempo a la satisfacción del espectador, y soporta programas de poca calidad con contenidos superficiales y que no estimulan la imaginación del público.

En seguida, se hablará de los personajes que intervenían en la elaboración de programas radiados, algunos descubrimientos científicos que contribuyeron al hallazgo de las ondas hertzianas (comenzando en 1878, cuando Thomas Alva Edison obtuvo la patente del fonógrafo), y se dará cuenta de las primeras transmisiones de radio en nuestro país.

Presentaré una breve semblanza del nacimiento de la radiodifusión en México, para constituirse, durante sus primeros veinticinco años de vida, en el espectáculo familiar por excelencia y relacionaré de manera cronológica el nacimiento de las emisoras que formaron el cuadrante de AM de 1930 a 1967, pasando por la XEB, XEN, XEJP, XEW, XEBZ, XEUN, XEQ, XELA, y la XEEP, entre otras.

El Capítulo III estará dedicado a los personajes inmortales que trabajaron incansablemente frente y detrás del micrófono, y acompañaron a los radioescuchas durante cuarenta años de transmisiones.

De tal suerte, se expondrán algunos elementos que hicieron que la locución se transformase en una profesión, y las leyes que regulan este trabajo, a fin de referirme, más adelante, a aquellos que dedicaron su vida a esta profesión.

Junto con los locutores, los compositores, cantantes y actores formaron una parte indispensable del espectáculo radiofónico, por lo que se les dedicarán unas letras a estos hombres y mujeres cuyo talento es aún hoy recordado, al tiempo que se hará un recuento de su paso por diferentes estaciones.

Enmarcando a los locutores y artistas, se hablará de los programas en los que éstos triunfaron, ya que dieron al talento un espacio particular en el cual cada uno pudo desarrollar sus capacidades en diversos géneros como la comedia, el

radioteatro, los programas de complacencias, los deportes y noticiarios, entre otros.

Otro personaje mencionado como pieza fundamental de esta maquinaria es el anunciante, por lo que se hará una breve remembranza de las principales empresas que apoyaron e intervinieron en la industria radiofónica mediante la producción de programas.

Merecerán una mención especial los nombres de aquellos que se ocuparon del desarrollo de la parte oculta de la radiodifusión: los hombres detrás del micrófono; directores artísticos, redactores de comerciales, escritores de libretos, editores de programas, operadores, y musicalizadores, parte indispensable y fundamental del espectáculo.

En el Capítulo IV, se hablará del nacimiento de la televisión y su convivencia con la radio de 1950 a 1970, año en que cambiaron las formas de operación de ambos medios. Se relacionará de manera cronológica el surgimiento de los primeros canales de televisión, y se expondrán de las vicisitudes que enfrentaron los pioneros de la televisión en la consolidación de este medio.

Al igual que en la radiodifusión, existe una larga lista de fechas y personajes que participaron en el nacimiento de la televisión, pero únicamente presentaré un esbozo del arduo trabajo de quienes llevaron a nivel profesional las especialidades que hicieron posible la producción de programas televisivos, ya que entrar en detalle sería tema de otro trabajo.

En el Capítulo V se explicará el papel que ambos medios han jugado en la transmisión de noticias en México y en el mundo, estableciéndose que la televisión añadió la imagen al sonido, pero no modificó la función ya implantada por la radio: la transmisión de noticias, deportes y entretenimiento.

Asimismo, se estudiará el sistema de venta de tiempo de transmisión bajo el cual operaron las radiodifusoras y la televisión, y las leyes y reglamentos que normaron esta actividad.

A finales de la década de los setenta, la televisión había ganado su lugar en el seno de las familias y la búsqueda de audiencias dejó de ser un problema, para ser sólo una necesidad. La medición de audiencias permitió a los productores y radiodifusores valorar el impacto de sus programas. No obstante, es en este punto de la historia cuando desapareció la originalidad de las programaciones, por lo que en este apartado se tratará de determinar cuáles fueron los factores que frenaron la constante proliferación y desarrollo de estaciones, talento y programas.

Para finalizar, a manera de conclusiones, se establecerán algunos puntos que plantean las condiciones que deberán existir y prevalecer a fin de que, paulatinamente, se pueda dar un cambio en los contenidos de los medios que anteponga los intereses de satisfacción del público a los comerciales.

UNA VOZ DETRÁS DE ESTA HISTORIA

La radiodifusión, lo mismo que una novela, generó el nacimiento de los personajes que le dieron vida y que surgieron en el momento que las circunstancias lo determinaron.

Es así que resulta imprescindible remitirse a la fuente primaria de información: sus protagonistas, las voces, mentes y talentos que detrás de las transmisiones diarias hicieron posible este sueño.

Para ello, la información documental se complementará con la evocación que aportará mediante entrevistas Don José Roberto Aguilar González, locutor, guionista, creativo, director y productor, contemporáneo de este medio, cuyas experiencias, conocimientos y vivencias acompañarán esta investigación.

Don Roberto es un connotado personaje de la radiodifusión y la televisión que laboró en Radio Universidad, la BBC de Londres, la XEX “La voz de México”, Colgate Palmolive, algunos de los primeros programas televisivos como “*Revista Musical Nescafé*” y “*Carrousel Musical Palmolive*”, y como publicista en Publicidad Ferrer y Aura Comunicación.

Asimismo, su relatoría es valiosa por haber sido espectador y testigo presencial de la historia, ya que dará cuenta de cómo funcionaba la maquinaria de esa gran

fábrica de fantasías, animada por el infatigable esfuerzo de hombres y mujeres que cada día aportaron su mejor esfuerzo para superar al del día anterior.

En palabras de Raúl Trejo Delabre:

“Roberto Aguilar [...] recorrió casi tantas estaciones radiofónicas como hay en el cuadrante, acumulando una experiencia que le permite hablar desparpajadamente de acontecimientos que, en su momento, fueron parte de esos puntos de la historia en donde el drama y la comedia se confunden.”⁵

José Roberto Aguilar González nació el 10 de abril de 1921 en la casa Número 55 de la Calle de Niños Héroe de la Ciudad de México, y a la edad de cuatro años mudó, junto con su familia, a la entonces municipalidad y hoy Delegación de Coyoacán en donde residió hasta cumplir 21 años.

Fue de especial significación cuando cursó el quinto año de primaria en la escuela Melchor Ocampo, de Coyoacán, haber pertenecido al grupo a cargo de la maestra Rosario María Gutiérrez Eskildsen⁶, con quien se ejercitaba en forma regular la lectura en voz alta, y cuya disciplina familiarizó a sus alumnos con la historia de México, así como con bellas páginas literarias tanto de prosa como de poesía.

Aquella semilla de amor a las letras le fue cultivada en la secundaria por otros ilustres maestros de gramática castellana y literatura, entre los que dejó recuerdo imperecedero don Carlos González Peña.

⁵ Bertha Zacatecas, *Vidas en el aire*, México, Diana, 1996, p.12

⁶ Véase Libro del Año 1978, Enciclopedia de México. Véase también: Rosario María Gutiérrez Eskildsen [en línea], México, Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, Dirección URL: <http://www.ujat.mx/noticias/713/maestra.html> [consultado: junio 2003]

“Nacida el 16 de abril de 1899 en San Juan Bautista, Rosario María Gutiérrez Eskildsen dedicó su vida al estudio, la divulgación del conocimiento y siempre estuvo atenta a todo lo que significaba un esfuerzo para mejorar la educación de nuestra patria. El 1 de enero de 1941 obtuvo la medalla de Oro y Mención Honorífica, por haber alcanzado el promedio más alto de calificación de la carrera de maestra en Lingüística Romántica. El 1 de enero de 1954, le fue entregado el Juchiman de Plata por el Patronato Conmemorativo de las Bodas de Brillantes del Instituto Juárez, en la conmemoración del LXXV aniversario de su fundación. A lo largo de su trayectoria profesional recibió un sinnúmero de reconocimientos, homenajes, y diplomas. Falleció el 12 de mayo de 1977, en México, Distrito Federal. Diez años después, en 1987, sus restos fueron trasladados al mausoleo que en su memoria se erige en el panteón central de Villahermosa, Tabasco.”

Y por fin en el bachillerato de humanidades, en la Preparatoria de San Ildefonso, su fortuna fue colmada con las enseñanzas de los maestros Julio Torri, Alfredo Maillefert y Agustín Yañez, en las asignaturas de Literatura Universal, Literatura Mexicana y Español, respectivamente.

Cursando el segundo año de ese bachillerato, en 1939, tuvo ocasión de ser invitado a participar en un programa estudiantil de Radio Universidad, del que se convirtió en colaborador permanente por espacio de dos años, al cabo de los cuales participó en una oposición para obtener la plaza de locutor en esa radio universitaria, misma que obtuvo y ejerció durante los siguientes seis años.

Cabe añadir que en esa época la selección de locutores en Radio Universidad se hacía por concurso, de la misma manera como se hacía la selección de maestros para las escuelas y facultades universitarias.

Fue entonces que abandonó los estudios de jurisprudencia para iniciarse en una nueva profesión: la comunicación, a pesar de que la única escuela en la que se podía aprender dicha materia era la práctica continua.

A fines de 1943 tuvo ocasión de ingresar a la representación en México de la BBC de Londres en donde laboró, sin desprenderse de Radio UNAM, en su departamento de transcripciones.

La BBC elaboraba programas informativos, musicales y dramatizados que se distribuían sin costo entre las radiodifusoras de toda la República que solicitaban dichos servicios.

A fines de 1947 se desligó tanto de Radio Universidad como de la BBC para colaborar con la entonces recién inaugurada XEX "La Voz de México".

Por tratarse de una radiodifusora que durante el 80% de su tiempo empleaba talento vivo, ocupando el puesto de Director de Programas experimentó la producción de emisiones musicales de los diversos géneros para algunos de los cuales escribió los correspondientes guiones, además de haber ejercido igual actividad en radioteatros y otros programas seriados. Durante 1949 y 1950 fue encargado de la dirección artística de esa emisora.

En 1951 ingresó a Colgate Palmolive para formar parte de su Departamento de Radio participando en las áreas de planeación y dirección de los programas producidos por dicha empresa.

A partir de 1964 se dedicó de lleno a la publicidad trabajando en diversas agencias para las cuales todavía tuvo a su cargo la elaboración de algunos programas de radio, así como la supervisión de algunos programas de televisión como *“Revista Musical Nescafé”* y *“Carrousel Musical Palmolive”*.

También colaboró en Publicidad Ferrer en la elaboración de campañas publicitarias, Círculo de Publicidad, la XELA, y Radio Continental y en 1992 creó su propia compañía de Publicidad: Aura Comunicación.

Actualmente vive en la ciudad de México como jubilado, pero su gusto e interés por el estudio de la comunicación sigue presente.

¿Por qué he recurrido a buscar información en su fuente primaria?

La verdad es que no existe una bibliografía en la que hubiera podido encontrar la información indispensable para conocer detalladamente la evolución tanto del medio, como de arte radiofónico.

Es por esta razón que solicité a un protagonista contemporáneo de la comunicación radiofónica desde su nacimiento que me ilustre sobre todos los pormenores de ese medio y, de manera especial, de aquellos que hasta la fecha no se han podido dar a conocer a través de la letra impresa.

CAPÍTULO 1. LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN Y LA RADIO

Cada día aprendemos a comprender mejor las leyes de la naturaleza y a conocer tanto los efectos inmediatos como las consecuencias remotas de nuestra intromisión en el curso natural de su desarrollo.
Federico Engels

1.1. LA ECONOMÍA POLÍTICA DE LA COMUNICACIÓN

Como se señaló en la Introducción, uno de los objetivos de la presente investigación es analizar cómo la crisis de la radiodifusión en México fue resultado de la transformación que sufrió en su estructura, al automatizar sus patrones de contacto con el auditorio y modificar sus formas de operación y comercialización en respuesta a los objetivos de lucro y rentabilidad del mercado imperantes a finales de la década de los sesenta y principios de los setenta.

La corriente teórico-metodológica en la que me basaré para ello será la Economía Política de la Comunicación.

El término economía proviene de la palabra griega *oïkos*, que significa hogar y *nomos* que significa ley; la palabra *politikos* significa social. La expresión Economía Política se utilizó por primera vez en 1615, cuando Montchrétien publicó su *Traité de l'économie politique*, designándose el término al estudio de los problemas relacionados con la actividad económica social.⁷

Una primera definición nos indica que *“la economía política se ocupa del estudio de las leyes sociales relativas a la creación de los bienes y a la forma en que éstos son puestos a disposición de los consumidores, es decir, de los hombres que, con ayuda de estos bienes, satisfacen sus necesidades individuales o colectivas”*⁸.

La Economía Política distingue y estudia aisladamente las leyes económicas específicas que se manifiestan en diferentes etapas sociales o históricas. En específico, la Economía Política de la Comunicación se centra en el estudio de la

⁷ Oskar Lange, *Economía Política*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974, quinta reimpresión, p. 21

⁸ *Ibid.* p. 16

organización, estructura y control de los medios de comunicación masivos a partir del contexto socioeconómico e histórico en el que se enmarcan, y su relación con las estructuras y flujos de poder.

A partir de 1960 comienza el estudio formal de la aplicación de la Economía Política en el campo de la comunicación, la cual siguió tres corrientes de aproximación: el enfoque norteamericano, la escuela europea y la investigación en el Tercer Mundo (países emergentes), las cuales se derivan de las diferentes corrientes de estudio propias de la Economía Política⁹.

a. El enfoque norteamericano:

Los primeros textos enfocados al estudio de la comunicación desde la perspectiva de la Economía Política fueron *“On the Political Economy of Communications”*, del canadiense Dallas Smythe, publicado en 1960, y *“Mass Communication and American Empire”*, de Herbert Schiller, publicado en 1969.

La perspectiva norteamericana se fundamenta en las contribuciones de estos dos investigadores, las cuales, señala Vincent Mosco, se basan en una *“preocupación por el tamaño y poder creciente de los negocios trasnacionales de comunicación, [lo que] los ubica plenamente en la escuela institucional, pero su interés por la clase social y el imperialismo de los medios, da a su trabajo un enfoque definitivamente marxiano [sic].”*¹⁰

De esta corriente de estudio destaca el análisis que Smythe hace a los vacíos que el marxismo deja para poder comprender la integración de los medios de comunicación masiva a la base económica y expone el concepto de la audiencia como mercancía.¹¹

⁹ Vincent Mosco, *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después* [en línea], Universidad Complutense, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, 2006, p. 57-79, Dirección URL: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0606110057A.PDF> [consultado: 17 de enero de 2009]

¹⁰ Ibid. p. 62

¹¹ Véase Ana Segovia I., *Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación* [en línea], Universidad Complutense, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, 2006, p. 7-8. Dirección URL: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0606110007A.PDF> [consultado: 17 de enero de 2009]

b. La escuela europea:

Citando a Vincent Mosco, *“la investigación europea está menos claramente ligada a figuras fundacionales específicas y, aunque también está relacionada con movimientos para el cambio social, particularmente en defensa de los sistemas de medios de servicio público, los principales trabajos en esta región han estado más interesados por integrar la investigación en comunicación con varias tradiciones teóricas neo-marxianas e institucionales.”*¹²

La línea de investigación de la corriente europea se ha desarrollado desde dos perspectivas distintas: el poder de clase y la lucha de clases.

De la primera, los principales exponentes son los investigadores británicos Graham Murdock y Peter Holding, cuya investigación se centra en el análisis de los procesos de inserción de las instituciones de comunicación privadas y estatales en el modelo capitalista¹³, y Nicholas Garnham, cuyo estudio se enfoca en el análisis de *“los modos de producción y consumo cultural dentro de las sociedades capitalistas”*¹⁴.

De la segunda corriente de estudio, se señalan los trabajos de Armand Mattelart, Peter Waterman y Bernard Miège, quienes se enfocan en analizar el uso de los medios masivos de comunicación para promover la lucha de clases (Mattelart y Waterman) y la revaloración de los procesos de trabajo que derivan de las formas de producción mediática (Miège).

c. La investigación en el Tercer Mundo (países emergentes):

Esta corriente de estudio en sus orígenes estableció una *tesis “desarrollista”* que sostenía que *“los medios eran recursos que, junto con la urbanización, la educación y otras fuerzas sociales, estimularían mutuamente la modernización económica, social y cultural en el Tercer Mundo”*.¹⁵

¹² Vincent Mosco, *op.cit.*, p. 63

¹³ *Idem.*

¹⁴ Ana Segovia, *op.cit.*, p. 7

¹⁵ Vincent Mosco, *op.cit.*, p. 64

No obstante, y como señala Vincent Mosco, esta tesis dejaba de lado el análisis sobre las relaciones de poder y de clase que diferencian a las grandes potencias económicas (lo que en su momento se denominó como el Primer Mundo) de las economías en desarrollo (antes llamadas Tercer Mundo).

Este mismo autor sostiene que ante el fracaso de la “*tesis desarrollista*” los teóricos de la modernización han re-direccionado la investigación hacia el estudio del papel que juegan las telecomunicaciones y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación (TIC) en la división global del trabajo, tanto en términos territoriales como en términos de limitaciones espacio-temporales.¹⁶

El enfoque teórico-metodológico descrito es útil para abordar la problemática de los medios masivos de comunicación e identificar las causas económicas que dieron lugar al fin de la “*época de oro*” de la radiodifusión mexicana.

Esta rama de la Economía Política me permitirá estudiar cómo los entornos políticos y los procesos de producción, distribución y consumo, inherentes al modelo capitalista, influyeron en la modificación de las formas de operación de la radiofonía en el Distrito Federal durante la segunda mitad del siglo XX.

¹⁶ Ibid. p. 65

1.2. LA RADIODIFUSIÓN COMO UN NEGOCIO

El proyecto radiofónico mexicano, desde sus orígenes, fue impulsado casi en su totalidad por empresarios como Emilio Azcárraga Vidaurreta y Manuel Zetina, quienes tuvieron la visión, la acumulación de capital y aprovecharon el potencial del naciente medio para convertirlo en un gran negocio.

Como lo describe Fernando Mejía Barquera¹⁷, se tienen registros que dan cuenta de los primeros experimentos y transmisiones radiofónicas en el Distrito Federal que datan de 1921; no obstante, fue hasta 1929 que la recepción radiofónica se hizo accesible en la forma en que la conocemos, con un selector de emisoras y una bocina que, al contrario de los audífonos accesibles a un solo individuo, podía ser escuchada por varias personas.

Su funcionamiento interno poco a poco se alejó de la improvisación y sobre la marcha se fue perfeccionando hasta alcanzar, diez años después, su apogeo con la realización de programas de gran producción, animados por el talento de artistas y locutores consagrados por un público que reconoció en ellos cualidades sobresalientes en sus respectivas especialidades, pero sobre todo, que se apoyó en el patrocinio de un conjunto de empresarios que impulsaron la expansión de la radiodifusión comercial.

Como se expondrá con amplitud en capítulos posteriores, a partir de 1922 el interés en la radio experimentación, el potencial que este medio presentó a los dueños de las radiodifusoras para redituales altos beneficios económicos, así como la política de Estado favorable al proyecto privado, fueron detonantes clave para que en los primeros diez años a partir de que la radio adquiriera su carácter de comercial¹⁸ surgieran 22 estaciones de diferente corte, algunas de las cuales ochenta años después aún pueden ser sintonizadas en el cuadrante de amplitud modulada.¹⁹

¹⁷ Fernando Mejía Barquera, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea], México, Fundación Manuel Buendía, Foro Mexicano de Historia de los Medios, Julio, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].

¹⁸ De 1929 a 1939.

¹⁹ Entre ellas destacan la XEW y la XEQ, pertenecientes a Televisa Radio, la XEN y la XEJP de Grupo Radio Centro, y la XEL de Grupo Acir, por mencionar algunas. Ver Anexos 2 y 3.

“Fue el proyecto económico-político impulsado por el Estado mexicano en los años veinte el factor fundamental que permitió (desde luego combinado con fenómenos tan importantes como el papel que ya desde esos años empezaban a desarrollar los medios de difusión en la reproducción ampliada del capital imperialista) que la radio fuese utilizada en gran medida con propósitos de lucro.”²⁰

Alma Rosa Alva de la Selva señala en su libro *“Radio e Ideología”* cómo es que el desarrollo de los *mass media* se inserta dentro del modelo capitalista adoptado en nuestro país y responde al proceso productivo manteniendo relaciones de dependencia y explotación con los anunciantes y agencias de publicidad, en tanto que su propiedad reside en manos de unos pocos usufructuarios.

“En la sociedad capitalista, la forma mercantil es una forma general del intercambio. La actividad comunicacional, el desarrollo de los mass media y por tanto, de las características de sus mensajes, no escapan a esa relación dominante. En toda sociedad los medios son vehículos que actúan al servicio del proceso productivo; sin embargo, en la sociedad capitalista, donde los bienes se convierten en mercancías, los mass media también se transforman y, como resultado de la contradicción interna que caracteriza al proceso productivo capitalista, se convierten en ‘instrumentos al servicio de la realización de la producción’, es decir, al consumo.”²¹

Durante la década de los cuarenta la radiodifusión sufrió dos importantes transformaciones, de distinta naturaleza, que marcarían la pauta para su posterior perfeccionamiento y expansión: la invención de la grabación magnetofónica y la formación de las grandes cadenas radiofónicas.

Como se verá en capítulos posteriores, la grabación de programas fue benéfica para productores y público radioescucha en tanto que posibilitó la realización de programas más acabados y con una mayor calidad, al tiempo que permitió su distribución a un mayor número de estaciones en todo el país, incluyendo la

²⁰ Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, México, Fundación Manuel Buendía, 1989, p. 18

²¹ Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*. México, El Caballito, 1991, p. 21-22

publicidad que se transmitía entre un bloque y otro, con lo que los radiodifusores pudieron cobrar por ellos altas tarifas e incrementar de manera significativa sus ganancias, ya que éstos “serían escuchados por mayor número de personas”²².

Respecto a la formación de las cadenas radiofónicas Fernando Mejía Barquera explica lo siguiente:

“Las cadenas constituyeron en los años cuarenta un dispositivo económico-político que contribuyó enormemente al proceso de concentración de capital (aumento de la magnitud de los capitales de un número reducido de empresarios) y de centralización de capital (aumento de un capital por la incorporación a él de varios capitales más pequeños) en la industria de la radiodifusión, y consolidó el predominio y la dirección política de un grupo muy reducido de radiodifusores sobre el conjunto de esta industria.”²³

Y es que como este mismo autor sostiene, la formación de cadenas y grupos radiofónicos permitió a las estaciones llamadas “chicas”, contar con una programación que, por falta de recursos técnicos y económicos, no podían producir; al contar con una programación de mayor calidad, podían, a su vez, cobrar tarifas más altas por la venta de espacios publicitarios.

Por su parte, las estaciones llamadas “grandes” pudieron ofrecer a los anunciantes una mayor cobertura en la difusión de sus mensajes publicitarios, con lo que a su vez vieron incrementadas las ganancias que obtenían.

“Las grandes estaciones, preferentemente las ubicadas en el Distrito Federal, ofrecen a las emisoras pequeñas un tipo de programación que éstas, por su modestia de recursos económicos, no pueden producir, así como servicios especiales (por ejemplo, asesorías sobre aspectos técnicos y de mercadotecnia) a cambio de afiliarse a una cadena encabezada por aquéllas. Unas y otras se benefician: las radiodifusoras pequeñas pueden ofrecer mejores programas y cobrar tarifas más altas en sus espacios publicitarios al contar con emisiones de interés y las grandes emisoras

²² Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 173

²³ *Ibid.*, p. 132

pueden ofrecer a los anunciantes mayor cobertura en la difusión de los mensajes publicitarios.”²⁴

Ello contribuyó a que la propiedad de los medios quedara concentrada en manos de un reducido grupo, cuyos capitales y utilidades se incrementaron al crecer su control sobre las estaciones y sus contenidos publicitarios.

Al respecto, Alma Rosa Alva de la Selva hace la siguiente aseveración:

*“La radio que opera bajo el sistema de concesiones se ha mantenido dentro de una forma de manejo favorable para quienes la manejan, porque ante todo está concebida – y simultáneamente reducida – como un eficaz vehículo publicitario, imprescindible en los planes de mercadotecnia”.*²⁵

Otro factor determinante para la expansión de la inversión privada en radio fue el marco legal de la actividad, primero radiofónica y después televisiva, que como se señala más adelante, fue favorable para el desarrollo de la actividad comercial y del proyecto privado.

Es así que mediante la formación de grandes cadenas radiofónicas y aprovechando las ventajas y vacíos legales en la materia, los empresarios de la radio incrementaron los beneficios económicos que ambos medios les redituaban.

Durante medio siglo, la radio vendió espacios para que los anunciantes transmitieran sus propios programas, a los cuales se les permitía disponer de hasta un 20% de tiempo para insertar sus anuncios. Ello permitió a los concesionarios una acumulación de capital considerable.

Asimismo, la escasa regulación respecto del cobro de tarifas favoreció principalmente a las estaciones denominadas “grandes”, que, al tener una mayor potencia y cobertura, cobraban más dinero por sus servicios.

²⁴ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

²⁵ Alma Rosa Alva de la Selva, “Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la Ciudad de México”, María Antonieta Rebeil Corella, Alma Rosa Alva de la Selva, Ignacio Rodríguez Zárate, *Perfiles del Cuadrante*, México, Trillas, 1991, 1ª reimpresión, p. 41

Cuando en 1950 surgió la televisión, ésta utilizó los talentos de artistas, escritores y técnicos de la radio para nutrir sus primeros diez años, al cabo de los cuales contó con una programación propia. Para los siguientes diez años (1960-1970) radio y televisión siguieron sus respectivas rutas, desarrollando cada una sus propios programas (entre ellos, muchos de espectáculos), con el soporte que siempre obtuvieron de los grandes anunciantes y las agencias de publicidad.

Con el advenimiento de la televisión el papel de transmisor de noticias, deportes, cultura y entretenimiento de la radio no se vio afectado, ya que la radio era el proveedor de talento. Sin embargo, no es de extrañar que con la aparición de la televisión los mismos empresarios que habían apostado 30 años antes a una industria tan rentable como lo fue la radiodifusión, invirtiesen a partir de entonces en el nuevo medio de comunicación, prometedor en términos publicitarios.

Myriam Audiffred en su tesis *“La regulación de concesiones de radio y televisión en México: el camino a la democracia”* considera clave el papel que jugó el Sr. Emilio Azcárraga Vidaurreta en la transformación de las formas de operación mercantil de la radiodifusión durante la década de los cincuenta.

“Azcárraga Vidaurreta fue el gran impulsor de la radiodifusión nacional ya que, aunque no tuvo la propiedad de todas las emisoras del país, para mediados del siglo XX tenía en su poder el 50 por ciento de las estaciones radiofónicas de México.

En cuanto al origen de la televisión comercial nacional, hay que destacar que el periodo comprendido entre 1945 y 1969 se caracterizó por la introducción y el establecimiento de señales televisivas y por la reducción de la participación de Azcárraga en el sector radiofónico.

En estos años se escriben los primeros renglones de la historia de la televisión y al mismo tiempo se vislumbra la hegemonía de unas cuantas familias sobre el sector, tal y como sucedió en la radio.²⁶

²⁶ Miryam Audiffred Laso, *La regulación de concesiones de radio y televisión en México: el camino a la democracia*. México, Tesis para obtener el título en Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2005, p. 16

A partir de 1970, primero la televisión y después las diversas cadenas radiofónicas cambiaron esa modalidad para vender exclusivamente espacios para inserción de comerciales dentro de programas de la propia creación del emisor, con lo que incrementaron sus utilidades a pesar de que no pudieron mantener la ya mencionada proliferación de talentos, lo que devino en un sistema de comercialización que antepuso el beneficio económico a la satisfacción del espectador. Los grandes programas radiofónicos fueron sustituidos por grabaciones. La radio cayó en un modelo estereotipado de transmitir noticias y tocar los discos más vendidos de la semana.

En el plano económico ello representó un salto ya que los empresarios radiofónicos aprovecharon este sistema no sólo para incrementar los espacios para la inserción de publicidad, sino que el costo de venta de éstos se elevó considerablemente, con lo que aumentaron sus ganancias.

En 1970 tanto en estaciones de radio como en los canales de televisión se habían reestructurado los patrones de producción. Se modificó el sistema de ventas y el anunciante dejó de ser el patrocinador de los grandes artistas, para quedar convertido en una de las tantas marcas de productos o servicios que se insertan dentro de los programas de radio o televisión.

Es así que como expone Fernando Mejía Barquera, la participación de capitales privados en el desarrollo de la industria radiofónica y televisiva en México *“ha sido por completo coherente con las características que en México ha asumido la evolución del capitalismo y con las peculiaridades del Estado capitalista en nuestro país”*.²⁷

²⁷ Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 21

1.3. LA POLÍTICA DEL ESTADO Y EL PROYECTO PRIVADO

Para contextualizar de mejor manera mi objeto de estudio, considero necesario hacer una breve revisión de la política del Estado en materia de radiodifusión que durante la etapa comprendida a lo largo de once periodos presidenciales que abarca esta investigación, fue favorable al modelo mercantil del proyecto privado.²⁸

Para 1920, y a tres años de haber sido promulgada la Constitución de 1917, la política del entonces Presidente de la República Álvaro Obregón²⁹ buscaba el establecimiento y consolidación de un régimen populista que apoyaba el movimiento obrero no revolucionario, el reparto de tierras a comunidades campesinas, la modernización económica y la reconstrucción del país. Es en este escenario político como nace la radiodifusión en México, sin un marco jurídico que normara y legitimara la participación estatal y privada en el desarrollo del medio.

“La expansión radial se produjo en el ámbito de una amplia complacencia por parte del Estado mexicano, que auspició la operación comercial del medio y el cual, a pesar de haber fundado sus emisoras casi simultáneamente a la creación de las estaciones comerciales, no estableció regulación alguna al respecto.”³⁰

La política estatal adoptada a partir del gobierno de Álvaro Obregón, favoreció la participación de capitales privados más por la incapacidad gubernamental de incidir en el desarrollo del medio, que por desinterés en éste.

²⁸ Podemos encontrar algunos textos que hablan sobre el papel determinante que la política estatal jugó en la consolidación de la industria radiofónica, entre los que me permito citar: *“La industria de la radio y la televisión en México y la política del estado mexicano”*, de Fernando Mejía Barquera; *“Radio e ideología”*, de la Dra. Alma Rosa Alva de la Selva, asesora de este trabajo; *“Perfiles del cuadrante”*, de María Antonieta Rebeil Corella (et.al.); *“Medios de comunicación y sistemas informativos en México”*, de Karin Bohmann; *“Los medios de difusión masiva en México”*, de Fátima Fernández Christlieb; así como la tesis *“La regulación de concesiones de radio y televisión en México: el camino a la democracia”*, de Miryam Audiffred Laso.

²⁹ De 1920 a 1924.

³⁰ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit. Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la Ciudad de México*, p.36

Miguel Ángel Sánchez Armas³¹, reseña brevemente cómo fue que la adopción de un modelo mercantil en los orígenes de la radiodifusión mexicana resultó no de la falta de una política de estado que diera espacio a las organizaciones políticas para la creación de sus espacios particulares, sino por la falta de interés de estas últimas en participar en el perfeccionamiento de este medio.

“Frecuentemente se ha cuestionado el modelo mexicano de radiodifusión (radio y TV) mexicano. Hay quienes argumentan que la adopción de un patrón puramente mercantil – contra el ejemplo del modelo inglés, de utilidad pública controlado por el Estado – fue producto de un “descuido” de los gobiernos revolucionarios. Pero según ha dejado en claro Fernando Mejía Barquera, éste es un mito más en el ámbito de la historia de los medios electrónicos, pues el Estado mexicano nunca desatendió a la radiodifusión, además de que las organizaciones políticas de la izquierda – que eran las que hubieran podido promover la adopción de otro patrón-, nunca demostraron mayor interés en esa industria.”³²

No obstante, como el mismo Fernando Mejía Barquera explica *“las organizaciones revolucionarias no elaboraron en ese momento un proyecto relativo a los medios de difusión electrónicos alternativo al que la burguesía empezaba ya a instrumentar [...] resultado del escaso nivel de desarrollo político e ideológico de la clase obrera y de sus organizaciones.”³³*

Investigadores como Alma Rosa Alva de la Selva, Fátima Fernández Christlieb y Fernando Mejía Barquera sostienen que el desarrollo de la radiodifusión mexicana, inserta en el modelo capitalista y siguiendo el modelo norteamericano, fue propicio para la inversión privada nacional y extranjera, quedando relegado a segundo plano el papel del Estado en la consolidación del medio, ya que éste no contaba con los recursos suficientes para invertir de manera importante en la infraestructura tecnológica que permitió su ulterior perfeccionamiento y desarrollo.

³¹ Fundador de la Revista Mexicana de Comunicación.

³² Miguel Ángel Sánchez Armas, “Historiar a los medios” [en línea], México, *El enjambre y las abejas. Reflexiones sobre comunicación y democracia*. Fundación Manuel Buendía y Universidad Veracruzana, 2003, p. 61, Dirección URL

http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/LIBRO_EL_EJAMBRE_Y_LAS_ABEJAS.pdf
[consultado: 09 de enero de 2009]

³³ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 20

“En nuestro país el funcionamiento de la radio se ha apegado a un modelo en el que el manejo del medio se considera como campo natural del sector privado y en el cual el Estado ha participado de una manera minoritaria. Es necesario señalar que, si bien el Estado participa actualmente de forma secundaria en la radio nacional con respecto al sector privado, esta situación arranca desde el surgimiento del medio, cuando los primeros logros radiofónicos captaron el interés de los grupos económicos preponderantes del país por implantar el modelo de radiofonía comercial existente en los Estados Unidos. [...]

La implantación del modelo comercial de radiofonía, como se señaló antes, se remonta al nacimiento de la radio, cuando al no existir una fuente de acumulación lo suficientemente desarrollada como para que surgiesen capitales nacionales que apoyaran la incipiente industria, el capital industrial y bancario que instala su infraestructura se integra casi en su totalidad de capitales extranjeros.”³⁴

La política estatal del periodo obregonista favoreció la adopción de un “*modelo mixto*” de participación estatal y privada acorde al contexto político del país y la capacidad económica tanto del Estado como de los primeros concesionarios para invertir en el nuevo medio.

“Para propiciar el desarrollo de la radiodifusión en el país, era necesaria, según la concepción del Estado, la participación de capitales privados (mexicanos, por supuesto) pues aquél [el Estado] no tenía la capacidad económica para instalar un número grande de estaciones y además carecía todavía de un aparato administrativo eficiente para vigilar su operación.”³⁵

Karin Bohmann señala que el Estado era consciente de la importancia de la radiofonía en el desarrollo de una política de Estado y su empleo político, pero al favorecer los intereses de los particulares perdió espacios de influencia y participación.

³⁴ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit.*, *Radio e Ideología*, p. 43

³⁵ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p.19

“...el Estado perdió oportunidades precisamente en lo que respecta a la legislación debido a las deferencias que tuvo para con los empresarios privados de la radio. También desaprovechó la posibilidad de participar y ejercer influencia sobre una estructura de programas orientada a las necesidades informativas culturales y educativas de la población en las emisoras privadas. [...]

Con la creciente propagación de la radio comercial más bien disminuyó la importancia de las radiodifusoras con orientación educativa y pro gubernamental. Así es como la política radiofónica gubernamental podría considerarse contradictoria y carente de un concepto claro.”³⁶

Para septiembre de 1923 se aprueba la primera iniciativa de ley para normar el otorgamiento de concesiones, elaborada por la Liga Central de Radio, con la cual se comienza a perfilar el peso que el sector privado tendría en la elaboración de las posteriores disposiciones legales en la materia, al conseguir “*prerrogativas sustanciales*”, como disminución de cuotas para el establecimiento de estaciones radiofónicas.³⁷

El gobierno de Plutarco Elías Calles (1924-1928) fue favorable para la centralización y concentración del poder y el desarrollo de la radiodifusión al iniciar la regulación de su funcionamiento y, con ello, el establecimiento de condiciones y otorgamiento de garantías a inversionistas mexicanos para participar en esta actividad.

“Calles, quien fue el primer candidato presidencial que empleó la radiodifusión en su lucha electoral, durante 1924, evidentemente era consciente de los alcances del medio.”³⁸

³⁶ Karin Bohmann, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, Alianza Editorial, 1997, 1ª reimpresión, p. 93

³⁷ *Ibid.*, p. 89-90

³⁸ *Ibid.*, p. 90

Fue durante este periodo de lucha por la consolidación del estado mexicano que se expidió la *Ley de Comunicaciones Eléctricas* (26 de abril de 1926), con la que se inició en nuestro país la regulación de las transmisiones radiofónicas.³⁹

Durante las administraciones de Pascual Ortiz Rubio (1930-1932) y Abelardo L. Rodríguez (1932-1934) el interés por normar la actividad radiofónica favoreció a la inversión privada. Es así que entre 1931 y 1933 se publicaron las siguientes regulaciones jurídicas:

1. El *Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión*,⁴⁰ el cual sustituye el régimen de permisos que operaba en los años veinte por el de concesiones, con el objetivo de incrementar la inserción de anuncios comerciales y mediante el cual se establecieron condiciones para garantizar la inversión de capitales privados a largo plazo.
2. La *Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras*⁴¹ que establece un gravamen del 5% sobre ingresos brutos a las estaciones comerciales.
3. El *Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación*⁴², que si bien establecía una serie de restricciones acerca de los contenidos de las transmisiones, permitiendo con ello al Estado reforzar su control político mediante la difusión de la “*ideología oficial*”, otorgó a los empresarios facilidades para la acumulación de capital al establecer que las radiodifusoras comerciales pudieran hacer uso de hasta un 20% de su tiempo total de transmisión para la propaganda comercial.

Es así que como señala Fernando Mejía Barquera las disposiciones jurídicas aprobadas hasta ese momento establecieron de manera explícita los límites y características de la participación estatal en materia de radiodifusión y brindó a los particulares las garantías legales necesarias para favorecer el desarrollo de la actividad comercial y la acumulación de capital.

³⁹ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

⁴⁰ Diario Oficial de la Federación, México, 25 de septiembre de 1931.

⁴¹ Diario Oficial de la Federación, México, 10 de julio de 1933.

⁴² *Idem*.

En el sexenio de Lázaro Cárdenas (1934-1940) se crea el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), organismo que tiene a su cargo el diseño y la ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano, la administración de las estaciones estatales y la regulación de las emisiones producidas por Secretarías y Departamentos de Estado.⁴³

*“A través del DAPP el gobierno se proponía ejercer un control estricto no sólo de la información oficial, sino de cualquier información que se transmitiera a través de los medios masivos. [...] Con estas disposiciones se completaba el conjunto de medidas jurídicas y políticas con que el Estado establecería por muchos años un control rígido sobre el contenido de los mensajes transmitidos por la casi totalidad de los medios de difusión masiva”.*⁴⁴

Este control sobre los contenidos de las transmisiones ya establecido en la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1933, se ratificó mediante la expedición, en 1936, del *Reglamento para Estaciones Radiodifusoras comerciales, científicas, culturales y de aficionados*⁴⁵ y la *Ley de Vías Generales de Comunicación*, de 1940.⁴⁶

Si bien durante dicha administración la participación del Estado en el establecimiento de estaciones y el uso del medio para la difusión de sus intereses políticos y la creación de una identidad nacional se incrementó de manera significativa, *“a la vez permitió – sin mayores restricciones – el desarrollo de la radiodifusión comercial y privada”.*⁴⁷

El crecimiento de la radio comercial superaba con mucho el número de estaciones propiedad del Estado, siendo insuficientes los esfuerzos gubernamentales por revertir su influencia y peso en el desarrollo de la radiodifusión.⁴⁸

⁴³ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

⁴⁴ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 66

⁴⁵ Diario Oficial de la Federación, México, 30 de diciembre de 1936.

⁴⁶ Diario Oficial de la Federación, México, 19 de febrero de 1940.

⁴⁷ Karin Bohmann, *op.cit.*, p. 98

⁴⁸ Fernando Mejía Barquera señala que para 1934 el país contaba con 52 estaciones comerciales y únicamente 5 estaciones oficiales. *Vid. op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 59

“La coexistencia del Estado y de los particulares en la radiodifusión no tenía porque impedirse mientras éstos prestaran su colaboración al Estado en sus campañas políticas y educativas.”⁴⁹

Además, como señala Fernando Mejía Barquera, la expansión de la radiodifusión comercial fue ampliamente apoyada por el Estado en tanto que permitió el crecimiento de la red radiofónica del país y su infraestructura, al estar asociadas con capital estadounidense, principalmente.

Durante el régimen de Manuel Ávila Camacho (1940-1946) nuevamente el Estado adopta un papel proteccionista hacia los intereses de los radiodifusores particulares, con el cual se afianzó la expansión de la industria radiofónica y el proceso de acumulación de capital.

Y es que como apuntan varios autores, entre los que puedo citar a Fátima Fernández Christlieb, Fernando Mejía Barquera y Alma Rosa Alva de la Selva, el papel del Estado en la regulación y organización de la industria radiofónica hasta 1960, año en que se expide la *Ley Federal de Radio y Televisión*⁵⁰, destinada a regular una actividad iniciada cuarenta años antes en lo que compete a radio y diez años después en lo que respecta a la televisión, se centró en aspectos puramente técnicos y favoreció la inversión del sector privado y el carácter comercial de la radiodifusión.

La política estatal adoptada a partir del régimen de Ávila Camacho favoreció el desarrollo de la industria privada y la protección al capital privado como un factor necesario para el progreso de la nación y la expansión del régimen capitalista adoptado.

Esta política también fue benéfica al desarrollo del proyecto radiofónico privado en tanto que las necesidades de difusión de los mensajes estatales y de su ideología quedaban cubiertas por las transmisiones que se efectuaban a través del conjunto de estaciones comerciales, que tenían la obligación de transmitir los mensajes de

⁴⁹ Ibid. p. 81

⁵⁰ Diario Oficial de la Federación, México, 19 de enero de 1960. Última reforma: 11 de abril de 2006.

carácter oficial que el gobierno solicitara, y aquellas emisoras que el Estado conservó.

No obstante, y como apunta Fernando Mejía Barquera, ello ubicó al Estado en una posición de virtual dependencia con respecto a los radiodifusores comerciales para la emisión de sus mensajes, pues al no contar con un sistema lo suficientemente fuerte para la producción y difusión de sus mensajes, se supeditó a los horarios de las estaciones comerciales para la difusión de los mismos.

En 1942 se expidió el *Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación, Científicas y de Aficionados*,⁵¹ el cual incorporaba un conjunto de disposiciones generadas en el seno de la Comisión Consultiva de Radio,⁵² y mediante la cual el grupo de industriales radiofónicos contaron con un instrumento político para influir en la política estatal.

*“Los industriales de la radio, fortalecidos por la propia política del Estado, habían adquirido una gran autonomía que les permitía negociar en posición de fuerza con la burocracia y, además, imponer, en buena medida, condiciones al Estado, respecto a la forma en que la radiodifusión debía operar en el país.”*⁵³

Esta política no sufrió modificaciones sustanciales durante las administraciones de Miguel Alemán Valdés (1946-1952) y Adolfo Ruiz Cortines (1952-1958), siendo nuevamente con el gobierno de Adolfo López Mateos (1958-1964) que el Estado buscó recuperar parte del terreno perdido con la expedición en 1960 de la Ley Federal de Radio y Televisión, legitimando con ésta su participación como emisor.

*“Además, decide regular la industria, aunque, en virtud de las acciones de presión que ejerce el grupo de concesionarios, sus intereses en la operación de ambos medios (radio y televisión) quedan salvaguardados. Algo parecido ocurrió en 1968, cuando se lograron prebendas para el pago de sus impuestos a cambio del llamado ‘tiempo fiscal’.”*⁵⁴

⁵¹ Diario Oficial de la Federación, México, 20 de mayo de 1942.

⁵² Cuya fundación se decreta en la Ley de Vías Generales de Comunicación de 1939.

⁵³ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p.118

⁵⁴ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit.*, *“Del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la Ciudad de México”*, p. 37

La Ley Federal de Radio y Televisión establece en sus artículos 59° al 62° los ámbitos de participación del Estado en lo referente a las transmisiones radiofónicas haciendo uso de los tiempos de transmisión de las estaciones comerciales.

De tal forma, el artículo 60°, fracción I, obliga a los concesionarios y permisionarios a transmitir gratuitamente y con preferencia sobre otras emisiones *“los boletines de cualquier autoridad que se relacionen con la seguridad o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público, o con medidas encaminadas a prever o remediar cualquier calamidad pública”*, mientras que el artículo 62° establece la obligación de todas las estaciones de radio y televisión de encadenarse, *“cuando se trate de transmitir informaciones de trascendencia para la nación, a juicio de la Secretaría de Gobernación”*⁵⁵.

Donde se evidencia de mejor manera la clara intención del Estado de hacer uso del medio para difundir la política estatal es en el artículo 59° que señala que *“las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuados, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.”*⁵⁶

Finalmente, el artículo 61° de la referida Ley establece que *“para los efectos del artículo 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oirá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo”*. Con esta disposición se establece la pauta para que los programas producidos por el Estado se transmitan en los horarios de menor audiencia, con objeto de que éstos no interfieran con la programación de los horarios estelares, protegiendo así los intereses de los concesionarios.

⁵⁵ Ley Federal de Radio y Televisión, Diario Oficial de la Federación, México, 19 de enero de 1960, Dirección URL:

<http://www.diputados.gob.mx/LeyesBiblio/ref/lfrt.htm> [consultado: 11 de enero de 2009].

⁵⁶ Idem.

El acatamiento de estas disposiciones tampoco representó una transformación importante en los contenidos de las programaciones, ya que como apuntan Alma Rosa Alva de la Selva y Karin Bohmann, el Estado no contó con los recursos suficientes para producir un número tal de programas que cubrieran los 30 minutos diarios de transmisión.

“A partir de 1960, los intentos de mantener influencia sobre la programación de las estaciones privadas de radio y televisión por medio de nuevas leyes y de obtener una compensación por el uso de la propiedad de la Nación fracasaron debido a la exitosa resistencia de los industriales del sector. [...]”

La política de comunicación radiofónica estatal fortaleció, a final de cuentas, el despliegue y el dominio casi ilimitado de la industria de radio y televisión comercial y privada.”⁵⁷

Cabe mencionar que los vacíos legales de esta ley también fueron propicios para que la propiedad de estaciones radiodifusoras se concentrara en manos de unos cuantos concesionarios, pues como señala Alma Rosa Alva de la Selva, esta ley *“no incluye disposición alguna sobre la posible concentración de éstos (concesiones y permisos), ni hace referencia al artículo 28 constitucional, que prohíbe la existencia de monopolios o estancos de toda clase.”⁵⁸*

Es así que durante los periodos presidenciales de López Mateos y Gustavo Díaz Ordaz⁵⁹ se consolida una política estatal que favoreció el desarrollo de monopolios y gremios, sustentándose en el modelo de *“desarrollo estabilizador”* mediante el cual se buscaba el crecimiento económico del país, permitiendo con ello el afianzamiento de la burguesía nacional y, por ende, de la radio comercial.

“En los hechos, se había consolidado el predominio económico y político de un reducido grupo de radiodifusores que había monopolizado para sí la posibilidad de obtener altísimas ganancias en esta industria sobre la base

⁵⁷ Karin Bohmann, op.cit., p.110-111

⁵⁸ Alma Rosa Alva de la Selva, op.cit., *Radio e Ideología*, p. 50

⁵⁹ De 1964 a 1970.

*de establecer un control efectivo de una gran parte de las frecuencias disponibles en el país.*⁶⁰

Es así que como apunta Alma Rosa Alva de la Selva:

*“En este marco se ubica la relación entre el Estado mexicano el grupo de concesionarios de la radio y la televisión, relación en la que éstos han actuado como grupo de presión, que pugna por la consecución de sus fines y que se gesta en los primeros años de operación de la industria radiofónica, consolidándose en su desarrollo.”*⁶¹

⁶⁰ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p.181

⁶¹ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit.*, *Radio e Ideología*, p. 54

CAPÍTULO 2. LA HISTORIA DE LOS QUE HICIERON LA RADIO

Si uno avanza confiadamente en la dirección de sus sueños, y trata de vivir la vida que se ha imaginado, se encontrará con un éxito inesperado a cualquier momento.

Henry David Thoreau

2.1. UN ANTES ENFRENTADO A UN DESPÚES

Hasta el siglo XIX las comunicaciones contaban solamente con la imprenta como vehículo de la difusión de ideas, a través del libro, el periódico, la revista y el cartel. Los medios de locomoción se concretaban a la navegación marítima, el ferrocarril y la diligencia. Sin embargo, el siglo XX fue propicio al florecimiento de la tecnología hasta el punto de alcanzar logros que eran inimaginables hace cien años.

La transmisión de sonidos mediante las ondas radiofónicas fue uno de ellos, ya que no sólo permitió comunicar ideas de un lugar a otro, sino que dio paso al desarrollo de lo que actualmente se considera como el medio masivo por excelencia.

A partir del momento en que nació la radio como un invento capaz de transmitir una señal por medio de una antena para ser captada por un receptor sintonizado en una frecuencia determinada, comenzó la historia de la radiodifusión.

Sin embargo, fue hasta 1920 cuando esta actividad empezó a tomar forma al encausar la onda sonora de manera que ésta pudiera ser captada por cualquier receptor sintonizado en la misma frecuencia del transmisor. El simple receptor de galena con audífonos fue reemplazado pronto por el receptor de bocina que ofrecía ventajas como prescindir de los incómodos audífonos y contar con un cuadrante sintonizador que ayudaba a seleccionar las emisoras.

Al paso de los años surgieron los transistores, la frecuencia modulada, la grabación magnética, el sonido digital y los programadores automáticos; los receptores se compactaron y multiplicaron sus funciones, pese a lo cual, desde un principio y hasta nuestros días, la radio conserva su esencia: un mensaje o

programa enviado a través de una antena y captado por un oyente por medio de un receptor.

La radio constituyó durante sus primeros veinticinco años el espectáculo familiar por excelencia. En cada hogar, todos a una, se sorprendieron con las noticias relevantes, se deleitaron con el talento de cientos de artistas, se conmovieron con historias de contenido humano, se divirtieron celebrando los chistes de ingeniosos cómicos y se llenaron de sentimientos de admiración y gratitud hacia la emisora y las marcas que hacían posible tan grata presencia en su hogar.

Las variadas emociones que el público recibía a través de la radio despertaron en éste el deseo de acercarse al misterioso escenario en el que actuaban sus artistas preferidos y descubrir la identidad física de aquellos que con su voz se habían convertido en sus ídolos. Cuando una difusora organizó un festival en un salón, teatro o cine de gran capacidad, se llevó la sorpresa de ver que el local resultó insuficiente y fueron muchos los que quedaron fuera.

Esta experiencia abrió el camino para que la radio hiciera contacto personal con el auditorio y, en poco tiempo, las emisoras contaron con estudios equipados con butacas e idearon programas de concurso en los que tenía participación el público asistente. También formaron clubes de amas de casa, de princesitas románticas o de amigos de alguien y, por supuesto, surgieron los programas de complacencias.

Pronto la radio descubrió que podía transmitir fuera de sus de estudios y por medio del control remoto llevó a los hogares los pormenores de una *“quema de Judas”* en sábado de Gloria, lo mismo que un concierto al aire libre desde la Alameda Central o el Bosque de Chapultepec.

Las producciones radiofónicas se enriquecieron con la transmisión de eventos deportivos y alcanzó su momento de mayor esplendor en las corridas de toros cuando éstas eran reseñadas por Don Alonso Sordo Noriega.

Así fue como la señal emanada de la bocina de un radio receptor ejerció un influjo mágico capaz de convertir en audiencia activa a la que parecía haber sido pensada para ser sólo audiencia pasiva.

Se han fijado los años setenta como meta final de esta historia porque fue entonces cuando vio su fin la época de oro de la radio, como lo demuestra la ausencia actual de figuras artísticas capaces de reemplazar a aquellas que en su tiempo surgieron, triunfaron, y ganaron un sitio entre los inolvidables.

Es innegable que actualmente las transmisiones tanto de radio como de televisión, salvo contadas excepciones, ya no son lo suficientemente capaces para atraer la atención de quienes buscan un momento de amena distracción, una información oportuna o una música melodiosa que ayude a relajar tensiones; no obstante, escuchar radio y ver televisión son hábitos arraigados para casi todas las personas, no sólo en México, sino alrededor del mundo. Resulta asombroso ver en nuestro país que incluso en las comunidades más pobres, donde los niños sobreviven con poca comida y escasas ropas, la radio y la televisión son medios presentes en todo momento.

Hoy en día el cuadrante de la televisión en sus canales abiertos ofrece en sus mejores horarios fútbol, noticias, fútbol, chismes, más fútbol y más chismes; una que otra película de aquellas que hicieron historia, repetida tantas veces que ya no resulta atractivo verla; películas extranjeras que tampoco ofrecen nada nuevo al televidente; programas dirigidos a las amas de casa en los que los conductores repiten incansablemente los mismos chismes e ilustran a los televidentes sobre cosas tan banales como horóscopos y concursos de imitación del artista de moda; alguno que otro cómico que sabe encontrar la gracia del chiste en la majadería y el albur; los vacíos *"reality show's"* cuyo rating se basa en someter a personas comunes a diversas pruebas con tal de contar con cinco minutos de efímera fama; y, por supuesto, las estelares telenovelas, cuyos personajes se ven envueltos en las mismas situaciones dramáticas una y otra vez, sin olvidar a la chica humilde que se enamora del millonario y al final es correspondida, o viceversa.

Sólo en contadas excepciones es posible encontrar, en los canales de televisión abierta, mayoritariamente en los canales 11, 22 y 40, pues su corte es cultural, alguno que otro documental sobre historia, ciencias naturales o música. Los programas de ópera son recibidos por un escaso público conocedor, lo mismo que las películas de época y documentales, y los pocos que se llegan a transmitir generalmente pasan a partir de la 1:00 AM, horario en el que no interfieren con su programación "habitual" y en el que prácticamente nadie los ve. Peor aún, éstos

últimos han sido substituidos por los *“Infomerciales”*, cápsulas de 15 o 30 minutos en los que al espectador le prometen milagros para: adelgazar, tener la mejor dentadura, el cabello más hermoso, un cuerpo inigualable, cocinar y limpiar sin esfuerzo e incluso, una mejor vida sexual si compra *“el producto que cambiará su vida”*.

Por su parte, el cuadrante de la radio tanto en AM como en FM es más desalentador por su falta de originalidad y su pobreza de ideas. La batalla por la audiencia mueve a las emisoras menos escuchadas a copiar lo que hacen las que van a la vanguardia y el resultado no puede ser otro que el de reducir las opciones del oyente.

Casi todas las estaciones cuentan con un sistema informativo en el que dos o más titulares charlan entre sí y se comunican con sus reporteros, igual que lo hacen los de televisión, sólo que aquí los reporteros en vez de cámara tienen una grabadora; cuando hacen contacto con la cabina, si tienen que hablar, se expresan con raquíptico vocabulario y si llegan a reproducir su grabadora suele escucharse algún comentario intrascendente y muchas veces incomprensible, confundido con el ruido de fondo.

El micrófono ya no discrimina, es de todos, tengan o no elocuencia, y la palabra es de todos, sepan o no de lo que están hablando.

No es extraño escuchar a una locutora hablando de las empresas *“no gubernamentales”* [sic]⁶², a un locutor que dice que *“a pesar de haber chocado un vehículo, no causó prejuicios”* [sic]⁶³, y muy recientemente a diversos reporteros y presentadores hablando sobre el contagio de la *“influencia”* [sic]⁶⁴, pues son incontables las ofensas que hacen a la gramática.

Igual que en la televisión, por la radio es posible sintonizar transmisiones de partidos de fútbol; chismes; noticias con tono amarillista; más fútbol; más chismes; programas de *“opinión”* en los que los conductores dan su mal informado punto de

⁶² En lugar de *“gubernamental”*.

⁶³ *Prejuicio*: Acción y efecto de prejuizar. Opinión previa y tenaz, por lo general desfavorable, acerca de algo que se conoce mal.

⁶⁴ Al hacer referencia al virus de la influenza humana A (H1N1).

vista sobre un hecho concerniente a la política o los deportes, buscando influenciar la opinión del radioescucha; programas banales que dicen como “*con magia blanca*” se puede conquistar al hombre deseado o en los que se predice el futuro; más deportes, más chismes; y música, mayoritariamente popular o de dudosa calidad para ser calificada como tal, interpretada por los mismos artistas que trabajan para las televisoras, quienes son promovidos no por su talento, sino por sus amigos, sus “atributos físicos” y, en algunos casos, por la poca ropa que usan.

Es penoso que en esta época no exista diferencia notoria entre una radiodifusora y otra, ni entre los canales de televisión. En la radio, un programa musical es idéntico a otro que ya hemos escuchado, ni la música ni sus intérpretes ofrecen algún ángulo novedoso que los distinga del patrón único que ha moldeado a los artistas de la radio y la televisión de épocas pasadas.⁶⁵

Sólo en contadas ocasiones es posible sintonizar un programa que dé al radioescucha información noticiosa objetiva; programas de superación personal en los que se invite al radioescucha a crear imágenes mentales mediante la meditación y la reflexión, y no mediante trucos baratos; en los que se transmita información sobre los próceres de nuestra historia que le den ejemplo a niños, jóvenes y adultos sobre lo que es o debe ser la honestidad, la valentía, la probidad, la ética y la integridad; en los que se difunda el civismo y se recuerde que “*el respeto al derecho ajeno es la paz*”; en los que se recreen los grandes clásicos de la literatura, para niños y adultos, y se dé cabida a nuevos autores, se transmitan fábulas y cuentos, e incluso se enseñen hábitos saludables como el cepillado de los dientes tres veces al día y el uso de un lenguaje propio con sus compañeros y ante sus mayores; música que pueda ser calificada como tal porque su ritmo y armonía son innovadoras, e incluso música clásica.

⁶⁵ Cabe mencionar el texto “*Historia de la música popular en México*”, de Juan S. Garrido, en donde éste prestigiado investigador ofrece la pormenorizada relación de canciones, intérpretes y compositores de México entre los años 1896 y 1973, incluyendo así el periodo definido como el de “*los años dorados de la radio*” y testifica la riqueza de la producción artística durante ese periodo. Por otra parte, Fernando Mejía Barquera en su tesis de maestría “*El sound-track de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*” desarrolla con amplitud un estudio sobre la oferta radiofónica musical que se ha popularizado a partir del surgimiento del medio.

Esta falta de creatividad refleja en toda su magnitud la crisis de talento que afecta en todas las modalidades el contenido de los programas de radio y televisión. Actualmente en toda la extensión del cuadrante radiofónico y televisivo existe sólo un gran vacío. Baste con hacer un somero repaso a algunos programas de los años cuarenta y cincuenta para constatar que en los últimos treinta años no han surgido otros capaces de llenar el hueco que dejaron aquellos.

De este panorama caótico puede encontrarse una referencia en el Suplemento Cultural del diario Excélsior: “El Búho”, num. 676, del domingo 23 de agosto de 1998, en cuyas páginas 4, 5 y 6 aparecen ocho artículos de diversos autores que glosan a profundidad la crisis de talento que ha llevado a los medios electrónicos a su nivel más bajo.

Lamentablemente, la presencia continua de espectáculos mediocres ha modificado en el público sus parámetros de calidad, al grado de hacerles calificar de anticuado lo que ya no son capaces de hacer los nuevos artistas y aplaudir como excelente lo que años atrás hubiera hecho sonar la campana de *“La Hora de los Aficionados”*.

El mismo caso sucede con los programas informativos, de opinión, de comedia y de recreación, al no ofrecer alternativas novedosas al auditorio en contenidos, presentadores ni formatos, pues, son una copia fiel de lo que se transmite por televisión, de lo que producen otras estaciones radiofónicas y no invitan al radioescucha a la reflexión, la meditación, el análisis y la creación de imágenes mentales.

Volviendo al principio, se señala 1921 como el año en que se inició en México la radiodifusión y 1940 como el momento en que alcanzó su madurez.

De cómo era la estratificación social en esos años nos dan cuenta los testimonios de quienes los vivieron y han tenido ocasión de narrar de diversas maneras sus recuerdos.

La educación de niños y jóvenes era labor conjunta de maestros y padres de familia pues aquellos dejaban tareas que ponían a trabajar no sólo a los alumnos, sino también a los padres, quienes, en alguna forma les ayudaban a desarrollar

sus trabajos, y vigilaban que éstos tuvieran el mejor acabado posible. Los libros de lectura escolares estaban formados con páginas de antología de nuestros grandes literatos, tanto de poesía como de prosa e incluían narraciones de episodios históricos portadores de mensajes estimulantes del patriotismo, la probidad y el respeto tanto a las instituciones como a las personas. Se dice que un alumno de sexto año de primaria podía repetir de memoria los nombres de los estados, capitales, ríos y montañas de nuestra República.

Pero lo más importante de todo esto radica en el hecho de que aquellos jóvenes se cultivaban para superarse, entendiendo esta superación como la cadena de metas que los llevarían finalmente a convertirse en ciudadanos útiles y valiosos en sus respectivas profesiones, tanto por sus conocimientos, como por su madurez cívica.

Se nos habla de aquel personaje legendario de la radio llamado *“Tío Polito”* (Manuel Bernal), quien supuestamente venía diariamente de su lejana casita del Ajusco para platicar con sus sobrinos (los niños que lo escuchaban), a quienes daba buenos consejos para corregir sus faltas cuando se enteraba del mal comportamiento de algunos de ellos (gracias a la colaboración de los padres de familia que mediante la correspondencia hacían posible esta retroalimentación del programa), pero siempre halagaba a los niños oyentes narrando los más famosos cuentos de la literatura universal como *“Pinocho contra Chupete”*, *“Aladino”*, sin faltar los de autores mexicanos como Manuel Gutiérrez Nájera (*El Duque Job*) y otros.

Como éste, hubo varios programas que anidaron en el alma infantil e hicieron extensivo su recuerdo a varias generaciones, tales como *Cri-Crí*, *el Grillito Cantor* (Francisco Gabilondo Soler), y *El Tío Gamboín* (Ramiro Gamboa).

Generadores de risas como Panseco y todos los personajes de su creación, así como los imitadores Ferrusquilla, José Luis Véles, Tilín y Flavo, en la radio, y Juan Verdaguer, el grupo de Pompín y Nacho y Susana, en la televisión, se caracterizaron por su ingenio, su gracia y su alegría, aptos para chicos y grandes, cosa que no sucede ahora, cuando la comicidad se ha vuelto grosería y la gracia sólo encuentra su chiste en el albur.

Las amas de casa por su parte, enriquecieron espléndidamente sus experiencias escuchando la voz de personas especializadas en economía doméstica, cocina o modas, al tiempo que se deleitaban con canciones que popularizaban las voces de sus artistas favoritos.

Las empresas anunciadoras a través de su publicidad fomentaron con gran acierto hábitos que trascendieron en forma definitiva al mejoramiento de la vida familiar entre los que podemos citar la higiene bucal, el aseo personal y la incorporación del detergente al lavado de la ropa.

Este “antes” enfrentado a un “después” como el que se vive actualmente difiere tan radicalmente como es el caso de que un estudiante difícilmente podría recitar los nombres de los estados, las capitales y los ríos, y en cambio puede recitar los nombres de jugadores y equipos de fútbol, y por lo que hace al ama de casa, en su apasionamiento por las telenovelas recibe tantos impactos publicitarios que acaba convertida en compradora compulsiva de ofertas y, entre ellas, de productos de cuya utilidad no está enterada; productos que, como ya mencioné, le ofrecen mágicamente la perfección de su imagen física al adquirir toda clase de artículos para bajar de peso, incrementar el busto, tener la sonrisa más blanca, mejorar el aliento, contrarrestar la calvicie, suavizar el cutis, etc., e incluso hacer sus labores domésticas más sencillas.

He mencionado un “antes” y un “después”, éste, el “después”, lo tenemos a la mano cuando sintonizamos la radio o la televisión, pero el “antes” debe ser conocido con mayor precisión.

2.2. PERSONAJES QUE INTERVIENEN EN LA PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS RADIOFÓNICOS

A ochenta años de distancia tal vez se necesite hacer un gran esfuerzo para imaginar a todos los miembros de una familia sentados en torno a un receptor de radio escuchando conjuntamente, con devota atención, el programa que en ese momento se estaba generando “en vivo”⁶⁶ en el estudio de alguna emisora.

Desde ese entonces la radio se constituyó en el medio de comunicación por excelencia, acción que fue posible gracias al trabajo incansable de productores, directores artísticos, escritores, artistas, locutores y técnicos talentosos que jugaron y juegan un papel preponderante en esta historia. Es por ello que resulta necesario mencionarlos, no en orden de importancia, sino de aparición, con objeto de clarificar sus funciones y la interdependencia entre las actividades que cada uno realiza.

En primer lugar aparece el **RADIODIFUSOR**, como un empresario con visión que apuesta a un nuevo invento, arriesga y gana en un negocio que tiene por objeto la venta del tiempo de la emisora como fuente de ingresos. Su objetivo: vender todos los minutos de transmisión.

Estrechamente ligado al radiodifusor, encontramos al **INGENIERO**, personaje encargado de la instalación y mantenimiento de los equipos de transmisión, héroe ignorado de la historia, pero piedra angular en su desarrollo.

Por el contrario, el **LOCUTOR** es la voz que comunica constantemente ideas, sentimientos y datos y acompaña incansablemente al radioescucha; la voz informativa, como se le llamó en los comienzos. Es la imagen de la radiodifusora, personaje simpático, alegre, romántico, culto e incluso dicharachero que, más allá de sus cualidades, se convierte en el compañero del oyente, amigo, consejero e incluso interlocutor. Fuera del micrófono y al frente del mismo, también es vendedor de tiempo, creador de programas, inventor de frases e incluso cantante y declamador.

⁶⁶ Como se mencionó con anterioridad, la grabación de programas se comenzó a utilizar hasta finales de los años cuarenta.

Otro protagonista vital para el desarrollo de la industria es el **ANUNCIANTE** que, como comprador de tiempo, hace posible que la radiodifusión se convierta en una gran empresa.

Elemento fundamental que registró su presencia desde el nacimiento de la radio es el **ARTISTA**, responsable de entretener al público con su actuación, pues es el atractivo del espectáculo. Éste, es impensable sin la presencia de actores, cantantes, compositores, cómicos, declamadores, solistas, duetos, tríos y conjuntos.

Por su parte, el personaje encargado de la selección de artistas y coordinación de programas que trabajan con talento en vivo, para ofrecer al público un espectáculo capaz de mantener su atención es el **DIRECTOR ARTÍSTICO**. En estaciones de música grabada, esta función la cubre el discotecario.

El **ESCRITOR**, también llamado guionista, libretista o copy, enfoca su talento creativo a la creación de historias y personajes que estimulan la imaginación del público, lo atraen y envuelven en el halo mágico de la fantasía.

Con tan amplia cantidad de talentos, escritores, artistas, músicos, locutores, técnicos y patrocinadores, se hizo necesario contar con un hombre capaz de coordinar con visión amplia todas estas funciones a fin de construir un programa bien estructurado que no sólo entretuviera, sino que constantemente ofreciera nuevas ideas y sorprendiera al auditorio.

Transcurrieron algunos años antes de que se dejara a un lado la improvisación y se transmitieran programas perfectamente planeados y realizados profesionalmente, para que se pudiera adjudicar la paternidad de cada uno de ellos a un **PRODUCTOR**. Ésta era atributo indiscutible del dueño del programa, que no era otro que el que pagaba a la radiodifusora el costo del tiempo y servicios conexos, así como a los artistas, músicos, locutores y operadores, es decir, el anunciante, que delegaba su responsabilidad física en algún ejecutivo de la organización, agencia de publicidad o especialista contratado expresamente.

El **RADIOESCUCHA**, también llamado “escucha radio”, “radio oyente”, o como le llamó el cómico Manuel Medel “radio paciente”, es el personaje que ha estado ahí

desde el principio, pues su presencia constante al lado del receptor genera el fluido indispensable para mover un transmisor; sin él, todos los esfuerzos y trabajos realizados por los especialistas anteriormente señalados no tendrían sentido.

Todos ellos, en su momento, modificaron las formas de convivencia en las familias y constituyeron a la radio, dejando huella en nuestra memoria de un sin fin de personas, canciones y programas que difícilmente se igualan en la actualidad.

2.3. EL SURGIMIENTO DE LA RADIO EN MÉXICO: LA HISTORIA DE LOS QUE HICIERON LA RADIO (1920-1929)

Antes de hacer una relación de lo ocurrido en los más de setenta años transcurridos desde que se hicieron las primeras transmisiones en receptores de galena, hasta nuestros días, y para poder transformar esta dinámica de mercado y regresar a las bases de la radiodifusión como transmisor de ideas, pensamientos y creador de imágenes mentales, resulta necesario encontrar las causas que permitieron el rápido y firme desarrollo de la radiodifusión y los factores que la impulsaron a alcanzar en sus primeros quince años un grado de madurez que ningún otro medio ha alcanzado a tan corta edad, de cuyo esplendor dejaron testimonio un sinnúmero de nombres cuya fama fue alcanzada viajando a través de las ondas hertzianas hasta el corazón de todos los hogares, si se considera a cada familia como el órgano vital de cada hogar.

Aun cuando se puede señalar como punto de inicio de la radiodifusión el descubrimiento de las ondas hertzianas, ocurrido en 1887, se debe citar como precursor de ella a Thomas Alva Edison⁶⁷, quién en 1878 obtuvo la patente del fonógrafo y en 1879 la de la lámpara incandescente, ya que ambas invenciones jugaron un importante papel en el desarrollo de la radio pues la bombilla incandescente derivó en el bulbo electrónico y el fonógrafo sentó los principios de la grabación del sonido, que se convertiría en parte integral de la radio transmisión.

La invención del radio requirió un poco más de treinta años de experimentos, a partir de 1887, cuando Enrique Hertz descubrió las ondas que en su honor se conocen como ondas hertzianas y constituyen el medio de transmisión radiofónico.

Siete años después, en 1894, el italiano Guillermo Marconi logró accionar el timbre eléctrico por medio de estas ondas, efectuando, dos años después, el primer enlace radiofónico. Al cabo de cinco años más, en 1901, Marconi envió los primeros telegramas por radio a través del Atlántico.

⁶⁷ Roberto Sayavedra, *El domador de la electricidad : Thomas Alva Edison*, México, Ed. CNCA-Pangea, 1994, p.110

Se contaba ya con el vehículo, pero hacía falta la energía necesaria para impulsar la señal. El físico J.A. Fleming, en 1904, agregó una placa de metal a la lámpara de Edison, lo que dio lugar al bulbo diodo, invención con la que encontró el principio, más no el éxito, pues éste no producía la amplificación necesaria para una transmisión.

En 1907 Lee de Forest perfeccionó el invento de Fleming agregando una rejilla entre el filamento y la placa, con lo que creó el bulbo triodo, que resolvió el problema de la amplificación.

A partir de ese momento se extendió, entre América del Norte y Europa, una red de radio-experimentadores que contribuyeron a la consolidación de la radio como medio de comunicación.

Se sabe que en 1920 en Estados Unidos ya operaban con transmisiones diarias las emisoras WWJ de Detroit, Mich. y la KDKA de Pittsburg, Pa. Hacia 1921 comenzaron las transmisiones desde París y en noviembre de 1922 en Londres, desde la BBC.

México no se quedaría atrás gracias al trabajo de diversos investigadores que, respondiendo a una solicitud expresa del gobierno o por iniciativa propia, realizaron las primeras transmisiones de lo que en ese entonces se conociera como radiotelefonía o telefonía inalámbrica.

Se tiene el registro de acontecimientos en diversos lugares de la República Mexicana que dan cuenta de los primeros experimentos y transmisiones que sentaron las bases de lo que, con el paso de los años, se constituiría como el medio de comunicación masivo por excelencia.

Fernando Mejía Barquera⁶⁸ reseña que en agosto de 1921, con motivo de la celebración del centenario de la firma de los Tratados de Córdoba⁶⁹, en el estado de Veracruz, se tiene registro de la realización de transmisiones radiofónicas como

⁶⁸ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

⁶⁹ Celebrados en la Villa de Córdoba el 24 de agosto de 1821, entre los señores Don Juan de O'Donojú, Teniente General de los ejércitos de España, y Don Agustín de Iturbide, Primer Jefe del Ejército Imperial Mexicano de las tres garantías.

parte de las actividades conmemorativas a las que asistió el entonces presidente general Álvaro Obregón y refiere que en el mes de septiembre del mismo año, en el marco de la Exposición Comercial Internacional del Centenario de la Declaración de Independencia la Dirección General de Telégrafos instaló un aparato transmisor de radiotelefonía, cuya señal se captaba en diversas zonas de la ciudad, la cual estaba a cargo de los señores Agustín Flores, inspector de estaciones radioeléctricas de dicha dependencia y José D. Valdovinos, trabajador de la misma.

Por su parte, Francisco De Anda y Ramos⁷⁰ concede la paternidad de la radiodifusión en nuestro país al Ing. Constantino de Tárnava, joven regiomontano que tras haber culminado sus estudios de ingeniería en la Universidad de Notre Dame, en Estados Unidos, inicia en la ciudad de Monterrey, NL., el 27 de octubre de 1921, las transmisiones de la que se considera la primera estación de radio: TND (Tárnava Notre Dame), misma que comenzó a operar diariamente, de 20:30 a 24:00 horas, transmitiendo música y anuncios, con 50 watts de potencia. Esa primera estación, TND, se convirtió en 1929 en la XEH, que a la fecha es la más antigua de nuestra República. Fernando Mejía Barquera relata que en el programa inaugural participaron la soprano María Ytirria, los pianistas Carlos Pérez Maldonado, el tenor Aubrey Saint John Clerke y el declamador Audoxio Villarreal.⁷¹

Por esos años el cuadrante de AM se fijó entre 550 y 1500 kilociclos en forma arbitraria. En la medida en que surgían transmisoras fueron establecidas las frecuencias, algunas de las cuales provocaron más de un conflicto, pues o generaban o se veían afectadas por interferencias.

Gracias a la inquietud de un grupo de audaces jóvenes, este nuevo medio de comunicación redobló su impulso y dio pié al desarrollo de brillantes carreras como la de Jorge Peredo, que experimentó desde su casa en el barrio de Mixcoac; José Allen, quién transmitía desde la calle de La Soledad; Ing. Salvador Francisco Domenzáin, cuya emisora se localizaba en Azcapotzalco; José de la Herrán, José Fernando Ramírez y Guillermo Garza Ramos, quienes experimentaron desde la

⁷⁰ Francisco De Anda Ramos, *El despertar del gigante*, México, Trillas, 2003, 2ª edición, p. 66

⁷¹ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

calles del Relox; y Juan Buchannan, que colocó su equipo transmisor en la colonia San Rafael.

Los esfuerzos por desarrollar y perfeccionar el medio también tuvieron lugar en Ciudad Juárez, Chihuahua, Morelos, Pachuca y San Luís Potosí. En Guadalajara el señor Manuel Zepeda Castillo transmitía desde los altos del Teatro Degollado, y en Morelia, Mich., en 1922, comienza a transmitir la estación "7-A Experimental", manejada por el señor Tiburcio Ponce, con una potencia de 25 watts.⁷²

Para el año de 1923 en Ing. Domenzáin, a petición del Secretario de Relaciones Exteriores, Alberto J. Pani, instaló en 27 de enero una estación receptora y transmisora dentro de las instalaciones de la Cancillería.

Ese mismo año, en la ciudad de México, comenzó a operar bajo el auspicio de la Secretaría de Guerra y Marina la estación JH (iniciales de su constructor Ing. José de la Herrán) en un local ubicado en la calle de República de Argentina N°.45. En esta empresa fue copartícipe el general José Fernando Ramírez.

Cabe aclarar que en ese entonces los receptores de radio distaban mucho de ser como los que se conocen actualmente. Aquellos fueron radios de galena; ésta es una piedra de plomo y azufre capaz de detectar las ondas de radio con la ayuda de una bobina y una antena. Se escuchaba por medio de audífonos una vez que se lograba captar alguna señal en los cristales de la galena.

Es indispensable esta aclaración, pues en 1923 se inauguró en la Ciudad de México la CYL de *El Universal* y *La Casa del Radio*, emisora creada por Don Raúl Azcárraga y montada por el Ingeniero Juan C. Buchanan, en la que participaba como director artístico el vate Samuel Ruiz Cabañas, jefe de publicidad de "*El Universal*". A través de ésta última, se promovía la construcción de radios de galena repartiendo diagramas y ofreciendo los materiales para su construcción que estaban a la venta en "*La Casa del Radio*", ubicada en Av. Juárez N°62.

El 8 de mayo se realizó la transmisión inaugural que dio inicio a las 20:00 horas y contó con la participación del guitarrista español Andrés Segovia, el pianista

⁷² Idem.

Manuel Barajas y el compositor Manuel M. Ponce. Sin embargo, fue hasta el 18 de septiembre de ese mismo año que inició transmisiones regulares desde una planta transmisora de 500 watts.

El locutor de esa emisora fue Jorge Marrón, quien años después alcanzaría la cima de popularidad con la personificación del Doctor I.Q. y, paralelamente, el reconocimiento como decano de los locutores de México.

De una entrevista publicada en el *Boletín Radiofónico N.º.401*⁷³ se entresacan algunas líneas que describen cómo fue aquella primera radiodifusora de la Ciudad de México. Dice Jorge Marrón:

“Estábamos instalados en una vieja casona de la Avenida Juárez. Teníamos unos micrófonos viejísimos que nos parecían la última maravilla. Hacíamos llegar melodías al público de la CYL a través de un viejo fonógrafo cuya bocina, parecida a una amapola gigantesca, pegábamos al diafragma del micrófono. La música salía al aire acompañada de una serie de chirridos imponentes que producía la aguja. Yo era operador, locutor, gerente y barrendero, todo en una pieza. Cuidaba los controles del panel hasta dar un volumen aceptable para mi, naturalmente; volaba al micrófono y anunciaba la selección desgranando frasesafiligranadas; luego volaba al viejo fonógrafo, ponía el disco, echaba a andar el aparato y a veces hasta bailaba la pieza que se transmitía.”

En la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en Berna, Suiza, en 1923, pese a que nuestro país no estuvo representado por una delegación, se le asignan las siglas “CYA” a “CZZ” como identificación de las emisoras que operaban en esos años. Es así que ese año el gobierno de Álvaro Obregón otorgó los primeros permisos para instalar radiodifusoras comerciales.⁷⁴

⁷³ Boletín Radiofónico, num. 401, octubre de 1961.

⁷⁴ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 34

Ese mismo año comenzaron a funcionar el 18 de junio la CYL de Raúl Azcárraga, y el 16 de septiembre la CYB, auspiciada por la fábrica de cigarros El Buen Tono, S.A.⁷⁵

En 1924 sale al aire la CYE de la Secretaría de Educación Pública, con la que se inicia la modalidad de radio educativo. En los años inmediatos surgieron otras más: CYO de los señores Arturo Martínez y Manuel Zetina; CYN –Radio Mundial- del periodista Félix Fulgencio Palavicini; y CYX de Excélsior.

En 1929, México participó en la Conferencia Internacional de Comunicaciones, celebrada en Washington, D.C., durante la cual fueron asignadas las siglas “XAA” hasta “XPZ” como prefijo de identificación de las ondas sonoras originadas en la República Mexicana.⁷⁶

La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) decide distribuir así esos indicativos de llamada: “XA”, Servicios de Radiocomunicación para Aeronaves; “XB”, Servicios Generales; “XC”, Servicio Marítimos; “XD” y “XF”, Telegráficos; y “XE”, Radiodifusión. Como consecuencia las emisoras existentes cambiaron sus iniciales: la CYB se transformó en la XEB de *El Buen Tono*; la CYX en XEX de *Excélsior*; y la CYN en XEN, Radio Mundial.

Tabla 1
Cambio de siglas de identificación de las primeras estaciones de radio de Amplitud Modulada que operaron en el Distrito Federal

Identificación	Propietario	Fundación	Cambio de siglas
CYL	Raúl Azcárraga, El Universal y La Casa del Radio	8 de mayo de 1923 18 de septiembre de 1923	XEL La voz del Valle de México
CYB	El Buen Tono	15 de septiembre 1923	XEB
CYX	Excélsior	19 de marzo de 1924	XEX
CYE	Secretaría de Educación Pública	30 de noviembre de 1924	XEFX
CYN	Radio Mundial	1924	XEN
CYO	Srs. Arturo Martínez y Manuel Zetina	1925	XEK

⁷⁵ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea].

⁷⁶ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión en México y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 51

Se puede decir que es en este momento que nace de manera formal la radio en México y marca el punto de partida de la radiodifusión comercial y cultural, pues existen ya varias emisoras trabajando de manera regular, pero, sobre todo, porque el auditorio empieza a tener la facilidad de sintonizar la estación de su agrado prescindiendo de los audífonos gracias a la aparición de los bulbos y bocina. Así, las transmisiones podían escucharse colectivamente.

La Convención Internacional de Washington en 1929, estableció que el primero en usar una frecuencia determinada se convertía en dueño del derecho de uso de la misma, pero no se fijaron límites en cuanto a potencia de transmisión, lo que creó un problema de interferencias, pues los límites territoriales eran rebasados fácil y sobradamente por las ondas que viajaban por el espacio.

Este problema se agudizó hasta el extremo de provocar conflictos internacionales, según se relata en el libro *Una radio entre dos reinos*, de José Luis Ortiz Garza⁷⁷, dónde se presenta el caso de una radiodifusora que desde territorio mexicano transmitía en inglés una programación prohibida en Estados Unidos, al margen de los reglamentos nacionales e internacionales de radiodifusión, circunstancia que permitió conformar los convenios de radio y normas específicas de cada país a su formato definitivo.

Con respecto al uso de las frecuencias, el 13 de diciembre de 1937, simultáneamente a la Convención Interamericana sobre Radiocomunicaciones, se firmó en La Habana, Cuba, el Convenio Regional Interamericano de Radiodifusión en el que se fijó el reparto de frecuencias entre los distintos países participantes y se definió el límite de potencia de transmisión de las estaciones.

Se estableció así la categoría de canales locales con potencia tope de 1000 watts; canales regionales con potencia no mayor de 5000 watts; canales libres subdivididos en clase "A", asignados a un solo país, con potencia ilimitada, sin que la señal salga de su propio territorio; clase "B" con potencia máxima de 50,000 watts, asignables a varios países, siempre y cuando las distancias y horarios eviten el riesgo de interferencias; y clase "C", también con potencia límite de

⁷⁷ José Luis Ortiz Garza, *Una radio entre dos reinos*, México, Vergara Editores, S.A. de C.V., 1997.

50,000 watts, con posibilidad de operar varias en un mismo país con el uso de antenas direccionales para evitar interferencias.

Como consecuencia de la definición de canales, la banda de amplitud modulada se extendió desde 540 hasta 1600 kc, con lo que se aumentó el número de canales en AM.

2.4. LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSIÓN EN MÉXICO (1929-1967)

A poco más de ochenta años de distancia el radio de galena, lo que parecía un juguete intrascendente, marcó el punto de partida de una historia cuyo crecimiento, paralelo al desarrollo tecnológico, ha tendido lazos de amistad y comprensión entre los seres humanos.

Este apartado tiene como objetivo trazar a grosso modo y de manera cronológica el surgimiento, evolución y desarrollo de la radio en nuestro país, el perfil de cada una de las emisoras que forman el cuadrante de AM desde sus orígenes, tomando como referencia los Directorios de Medios Publicitarios Mexicanos, el Boletín Radiofónico, antiguas publicaciones especializadas y diversas referencias bibliográficas.

No existe mucha información relativa a los primeros años de la radio en México, pues la mayoría de sus protagonistas, los que han formado parte de la historia misma, no dejaron por escrito sus vivencias.

Es durante los años veinte que surgieron las primeras radiodifusoras con carácter experimental, pues si los sistemas de emisión eran imperfectos, los de recepción eran aún más rudimentarios.

La relación que aquí inicio partirá del año 1929 en virtud de que fue en esa fecha, como ya se mencionó, que se asignaron a México las siglas “XE” como prefijo de identificación para las radiodifusoras que generaban señal en el territorio nacional, por lo que las emisoras fundadas en los años previos se vieron obligadas a modificar sus identificaciones.

En los años siguientes continuarían poblando el cuadrante nuevas radiodifusoras, unas de programación viva, otras de música grabada, otras con modalidades particulares en su contenido. El hecho es que todas conquistaron un sitio dentro de dos categorías creadas por sus propias características: estaciones grandes y estaciones chicas.

1929

- **XEB**

Montada por el ingeniero Juan C. Buchanan, la XEB funcionó en un principio como la CYB, bajo los auspicios de la fábrica de cigarros “El Buen Tono, S.A.”. Ya como XEB, se fijó como fecha de inauguración el 15 de septiembre de 1929.

Durante sus primeros diez años se caracterizó por contar con una programación de gran altura y un amplio contenido que cubría temas de orientación social y entretenimiento, convirtiéndose en la emisora más importante, con mayor potencia de transmisión y un elenco formado a base de artistas de gran prestigio e instrumentistas que actuaban en teatros de ópera, zarzuela y variedad (entonces llamadas tandas) y en paseos públicos como la Alameda Central y el Bosque de Chapultepec. Cabe destacar que usaba como identificación sonora un Cu-cu de fuelle.

Pertenece a la XEB el mérito de ser la creadora del radioteatro, con la transmisión de la comedia dominical a cargo de cuadro dramático “Eugenia Torres”, que dirigía la actriz Pura Córdova, con el primer actor Abraham Galán.

La XEB fue cuna de figuras sobresalientes como los locutores Jorge Marrón, Humberto González Tamayo, Enrique W. Curtiz y Julián Morán, el cómico Arturo Manrique, conocido como “El Panzón Panseco”, los compositores Miguel Prado, Bernardo Sancristóbal y Francisco Gabilondo Soler, entre otros.

Actualmente, la XEB continúa operando en los 1220 Khz., con del denominativo de “La B Grande” del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), reconociéndose como una de las más longevas estaciones del cuadrante de Amplitud Modulada.

- **XEN**

En 1925 comenzó sus operaciones la CYN, fundada por el prestigiado escritor y periodista Félix Fulgencio Palavicini. En el año de referencia cambió su denominación por XEN “Radio Mundial” y fue muy escuchada por los comentarios de su fundador, de los que aún se recuerda la frase:

“... hasta aquí hoy; mañana será otro día”.

A pesar de que su propietario vendió la radiodifusora en los años treinta, ésta continuó trabajando como “Radio Mundial”. En los años cincuenta fue adquirida por el Ingeniero Salvador del Conde, quién la dedicó, con gran éxito, a la transmisión de música de concierto, en abierta competencia con la XELA.

Algunos años después, con la desaparición del Ingeniero Del Conde, el nombre de la radiodifusora cambió por el de “Radio Mundo” y la programación se llenó de espacios dedicados a la música y los comentarios deportivos de las más importantes ciudades del mundo. Fue una lástima que tan buena programación no hubiera conquistado un promedio de audiencia suficiente, por lo que en la siguiente etapa de su existencia, se constituyó como “Radio Deportiva”.

Lamentablemente, tampoco alcanzó éxito en esa modalidad y nuevamente cambió su identidad y programación, conservando las siglas XEN, en la frecuencia de 690 Khz, adoptando el título de “Ondas del Lago”. Posteriormente operó como “Radio 690” y actualmente esa frecuencia opera bajo el denominativo de “La 69”, de Grupo Radio Centro.

- **XEL**

Nuevamente se hace necesario referirse a la CYL de *El Universal Ilustrado* y *La Casa del Radio*, cuyo propietario, el señor Raúl Azcárraga, la vendió, en 1928, cuando su hermano Emilio decidió a salir al aire con una estación de mayor potencia.

La CYL se transformó en XEL “*La Voz del Valle de México*” y fue adquirida por Don Fidel Hernández Calderón, industrial de la rama textil que se convirtió en respetable radiodifusor al mismo tiempo que mantuvo el liderazgo como fabricante y vendedor de ropa para obreros en sus tiendas *La Blusa Azul* y *La Terminal*, hábilmente promovidas a través de la estación.

Actualmente la XEL puede ser captada en la frecuencia de 1260 Khz, con la identificación de “La 1260 AM”, operada por Grupo ACIR.

- **XEX**

La CYX del periódico *Excélsior* funcionó después de 1929 como XEX. No se sabe la fecha exacta, pero a finales de los años treinta desapareció. Las siglas fueron usadas por una emisora de Monterrey y en 1947 fueron asignadas a la emisora “La Voz de México”, ubicada en el Distrito Federal. Más adelante se dará cuenta del desarrollo de esta última.

- **XEFX**

Radio Educación. El 30 de noviembre de 1924 salió al aire la emisora CYE, operada por la Secretaría de Educación Pública. Su primera transmisión oficial, en la frecuencia de los 1060 Khz., fue la protesta del general Plutarco Elías Calles como Presidente de la República, realizada el 1° de diciembre de ese año.

En 1929, a sólo cinco años de su salida al aire, la emisora de la SEP dejó de transmitir, volviéndolo a hacer, con las siglas XFX, hasta mediados de la década de los treinta, época en la que dio gran impulso al proyecto de Educación Socialista del régimen del presidente Cárdenas.⁷⁸

Con el cambio de administración, la estación nuevamente salió del aire. Por cortos periodos de tiempo reanudó transmisiones durante el régimen de Manuel Ávila Camacho.⁷⁹ Años más tarde, en 1967, Radio Educación volvió a operar, esta vez bajo las siglas XEEP. Actualmente esta estación aún opera en la frecuencia del 1060 Khz., como un Órgano Desconcentrado de la Secretaría de Educación Pública.

1930

El verdadero despegue de la radiodifusión en México tuvo lugar al comenzar 1930, cuando ya se contaba con varias radiodifusoras trabajando regularmente, los

⁷⁸ Lázaro Cárdenas del Río. Presidente de México del 1° de diciembre de 1934 al 30 de noviembre de 1940.

⁷⁹ Manuel Ávila Camacho. Presidente de México del 1° de diciembre de 1940 al 30 de noviembre de 1946.

niveles de audiencia se hicieron cada vez mayores y surgieron nuevas emisoras que marcaron un parte aguas en la historia de la radiodifusión.

- **XEK**

La Voz del Comercio. Originalmente operó como CYO, del señor Arturo Martínez, en la frecuencia de 940 Khz. Desapareció en 1937 cuando las siglas XEK se asignaron a una emisora de Nuevo Laredo, Tamps. y la frecuencia a la XEQ, emisora de la Ciudad de México. Su principal característica fue la de transmitir a control remoto desde salones de baile y centros nocturnos.

- **XEJP**

Conocida como la JP, sirvió de punto de partida a muchas voces que llegaron a ser famosas, tanto de locutores, como de actores. Siguiendo el ejemplo de la XEB, contó con un cuadro de comedia dominical dirigido por el primer actor Luciano Hernández de la Vega, de donde salieron, entre otros, la locutora Emma Sanvicente y el actor-locutor José Antonio Cossio.

Integrada al Grupo Radio Centro, se convirtió en una de las emisoras más escuchadas y adquirió la denominación de "Radio Variedades", en su misma frecuencia de 1150 Khz. Actualmente en ese cuadrante se ubica la XECMQ "El Fonógrafo", perteneciente a Grupo Radio Centro.

- **XEFZ**

Pro Industria Nacional, cuyo concesionario era el señor Manuel Zetina, anteriormente asociado con el señor Arturo Martínez, de la CYO. Esta emisora poco después cambió sus siglas a XELZ con las que operó en la frecuencia de 1440 Khz. Posteriormente, fue adquirida por el Grupo Radio Centro, con lo cual nuevamente modificó sus iniciales por las de XEEST.

- **XEW**

Indudablemente, el momento de mayor trascendencia para la historia de la radiodifusión de esos años lo constituyó la inauguración, el 18 de septiembre de

1930, de la emisora XEW “La Voz de América Latina”, en la frecuencia de 910 Khz., cuyo concesionario, Emilio Azcárraga Vidaurreta, se convertiría en poderoso magnate de la radio y la televisión.

Hizo la inauguración el Lic. Aarón Sáenz, Ministro de Educación Pública, a quien acompañaron el señor Emilio Azcárraga, gerente de The Mexico Music Co. S.A., y Don Valentín Rivero, subgerente de la misma. Su planta transmisora, ubicada en la ex-hacienda de Coapa, fue instalada por el Ingeniero José de la Herrán.

La primera voz que pasó por los micrófonos de la XEW fue la del locutor Leopoldo de Samaniego, y en el programa inaugural formaron parte la Orquesta Típica de Policía, dirigida por el Maestro Miguel Lerdo de Tejada; el guitarrista Francisco Salinas, el tenor Alfonso Ortiz Tirado, la pianista Ofelia Euroza, el tenor Juan Arvizu, y la soprano Josefina Aguilar (La Chacha Aguilar). Además, se incluyeron sones y tonadas mexicanas a cargo de los trovadores Tamaulipecos, un vals con violón obligado, cornetín y orquesta; y para el cierre de la audición, la presencia de una orquesta típica argentina y la marimba chiapaneca de los Indios Foquéz. Cabe señalar que el grupo de los trovadores Tamaulipecos se integraba por los famosos autores Ernesto Cortázar, Lorenzo Barcelata y José Agustín Ramírez, con el dinámico hombre de radio Carlos Peña.

En el libro “Publicidad Mexicana”⁸⁰ se reproduce una copia de dicho programa, en cuyo membrete se puede leer:

“5,000 watts, 100% modulación. Modelo R.C.A. 1005-B 1930. 910 kilociclos 329-6 metros. Transmisora en Hacienda de Coapa, D.F. Estudios en 16 de septiembre N° 9–Altos.”

La emisora pronto sería conocida como “La Catedral del Radio” y su identificación sonora se reconoce como campanas en arpegio descendente de do mayor.

Al lanzar al aire la XEW don Emilio Azcárraga Vidaurreta, como gerente de The Mexico Music Co. S.A., impulsó la venta de receptores R.C.A. de los que era distribuidora la citada empresa.

⁸⁰ José A. Villamil, *La publicidad mexicana*. México, Medios Publicitarios Mexicanos (Demoscopia), 1971. p.161

Sobre la distribución y penetración de los aparatos receptores en los hogares, Don Roberto Aguilar González comenta:

“Por supuesto que los radiorreceptores se mejoraban técnicamente para ofrecer mejor calidad y sonido, y mayor facilidad de operación. El oyente había adquirido con su nuevo equipo la facilidad de poder elegir, girando una perilla, la estación de su preferencia y con este ‘tómalo o déjalo’ cada emisora adquirió conciencia de la necesidad de capturar su propio auditorio.”

La XEW surgió como rival de la XEB, que a un año de transmitir programas basados en un elenco de artistas de primer orden había logrado conquistar al auditorio. Don Roberto Aguilar señala al respecto:

“En su primer mes de operación la XEW, contando también con un elenco excelente, logró compartir el auditorio en una lucha profesional, respetuosa de los intereses del competidor y del público, que redundó en beneficio de todos.”

De su capacidad creadora, locutores, artistas y programas se dará cuenta más adelante. Sin embargo, cabe destacar que, por espacio de cuarenta años, la XEW ocupó el primer lugar de auditorio.

En nuestros días, la XEW transmite su señal como “W Radio” en la frecuencia de 900 Khz. en el AM y en el 96.9 del FM.

1931

- **XEFO**

Radio Nacional. Fue el 1° de enero de 1931 cuando el Ingeniero Pascual Ortiz Rubio⁸¹, entonces Presidente de la República, al transmitir su saludo de año

⁸¹ Pascual Ortiz Rubio. Presidente de México del 5 de febrero de 1930 al 3 de septiembre de 1932.

nuevo, inauguró la XEFO, cuya concesión fue otorgada al Partido Nacional Revolucionario.

Contaba con un transmisor Western Electric de 5000 watts de potencia, instalado por los ingenieros Francisco Javier Stavoli y Enrique Dorsch García que operaba en la frecuencia de 1110 Khz. Fue meritoria la labor de esta emisora, cuya programación supo balancear la información cultural con la de carácter político, permitiendo al mismo tiempo la participación de artistas renombrados.

A partir de la postulación del General Lázaro Cárdenas como candidato a la Presidencia de la República en diciembre de 1933, la XEFO siguió paso a paso su campaña política, hasta culminar con la toma de posesión del Presidente Cárdenas, el 1° de diciembre de 1934.

Durante quince años se mantuvo en el cuadrante ostentando con prestigio su nominativo "Radio Nacional", hasta que en enero de 1946, al cambiar nuevamente el nombre del Partido a *Partido de la Revolución Mexicana (PRI)*, el Consejo Directivo decidió deshacerse de la emisora.

Las siglas XEFO fueron asignadas a una emisora de Chihuahua y la frecuencia de 1110 Khz. a la emisora XERCN, inaugurada en 1948.

La labor de la XEFO en el campo del periodismo fue relevante, a juzgar por el testimonio plasmado en el libro "Por un mundo libre", de Armando de María y Campos, documento que da cuenta de la calidad del periodismo radiofónico de esta estación, pues transcribe en sus páginas el contenido de los programas de la serie "*Por un mundo libre*", transmitidos dentro del "Diario Hablado", de dicha estación. De esta publicación, me permito transcribir lo siguiente:

"Realizada en los estudios y micrófonos de Cadena Radio Nacional (canales XEFO 1110 Kcs. XEUZ 6-117-7 en banda de 49 mts.), órgano del Partido de la Revolución Mexicana, gracias al apoyo y comprensión del Director Gerente, general Alfonso Hernández Torres, durante el curso del semestre julio-diciembre de 1942, debe su iniciativa, organización y dirección a Armando de María y Campos, y su organización desde puesto en marcha el proyecto, a la colaboración del escritor Dagoberto de

Cervantes. Pero principalmente, llevarla a cabo ha sido posible por el generoso espíritu de cooperación de representaciones diplomáticas, asociaciones, comités y particulares nacionales de países ocupados y agredidos por las potencias totalitarias.”⁸²

Durante los seis meses que se recopilan en dicho libro (aún no existía la grabación de programas), se pueden encontrar entrevistas y comentarios de muchos de los protagonistas de la política internacional de los países participantes en el conflicto europeo, expresados en aquellos días inciertos, cuando estaba lejos de vislumbrarse el final de la contienda.

El “*Diario Hablado*” fue creado en la XEFO por Armando de María y Campos, crítico y periodista batallador de la mejor cepa, también autor del libro “*Periodismo en el micrófono*” (1938), en el que estudia el movimiento periodístico-radiofónico mundial, así como el desarrollado hasta entonces en México.

- **XEBZ**

Vocero Mexicano. Fue esta también una difusora de grata memoria, construida por el Ingeniero Roberto Valezzi, y no obstante que sólo contaba con 100 watts de potencia, tenía un sonido de gran calidad y programas atractivos. La BZ, como se le llamó familiarmente, estuvo dirigida por Don Ricardo Hinojosa, hombre de gran capacidad, quien, además de haber sido el creador de grandes programas, tuvo como principal mérito el haber descubierto y encausado el talento de un gran número de locutores, de los que se hablará más adelante.

La BZ desapareció en 1957, su frecuencia de 660 Khz. fue otorgada en ese año a la XERPM y sus siglas actualmente identifican a una emisora de Ciudad Delicias, Chih. En la Ciudad de México, en esta frecuencia se puede escuchar actualmente la señal de la XEDTL “*La radio de los ciudadanos*”, perteneciente al IMER.

⁸² Armando De María y Campos, *Por un mundo libre*, México, Distribuidora y Editora de Publicaciones S.A., 1943. p. 16

- **XEMX**

En 1931 salió al aire esta emisora de la que no existen muchos datos. En una cartelera publicada en una página de Radio de Novedades⁸³, el 15 de junio de 1950, aparece “Radio Club XEMX” con una programación que incluye músicaailable, cuentos infantiles, comentarios taurinos y chismes teatrales.

Se menciona como creador de esta emisora al Ingeniero Juan Antonio Egurrola, y no cabe duda que a lo largo de su trayectoria dejó una huella indeleble, pues, según lo menciona Fernando González Oviedo en el libro “*Vidas en el aire*” de Bertha Zacatecas⁸⁴, hicieron de ella una radio femenina, manejada exclusivamente por mujeres de reconocida capacidad, que dieron a sus transmisiones una imagen de exclusividad de mujer para la mujer. Así como no se precisa la fecha de inicio de la XEMX, tampoco se sabe cuándo salió del aire, y sólo aparecen sus siglas actualmente, identificando un emisora de Mexicali, B.C.

1932

- **XEML**

En el 1560 del cuadrante de AM se localizaba esta emisora, cuya dirección, a cargo del locutor Rafael S. López, conquistó el mérito de haber iniciado la modalidad de las complacencias musicales.

En la cartelera de radio publicada por Novedades⁸⁵ el 15 de junio de 1950 aparecen los nombres de los locutores Emilio Esquivel, Sergio Beauregard, y como comentarista de deportes Enrique Bermúdez. Entre los artistas: Pedro Morquecho, el Mariachi Güitrón, Miguel Ángel Sarralde y Chucho Martínez. En 1961 esta emisora desapareció, pasando sus siglas a una emisora de Apatzingán, Mich. y su canal de transmisión fue otorgado a la XEVIP en 1962.

⁸³ “Radio Club XEMX”, periódico *Novedades*, Sección Radiópolis, México, 15 de junio, 1950, pp. 8.

⁸⁴ Bertha Zacatecas, *Vidas en el aire*, p.116-117

⁸⁵ “Radio Club XEMX”, *op.cit.* p. 8.

1935

- **XEDP**

Radio Gobernación. Durante el gobierno del General Lázaro Cárdenas se formó el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), cuya principal actividad fue difundir gratuitamente libros de conocimientos básicos y creó las emisoras XEDP de AM y XEXA de onda corta, identificadas como “Radio Gobernación”.

De tal manera, la XEDP transmitía una equilibrada programación sobre las actividades de las Secretarías de Estado y Dependencias Federales.

La XEDP se convirtió en la cabeza de la Cadena Nacional, formada por todas las radiodifusoras de la República, cuando se transmitían actos o informaciones que debían conocerse simultáneamente en todo el país, como sucedió en marzo de 1938, cuando el presidente Lázaro Cárdenas hizo público el decreto de expropiación petrolera, y en mayo de 1941, cuando el presidente Manuel Ávila Camacho comunicó la declaración de guerra contra las potencias del Eje.

Durante los años en que ocurrió la Segunda Guerra Mundial, la XEDP encabezó la Cadena Nacional para transmitir cada sábado, a las ocho de la noche “La Hora de la Defensa Nacional”, cuyo lema fue: *“La Patria es Primero”*.

Con la Cadena Nacional también se instituyó el programa “La Hora Nacional”, que desde el 22 de julio de 1937 se transmite los domingos a las 22:00 hrs. De la historia de éste programa se dará noticia más adelante.

No se cuenta con un dato preciso de la desaparición de la XEDP, aun cuando sigue existiendo la Cadena Nacional, pero se tiene registro de sus actividades hasta 1939. La frecuencia de 1080 Khz. se ajustó en 1060 Khz. y está actualmente al servicio de la XEEP “Radio Educación Pública”.

1936

- **XEDA**

Radio Trece. Esta emisora se caracterizó por la buena calidad de su sonido y el tono refinado de su programación, cuyo lema era: *“Lo más popular de la música clásica y lo más clásico de la música popular”*.

Transmitiendo en la frecuencia de 1290 Khz., se ha mantenido durante más de setenta años al aire. Buscando un mayor rating, pero renunciando a un perfil que había logrado identificarla con su auditorio, cambió su formato y pasó, por tanto, de una audiencia selecta a una audiencia mixta.

1937

- **XEBS**

Vocero hispano Mexicano. Esta también es una radiodifusora sexagenaria que se popularizó en sus primeros años como el vocero de Chocolate Abuelita.

Fue adquirida por el Núcleo Radio Mil y continuó gozando de gran popularidad, convertida en “Sinfonola 1410”. Actualmente se le identifica como “La más perrona”.

- **XEAI**

Radio AI fue otra emisora que supo formar su propio auditorio transmitiendo música tropical. Originalmente estuvo en la frecuencia de 1320 Khz. y posteriormente pasó a la de 1500 Khz., heredando su anterior frecuencia a la XECMQ, ocupando la que antes fue de la XERH.

- **XEUN**

Radio UNAM. El 14 de junio de 1937 inició actividades con las siglas XEXX en 860 Khz. y XEYU en 9600 Khz. onda corta, la que sería el vocero de la Universidad Nacional Autónoma de México.

La planta transmisora fue montada en la Escuela de Ciencias Químicas en el pueblo de Tacuba, por el Ingeniero Ignacio Díaz Raygosa. Sus estudios se instalaron en el Edificio Justo Sierra N°16, en dónde se ubicaban las oficinas de la UNAM, y funcionaba como dependencia de la Dirección General de Acción Social, que también controlaba, entre otras actividades, las de la Orquesta Sinfónica de la Universidad.

Desde su inicio, como se detallará más adelante, se distinguió por el contenido cultural y variado de sus programas y por haber contribuido al desarrollo de muchos talentos que habrían de destacar en diversas especialidades.

En 1939 cambiaron sus siglas a XEUN, con lo que se identificó plenamente con la casa universitaria a la que ha servido ininterrumpidamente por espacio de sesenta y cinco años, con la previsión de que seguirá haciéndolo por muchos más.

1938

- **XERH**

En la frecuencia de 1500 Khz. se ubicó esta emisora, concesionada a Arsenio Tuero, en cuyas transmisiones se alternaba la música tropical y la música española.

Buscando una fisonomía particular, en los años cincuenta se convirtió en “La Charrita del Cuadrante” y se dedicó a transmitir exclusivamente música vernácula. Como algunas otras emisoras, la XERH desapareció del cuadrante silenciosamente y en la que fue su frecuencia ahora se escucha la XEDF “Cadena Radio Uno”.

- **XEMC**

La vida de esta emisora fue asociada con la XERH, por lo que la mencionamos al lado de aquella. No existen datos precisos acerca de sus inicios, pero sí figura en cuadrantes y carteleras de los años cincuenta, como lo señala un anuncio del

Boletín Radiofónico de octubre de 1961⁸⁶, en donde se le ubica en la frecuencia de 1590 Khz., la última del cuadrante.

Su concesionario, don Ramón Ferreiro fue un personaje pintoresco que actuaba como locutor, gustaba de improvisar frases rimadas y clasificó a la estación como “La más española del mundo”. Cuando dejó de funcionar la XEMC, su frecuencia fue ocupada por la XEVOZ.

- **XEQ**

Radio Panamericana. Comenzó a funcionar el 31 de octubre de 1938 en la frecuencia de 940 Khz. onda larga y como XEQQ en onda corta, instalada por el Ingeniero José de la Herrán.

Su concesionario, Don Emilio Azcárraga Vidaurreta la puso atinadamente en manos de dos de sus más valiosos colaboradores, los señores Emilio Ballí y Enrique Contel, quienes llevaron pronto a la emisora a un sitio mucho más importante que el que originalmente se le había pensado, como sucursal de la XEW.

Desde su nacimiento, la XEQ quedó agrupada entre las emisoras al lado de “las grandes” y constituyó un factor determinante en el ocaso de la XEB, ya que tanto locutores como artistas destacados de ésta se sumaron al elenco de la nueva emisora que contaba con una planta de gente valiosa. Con el tiempo, la XEQ, como otras emisoras de su categoría, tuvo que prescindir de los programas en vivo y se convirtió en una estación más del cuadrante.

1939

- **XESM**

El dinámico radiodifusor Jesús San Martín lanzó al aire, en la frecuencia de 1470 Khz. Esta emisora supo adaptarse a las modalidades de diferentes épocas lo que

⁸⁶ *Boletín Radiofónico*, Especial 7º Aniversario, octubre, 1961.

la mantuvo al aire por más de tres décadas. Actualmente, en esa frecuencia se sintoniza la XEAI, perteneciente a Organización Radio Fórmula.

1940

- **XEQK**

Un destacado músico, el maestro Ángel H. Ferreiro se aventuró como radiodifusor poniendo en el aire las estaciones XEQK y su correspondiente en onda corta, mediante las que se transmitía el servicio de “La Hora Exacta”.

Su transmisión consistía en usar la voz de un gritón de la Lotería Nacional para que cada minuto dijera la hora, en tanto que un locutor se mantenía hablando continuamente para hacer las menciones comerciales de los patrocinadores.

En 1945 la estación pasó a ser propiedad del ex-locutor, publicista y político Guillermo González Blumenkron, y en 1984 durante el sexenio de Miguel de la Madrid quedó en manos del IMER, sin dejar de proporcionar el servicio de la hora exacta del Observatorio Astronómico de la Capital de la República, hasta 1999, cuando cambió su perfil.

- **XELA**

Buena Música. Cinco amigos, dedicados a la actividad empresarial y unidos por su afición a la música, decidieron iniciarse como radiodifusores para transmitir música de concierto.

Así comenzó a trabajar el 5 de junio de 1940 la XELA, en la frecuencia de 830 Khz., instalada en un pequeño local dentro de una empresa de servicio automotriz ubicada en Paseo de la Reforma y Versailles. Pronto se convirtió en la estación preferida por los melómanos, pues sus programas, confeccionados cuidadosamente, no sólo deleitaban el oído, sino además, contribuían con una ambientación que hacía más grato el placer de escuchar música.

Es justo mencionar a quienes en forma sucesiva actuaron como programadores de la XELA. Primero fue Don Julio Bechmeister, a quién sucedió Ernesto Finke y

posteriormente Sergio Carmona Guzmán. Con el tiempo, los socios fundadores fueron desapareciendo y con ellos, esa devoción con la que se enmarcó la radiodifusión de la cultura musical.

Tras 61 años de vida, el 2 de enero de 2002, la XELA desapareció de las ondas hertzianas, hecho por demás lamentable y que representa la vorágine cultural de la radiodifusión actual.

1941

- **XERPM**

El 31 de mayo de 1941 los señores Emilio Azcárraga Vidaurreta y Clemente Serna Martínez se asociaron para formar Radio Programas de México (RPM), entidad fundamental en el desarrollo de la industria de la radiodifusión en México. RPM es la primera empresa que explotó comercialmente la grabación de programas radiofónicos en cinta magnética y discos de acetato. Utilizando estos recursos, grabó los programas más importantes de la XEW y la XEQ.

Al amparo de los servicios ofrecidos por Radio Programas de México se creó “Cadena Azul”, la primera cadena radiofónica en México. Para 1941 contaba con seis afiliadas, en 1945 con 78, en 1948 sumaba 82 y en 1950 un total de 92. A mediados de los años sesenta, Emilio Azcárraga Vidaurreta decidió retirarse de Radio Programas de México, quedando el negocio en manos de Clemente Serna Martínez.

1942

- **XEOY**

Radio Mil. Con la intención de competir en el terreno de las grandes, el 10 de marzo de 1942 inició actividades en la frecuencia de 1000 Khz. esta estación, concesionada al señor José Iturbe y construida por el Ingeniero Ignacio Díaz Raygosa.

Un elenco de artistas de primera clase, una planta de excelentes locutores, pero sobre todo, el toque de originalidad de sus productores, hicieron de ella una de las emisoras preferidas desde su inicio.

En páginas precedentes se mencionó a Don Ricardo Hinojosa como el centro motor de la radiodifusora XEBZ, en donde se crearon novedosos programas y se desarrollaron valiosos elementos. Nuevamente aparece en escena pues, junto con algunos otros de los más destacados locutores de la BZ, se integró al elenco de la nueva XEOY.

Radio Mil se ubicó, en su inicio, en una gran casa situada en la calle de Donato Guerra, a unos pasos del Paseo de la Reforma. Los vaivenes económicos provocaron que la emisora cambiara de dueños y ubicación en repetidas ocasiones. Así, ocupó un local en la calle de Ayuntamiento, después en la plaza Santos Degollado y posteriormente, convertida en Núcleo Radio Mil, dirigida por el Licenciado E. Guillermo Salas, inauguró en julio de 1961 su propio edificio en Avenida Insurgentes Sur N° 1870, donde opera actualmente seis emisoras: XEOY, XEPH y XEBS, en el AM, y XEOYE, XHMM y XHSON, en la frecuencia modulada.

- **XEQR**

En diciembre de 1942, desde los altos del antiguo Teatro Principal, en la calle de Bolívar, comenzó a transmitir la que proyectaba ser Cadena Radio Continental, a través de la XEQR en AM y XERQ en onda corta.

La empresa fue realizada por los hermanos Gabriel y Antonio Fernández Sáyago, apoyados en la parte técnica por el Ingeniero Juan Antonio Egurrola.

Al igual que la recientemente inaugurada Radio Mil, Radio Continental ofreció al auditorio una programación dinámica, a base de talento vivo y buenas ideas, en la que alternaron todos los géneros musicales con programas cómicos, de concursos, reseñas deportivas y música grabada. Destacó principalmente la transmisión diaria de los noticiarios de la BBC (British Broadcasting Corporation), originados en Londres, Inglaterra, a través de los cuales se conocía el desarrollo de los más trascendentes acontecimientos de Europa durante la Segunda Guerra Mundial.

En 1945 Radio Continental cambió de dueños y formó una agrupación de emisoras que justificó el nombre de Cadena con el que originalmente fue lanzada.

La Cadena Radio Continental (C.R.C.) se instaló en una casa ubicada en la calle de Córdoba No. 48, en un espacio en el que también se montaron los estudios y cabinas de las estaciones XEBZ, XEML, XELZ, y XERC, las cuales formaron, conjuntamente con la XEQR, la constelación radiofónica que con el tiempo se convertiría en poderosa organización.

En 1947 la casa fue ocupada íntegramente por la XEX, lo que obligó a las emisoras de la C.R.C. a emigrar a la calle de Artículo 123 N°. 90, formando una empresa propiedad de Don Francisco Aguirre Jiménez.

El dinámico locutor Rafael S. López, antes gerente de la XEML, ocupó la gerencia de la C.R.C., y es a él a quien se le debe el denominativo de la emisora como “Radio Centro” bajo la siguiente consideración:

“Si la frecuencia de AM comienza en 560 y llega hasta 1590, restando a ésta la primera nos queda 1030, que es la frecuencia de la XEQR, por lo tanto, la QR está en el centro del cuadrante y justifica el que se le llame “Radio Centro.”⁸⁷

Es esta emisora quién plantó los cimientos de la Organización Radio Centro, que años después marcará la pauta de la actividad radiofónica. Actualmente bajo estas siglas se sintoniza en el 1030 del AM “Radio Centro” y en el 107.3 FM “La Z”.

- **XEPH**

Localizada en 590 Khz. se inició como emisora del Núcleo Radio Mil con el nombre de “Radio 590”, bajo el cual operó hasta agosto de 1967, fecha en que cambió su identificación a “La Pantera” con un formato dirigido al público joven. En los últimos años esta estación ha modificado en varias ocasiones su formato y

⁸⁷ Narrado por Roberto Aguilar González. Junio 2003.

nombre, identificándose como “XPress”, “Estadio 590”, “Sabrosita 590” y “Tuya 590”, nombre con el que opera actualmente, como parte de Núcleo Radio Mil.

1945

- **XERC**

Desde su inicio la XERC se identificó como eslabón de la Cadena Radio Continental. Ésta se localizó en la frecuencia de 790 Khz. Posteriormente se convirtió en una de las más importantes estaciones de la Organización Radio Centro y ha sido, tanto en el 790 del AM (Formato 21), como posteriormente en el 97.7 del FM (Stereo 97.7), una de las emisoras de mayor rating en la Ciudad de México.

1946

- **XENK**

Por una nota publicada en el Boletín Radiofónico⁸⁸ el 7 de noviembre de 1947, se puede asegurar que:

“La XENK (620 Khz.) “De México y para México” fue inaugurada el 2 de noviembre de 1946, con un transmisor de 5000 watts. A través de los años su slogan sufrió algunos cambios afortunados, pues gracias a ellos logró identificarse como Radio 6-20, “La emisora de la juventud” y como definición de su contenido: “La estación de la música que llegó para quedarse”. Destacó por el talento creativo de sus directores, locutores y técnicos, pues siempre transmitió programas atractivos y originales que marcaron la pauta a sus imitadores.”

Esta nota periodística menciona que en la celebración de su primer aniversario, la XENK transmitió un programa especial originado en los estudios de la recién inaugurada XEX, retransmitido por ésta última con alcance nacional.

⁸⁸ Boletín Radiofónico, año I, núm. 36, México, 7 de noviembre, 1947.

1947

- **XEX**

La Voz de México. Al inaugurarse, el 30 de octubre de 1947, la XEX fue considerada como la estación más potente de América Latina. El proyecto de la emisora partió de la adquisición de un poderoso transmisor que operaba en una ciudad fronteriza y transmitía en inglés con cobertura a todo el territorio de la Unión Americana. El referido transmisor, con 250.000 watts de potencia fue actualizado por el Ingeniero Walter C. Buchanan, mediante la inclusión de circuitos de amplificación y una antena direccional compuesta por seis torres, cada una, a diferentes ángulos de fase y distintas magnitudes de corriente, con lo que se formó un patrón de radiación orientado Noroeste-Sureste, para cubrir la totalidad del territorio nacional.

El potente transmisor operaba en la frecuencia internacional de 730 Khz. y se ubicaba en el rancho de “La Herradura”, situado en el camino entre Ixtapalapa y Tlahuac (San Lorenzo Tezonco).

La XEX por primera vez en la historia de la radio utilizó el encadenamiento entre los estudios ubicados en la calle de Córdoba N°.48 y la planta transmisora. Esto, gracias al empleo de un equipo R.C.A. de Frecuencia Modulada que operaba en los 101.7 Megahertz, con una antena instalada en los mismos estudios, cuya señal también podía ser captada directamente por medio de los pocos receptores de FM que existían en México.

El creador de este monumento de la comunicación radiofónica fue el señor Alonso Sordo Noriega, brillante hombre del micrófono, cuyo esfuerzo, iniciado años atrás en su lucha por ganar la confianza de los inversionistas, continuaría una vez inaugurado el proyecto, en su desempeño como Director General de aquella nueva emisora que, desde su inauguración, contó con la participación de los más destacados artistas nacionales e internacionales.

Sobre este personaje, Roberto Aguilar comenta:

“Sordo Noriega abrió las puertas de la emisora a sus amigos y en general a todos aquellos poseedores de experiencia artística para llevar la transmisión diaria de programas realizados con talento vivo, con un costo demasiado elevado para una emisora que apenas organizaba su fuerza de ventas.”

Al cabo de unos meses, los inversionistas, a través de su Consejo de Administración, nombraron a un señor de apellido Tinoco como gerente administrativo, cuya presencia, rechazada por Sordo Noriega, dio lugar a la renuncia de éste y la destitución del recién nombrado gerente.

Al quedar acéfala la emisora, el Consejo de Administración puso al frente a su Comisario, el Contador Alfonso Álvarez Garza, quién atinadamente y de manera provisional tomó las riendas hasta que se designó como Gerente General al Ingeniero Manuel Gutiérrez Bustamante, cuando se iniciaba el segundo año de operación. Roberto Aguilar relata al respecto:

“La nueva dirección se preocupó por el equilibrio de ingresos y gastos, pero no escatimó éstos cuando se trataba de contar con las figuras de mayor atracción en el elenco.”

Durante la gestión del Ingeniero Gutiérrez Bustamante, la XEX se consolidó como emisora de primera línea y contó con una programación atractiva en la que se conjugaban elencos sobresalientes, ideas novedosas y técnicas innovadoras de producción y por supuesto los costos de mantenimiento se redujeron considerablemente.”

A mediados de 1950 el Consejo determinó que si con la dirección encomendada a una persona ajena al radio se estaba cerca del punto de equilibrio, un técnico en la materia lo podría alcanzar y superar en poco tiempo.

El nombramiento recayó en el señor Walter Rademan, ex-gerente de ventas de la XEW en los años treinta y retirado del medio durante los últimos quince, quien se dedicó a rememorar sus pasadas glorias en la XEW e ignoró las responsabilidades inherentes a su presente.

En 1951 la XEX fue adquirida por el periódico Novedades, quién ya había incursionado en la televisión con el Canal 4. De esta forma, podía consolidar su presencia en los tres medios: prensa, radio y televisión.

Sin embargo, no se realizó tal proyecto, pues en 1952 la XEX se sumaría al Grupo Radiópolis, que ya integraban la XEW y la XEQ, para convertirse en repetidora de esta última en la ciudad de León, Gto.⁸⁹

1948

- **XERCN**

La inauguración de esta emisora en junio de 1948, constituyó la culminación de la carrera de Rafael Cutberto Navarro, uno de los más destacados nombres en la historia de la radiodifusión en México. Nacido en León, Gto., se inició como locutor en su ciudad natal en 1936 y sucesivamente fue gerente de una emisora en Chihuahua. Fue fundador de las estaciones XERZ y XERW de León, XENC de Celaya y XERO de Aguascalientes.

Su afán de servir a los radiodifusores de provincia le llevó a asociar algunas estaciones, con lo que se formó “Radio Sistema del Bajío”, una de las primeras cadenas radiofónicas de México.

En poco tiempo su radio de acción rebasó los límites del Bajío, al afiliar emisoras de todo el país para dar lugar a “Radio Cadena Nacional”, asentada en la Ciudad de México y ubicada en el cuadrante de AM, en la frecuencia de 1110 Khz.

A mediados de los años setenta la XERCN desapareció del cuadrante y la frecuencia 1110 Khz. fue ocupada por la XERED “Radio Red”.

⁸⁹ Destaca que la XEX fue la primera estación en México que utilizó la Frecuencia Modulada para transmitir su señal de los estudios a la planta transmisora en San Lorenzo Tezonco.

1950

- **XECO**

Fundada en 1970 por el Lic. Javier Pérez de Anda y el Ing. Adrián Pereda López. Radio Eco en los 1380 Khz., cambió su denominación a “Dimensión 13-80” y actualmente se le puede identificar como “Romántica”, perteneciente a Organización Radorama.

1952

- **XEFR**

Radio Felicidad. En frecuencia de 1180 Khz., como una estación de Grupo Acir, se ha mantenido durante más de cuarenta años transmitiendo una combinación de música de diversos géneros de los 60's, 70's y 80's.

1954

Frecuencia Modulada

Como ya se mencionó, en 1947 la XEX utilizó por primera vez en México un sistema de frecuencia modulada para enviar su señal de los estudios a la planta transmisora.

Desde entonces, el Ingeniero Federico Obregón Cruces comenzó a trabajar en la construcción de una emisora de FM, cuyo proyecto se hizo realidad a comienzos de 1952 cuando lanzó al aire la **XHFM “Radio Joya de México”**.

La transmisión de señales radiofónicas en FM fue experimentada por primera vez en Estados Unidos por el señor Edwin Armstrong y, a partir de los años cuarenta, fue que se empezó a utilizar como banda comercial en ese país.

El sonido que se transmite por esta banda cubre la gama que oscila entre 20 y 20,000 Hertz, lo que permite reproducir el sonido en Alta Fidelidad, mejorando

notablemente la audición de un radiorreceptor, especialmente cuando se trata de música.

Con esta característica, Radio Joya de México se dedicó a transmitir música continua, empleando grabaciones de la mejor calidad para promover la adquisición de receptores de FM al público. Ésta se presentaba como “Música sin anuncios”.

El terremoto de 1957 puso fin a la vida de Radio Joya de México, pero no a la FM que tan audazmente había iniciado y cuya raíz floreció enriqueciendo con más de veinte frecuencias el cuadrante de FM.

Siguiendo los pasos de la XHFM, en 1955 Radio Mil inició sus transmisiones por este sistema con la XEOY FM, promoviendo la instalación gratuita de receptores de FM en lugares públicos como oficinas y salas de espera de consultorios. También iniciaron operaciones en la frecuencia modulada la XEQ FM, en el D.F.; XET FM, de Monterrey, Nuevo León, en 1957; XERPM FM, también de la Capital del país, en 1959; y en 1960, la XHMLS FM, de Matamoros, Tamaulipas.

Las estaciones de FM tienen la particularidad de que sus indicativos de llamada deben incluir las letras XH -igual que las de televisión-, regla de la que escapan las emisoras XEOYE FM (89.7), XEQ FM (92.9), XEUN FM (96.1), XEW FM (96.9), XERC FM (97.7), XEX FM (101.7), XEFRF FM (103.3), XEDF FM (104.1) y XEQR FM (107.3), a las que se les permite usar las mismas siglas como un reconocimiento a la tradición de sus antecesoras en la banda de la amplitud modulada.

1957

- **XEDF**

La estación del Distrito Federal se inició como estación piloto de grupo *Radiópolis*, dirigida por Darío Pastrana, e integrada por conocidos animadores que charlaban con informalidad sin descuidar el tono ameno.

En la actualidad la XEDF pertenece al Grupo Radio Fórmula y opera como una de las emisoras de AM de mayor rating bajo el nombre de “Cadena Radio Uno”, en los 1500 Khz de AM y el 104.1 “Radio Uno FM”.

- **XEOC**

De las cenizas de aquella Radio Joya de México, pionera de la frecuencia modulada, surgió con el esfuerzo del Ingeniero Federico Obregón Cruces esta emisora, conocida popularmente como “Radio Chapultepec”, cuya frecuencia correspondía al primer punto del cuadrante de AM, 560 Khz.⁹⁰

1961

- **XEMP**

En este año se registra la emisora XEMP que transmite en la frecuencia de 710 Khz. si bien no se cuenta con mayor información sobre sus orígenes y desarrollo, esta emisora continúa operando en nuestros días bajo el nombre de “7 Diez”, del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

1962

- **XEVIP**

No se tiene mucha información sobre esta emisora que ocupase los 1560 Khz. del AM, sustituyendo a la antigua XEML. En los años ochenta la XEVIP cambia sus siglas a XEFAJ, con las que operó como “Radio Consentida”, “La Consentida” y “La Banda 15.60” hasta abril de 2004, cuando volvió a cambiar su indicativo por el de XEINFO AM.

⁹⁰ Desde el año 2006 encabezando el cuadrante de AM se ubica en los 540 Khz. la XEWF “*Ke Buena AM, la poderosa del Oriente*”, de Radorama Valle de México / Televisa Radio.

1964

- **XEABC**

Esta emisora, cuyo inicio es uno de los últimos registrados, se ubicó en la frecuencia de 760 Khz y en nuestros días continúa operando bajo el denominativo de "Radio ABC".

- **XEUR**

También entre las más recientes estaciones de AM que operan en la Ciudad de México se encuentra la XEUR, perteneciente a Organización Radiorama, la cual, prácticamente desde sus inicios ha sufrido constantes cambios en su formato e identificación.

1967

- **XEEP**

Radio Educación. Después de varios años fuera del aire, en 1967 la emisora de la SEP, ahora bajo las siglas de XEEP, sale nuevamente al aire en la frecuencia de 1060 Khz. Sin embargo, debido a la escasez de personal y los problemas técnicos, es hasta el año siguiente que inicia a transmitir en forma permanente, con horario discontinuo: de 7:00 a 14:00 hrs. en el turno matutino, y de 18:00 a 22:00 hrs. en el turno vespertino.

En 1972 se monta un transmisor de 50,000 watts de potencia a la altura del kilómetro 12 de la carretera México-Puebla, lo que le permite ampliar su espectro de transmisión.

El 22 de noviembre de 1978, la Secretaría de Educación Pública emite el Acuerdo 21, que define a esta estación como Organismo Público Desconcentrado de la SEP, entre cuyas funciones se encuentra la operación de la frecuencia denominada XEEP, pero que podrá operar otras frecuencias y ayudar al cumplimiento de los objetivos que en materia de radio fijan a la SEP diversos ordenamientos legales.

Estas son las emisoras que escribieron la historia de la comunicación radiofónica, a partir de aquel radio de galena que, de ser un simple juguete, se convertiría en pilar para el desarrollo de una industria sin precedentes.

Alimentadas con grabaciones y programas en vivo, las estaciones adquirieron cada una su particular fisonomía, lo que les dio su propia audiencia y reconocimiento. Si bien algunas desaparecieron silenciosamente del cuadrante, otras cambiaron drásticamente su formato y contenido, y unas más prevalecen inmutables desde su creación, el hecho innegable es que todas han hecho camino en la radiodifusión mexicana.

CAPÍTULO 3. VOCES, MENTES Y TALENTOS FRENTE Y DETRÁS DE CADA TRANSMISIÓN

*Somos lo que repetidamente hacemos.
La excelencia no es, pues, un acto, sino un hábito.
Aristóteles*

3.1. EL ARTE DE LA LOCUCIÓN

Más que la voz de una emisora, el locutor debe ser considerado como el rostro de la misma, pues ha sido siempre la voz informativa que ha forjado la imagen de cada emisora.

Desde que tuvieron lugar los primeros experimentos, la voz de un emisor fue un elemento clave para el desarrollo de la radiotelefonía y la radiodifusión. Este emisor, al tener en sus manos el poder de transmitir mediante ondas sonoras ideas, mensajes, y consejos, es decir, cuando le dio un sentido a los mensajes que producía, adquirió un nuevo papel y se convirtió en locutor.

De acuerdo con la definición del Diccionario Esencial de la Lengua Española Larousse, *locutor*⁹¹ (del latín *ōris*: el que habla) se refiere a un profesional de la radio o la televisión que se dirige a un auditorio.

Al inicio de la radiodifusión el oficio de locutor se desarrolló de manera empírica, sobre las bases que la práctica le enseñó y los conocimientos que fue adquiriendo con el tiempo. Don Roberto Aguilar González narra al respecto:

“Aun cuando el único requisito para ser locutor en los años mozos de este medio era tener fonogenia y facilidad de palabra, esto, invariablemente respondía a cierto grado de escolaridad que daba al poseedor de esos atributos las facultades necesarias para manejarlos elegantemente. Al principio todo era improvisación y, en poco tiempo, se combinó ésta con la lectura.”

⁹¹ *Diccionario de la lengua española*, Esencial, LAROUSSE Editorial S.A., 39ª reimp., 1994, p. 403.

En la medida en que esta actividad se hizo más intensa, se fueron dictando diversos reglamentos, leyes y estatutos que normaron la actividad radiofónica en nuestro país. El Estado, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, ejercía control sobre la actividad de las radiodifusoras, de acuerdo con la Ley de Vías Generales de Comunicación.

El 20 de mayo de 1942 se publicó en el Diario Oficial de la Federación el *Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación, Científicas y de Aficionados*⁹², que entre otros estatutos, reiteraba la prohibición de difundir "franca o veladamente" asuntos de carácter político o religioso, así como ataques de "cualquier tipo" al gobierno, y permitía las transmisiones en idiomas extranjeros, siempre y cuando fueran autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas. Además, establecía que cualquier persona que trabajara como locutor requería de un certificado de aptitud, expedido por la Secretaría de Comunicaciones.

Don Roberto Aguilar recuerda:

“Para obtener el certificado o licencia, el aspirante a locutor debía presentar constancia de estudios de nivel secundaria, como mínimo, y sustentar un examen en el que calificaban la calidad de la voz, la dicción, la lectura y los conocimientos de fonética de los idiomas francés, inglés, italiano y alemán, además de los requisitos que la legislación de la materia solicitara, según las disposiciones del reglamento en cuestión. El mismo, establecía que los comentaristas debían contar con un certificado que acreditara sus conocimientos en la materia que iban a tratar, mediante el cual se expediría la respectiva licencia.

No se había previsto que los comentarios más frecuentes se harían sobre temas deportivos, cine, teatro o música y que, a excepción de esta última, no había escuelas en las que se emitieran certificados de maestro en algún deporte, artes cinematográficas o crítica teatral, circunstancia que se resolvió mediante cartas expedidas por directores de periódicos deportivos,

⁹² Diario Oficial de la Federación, México, 20 de mayo de 1942.

revistas especializadas o maestros destacados, en las que hiciera constar la capacidad de la persona para disertar sobre el tema correspondiente.

Se puede asegurar que todas las voces que se escuchaban en la radio, tanto de locutores como de comentaristas, cumplían con las disposiciones reglamentarias pues además, si alguien se aventuraba a hablar sin la correspondiente licencia, era detectado por el monitoreo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y retirado del aire, independientemente de la multa que se le imponía a la emisora.

Si es verdad que el control ejercido por la mencionada Secretaría era estricto, también lo es el hecho de que se escuchaba hablar a los locutores con propiedad, corrección gramatical y respeto absoluto hacia personas e instituciones, sin olvidar al radio oyente. El denominador común de los locutores era la fonogenia.”

Sin embargo, el crecimiento de la actividad radiofónica nuevamente rebasó la legislación existente. Como se mencionó en el Capítulo 1, con objeto de regular una actividad iniciada cuarenta años antes en materia de radio, y diez años después del inicio de la televisión, el 19 de enero de 1960 se publicó en el Diario Oficial la *Ley Federal de Radio y Televisión*, destinada a regular las acciones relacionadas con el desarrollo de estos medios.

Dicha Ley establece que es jurisdicción federal todo lo relativo a radio y televisión y asigna a cuatro Secretarías de Estado las funciones de autorización, control, vigilancia y promoción de las transmisiones correspondientes.⁹³ Las cuatro Secretarías que comparten las responsabilidades establecidas por esta legislación son:

1. Secretaría de Comunicaciones y Transportes,
2. Secretaría de Gobernación,
3. Secretaría de Educación Pública, y
4. Secretaría de Salubridad y Asistencia.

⁹³ Raúl Cremoux, *Legislación mexicana en radio y televisión*, México, Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, 1982, p. 22-25

Las atribuciones que competen a cada Secretaría se detallan respectivamente en los Artículos 9º, 10º, 11º y 12º de la referida Ley.

En el Artículo undécimo, numeral sexto, se le asigna a la Secretaría de Educación Pública, entre otras atribuciones:

“Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones”.

Esta función fue encomendada a la Dirección General de Educación Audiovisual de la mencionada dependencia y el criterio para el otorgamiento del certificado de aptitud varió considerablemente respecto al establecido previamente por la Secretaría de Comunicaciones. Al respecto, Don Roberto Aguilar hace la siguiente aseveración:

“Si entonces se evaluaban conocimientos básicos, en ese examen sólo se ponía a prueba la memoria del sustentante a través de una larga lista de preguntas relativas a nombres, fechas y lugares.”

En la actualidad existe la idea de que son la radiodifusora o canal de televisión quienes envuelven en una aureola de fama a aquellos que proyectan mediante cámaras y micrófonos. Esa aureola es tan sólo un respaldo que deriva del prestigio del medio, pero dependerá siempre de las aptitudes de cada nuevo locutor, comentarista, actor o comediante que pueda construirse una imagen sólida, como lo hicieron todos aquellos que les precedieron y cuya memoria persiste.

3.2. LAS VOCES DENTRO DE LA CAJA: LOS LOCUTORES

Es justo referirse a aquellos que dedicaron la mejor parte de su vida al ejercicio de una actividad en la que sólo trascendió su voz, aquellos que dieron vida al radioteatro, comedia radiofónica, soap opera, teatro de misterio, programas humorísticos, clínicas sentimentales, temas hogareños y melodramas, en síntesis: programas dialogados, pues fueron pocos los radioescuchas que supieron que cada una de esas voces era la forma de expresión del sentimiento de un actor que encarnaba a diversos personajes según se requería.

Esta historia inicia en 1923, cuando comienza sus transmisiones la CYO de El Universal y La Casa del Radio, con participación del inolvidable Jorge Marrón.

Con inclinaciones hacia el dibujo y el periodismo, este personaje inició la aventura que tiempo después lo convertiría en decano de una profesión iniciada por él mismo: la de locutor.

Previamente se hizo referencia a las impresiones del señor Marrón en esa primera emisora de México en la que también transmitió el primer anuncio comercial del radio al improvisar unas palabras de agradecimiento por el obsequio de pasteles y helados que le hiciera la nevería La Bella Italia.

En 1925 este personaje formó parte de la emisora cultural de la Secretaría de Educación Pública, CYE, de la que fue locutor por un lapso de dos años. Posteriormente fue una de las voces características de la XEB de El Buen Tono, hasta que su inquietud lo llevó a sumarse al elenco de la XEW, a través de la cual transmitió, originado en el cine Bucareli, en el año de 1941, el programa de preguntas “El Doctor I.Q.”, cuyo éxito le diese una permanencia de cuarenta años en el aire y presencia nacional durante el tiempo en que se transmitió desde cines y auditorios de las primeras ciudades de la República.

Don Roberto Aguilar, locutor de vocación, señala sobre este tema:

“Con el paso de los meses, las frecuencias del cuadrante fueron señalando el lugar de nuevas emisoras, cuyas identificaciones pregonaban los locutores.

Lo menos que se podía encontrar en una voz del radio era compañía; sin embargo, esa voz ofrecía también entretenimiento, información, consejos útiles y en ocasiones realizaban alguna labor de interés social.

El aire se pobló de voces, sería justo decir voces agradables, portadoras de mensajes de amistad, cuyas inflexiones fueron anidando en los hogares en la medida en que conquistaron el aprecio de los diversos miembros de cada familia.

El trabajo del locutor se consideró como patrimonio de aquellos que nacieron con el don de saber hablar con facilidad. Sin embargo, ese don no era suficiente si no se contaba con ingenio, galanura y voluntad para siempre salir adelante en cualquier situación.

En las estaciones llamadas grandes, el locutor además participaba en otras actividades como la venta de tiempo, la planeación de programas, redacción de guiones o textos comerciales, e incluso ocupaba puestos directivos.

En aquellas conocidas como chicas, el locutor se encargaba de casi todo, desde sacudir el polvo hasta manejar los controles del transmisor, poner los discos, contestar el teléfono, inventar anuncios y, por supuesto, vender tiempo.”

No cabe duda de que aquellos que fincaron los cimientos de la que sería la profesión de locutor pusieron el alma en su trabajo de cada día con el único objetivo de agradar al auditorio, cosa que lograron. Jorge Marrón fue el primero en la Ciudad de México, pero como él, hay muchos otros que con su labor frente al micrófono contribuyeron a consolidar el prestigio de aquella nueva profesión.

Los locutores empezaron de cero, cuando no había estaciones ni receptores. Sin embargo, gracias al interés que despertaron con sus voces, promovieron la venta de radiorreceptores y crearon en el público el hábito de escuchar radio.

Cuando Jorge Marrón se incorporó a la XEB, alternó con otros locutores entre los que se recuerdan los nombres de Enrique W. Curtis, sobresaliente declamador; Julián Morán, que ocuparía la dirección artística de la emisora; Humberto González Tamayo (más conocido como Humberto G. Tamayo), cuya brillante trayectoria le hizo ganar el reconocimiento de maestro; y Julio Sotelo, quién se enfocó atinadamente hacia la crónica deportiva.

Por su parte, la XEW en sus primeros años de actividad contribuyó con la más extensa lista de nombres famosos en la locución, de los cuales merece la pena hacer mención. Así, destacan Leopoldo de Samaniego, el primero que salió al aire; Ricardo López Méndez, además de locutor, brillante poeta; Pedro de Lille, conductor de *“La Hora Azul”*; Alonso Sordo Noriega, creador de programa *“Investigador policiaco del aire”* y padre de las crónicas de toros y fútbol; Luis Cáceres, considerado como el mejor locutor lector de noticiarios; Guillermo Núñez Keith, de voz brillante y juvenil, que se convertiría en destacado publicista; Álvaro Gálvez y Fuentes, mejor conocido como *“El Bachiller”*, de talento excepcional, creador de programas y publicista; Manuel Bernal, ex-barítono, famoso en sus comienzos como “Tío Polito”, narrador de cuentos infantiles y locutor de sólida personalidad; Jorge Vélez, cuyo atractivo físico le llevó a cambiar el micrófono por los estudios de cine; Carlos Amador, destacado maestro de ceremonias que también fue atraído por el medio cinematográfico; Joaquín Grajales, de voz convincente que al cabo de los años se convirtiera en radiodifusor; Guillermo Morales Blumenkron, locutor, publicista y político destacado, cuya carrera culminó en el ejercicio de la gubernatura del Estado de Puebla; Luis M. Farías, también locutor seducido por la política, quien fuese, años más tarde, Gobernador de Nuevo León.

De la XEFO Radio Nacional, surgieron los locutores Luis Ignacio Santibáñez, procedente de la XEFW de Tampico, quien posteriormente se sumaría al elenco de la XEW; Mercedes Leal, a quien corresponde el mérito de haber sido la primera locutora que enfocó sus esfuerzos hacia la divulgación educativa para los niños; Leobardo González, que fungiría como director artístico de la emisora; y Juan Roca, locutor de noticiarios fílmicos.

Entre las emisoras chicas, la XEBZ fue la que sirvió de punto de partida a la fructífera carrera de varios locutores, entre los que se cuentan Ken Smith, quien

con la transmisión de “*La Hora Americana*” demostró sus espléndidas dotes de locutor bilingüe; Carlos Albert, locutor de “*La Hora del Insomnio*”, cuya brillante trayectoria lo llevó a Radio Mil y a la XEQ; e Ignacio Carral, que junto con Dante Aguilar, Rafael Águila, Luis Cervantes y Joaquín Bauche, formarían parte de la XEOY Radio Mil, en 1942.

Otra de las estaciones chicas crisol de talento fue la XEML, en la que se dieron a conocer Rafael S. López, creador de las radio complacencias, y Emilio Esquivel, cuya carrera culminó en un canal de televisión.

Procedentes de la XEB, Humberto G. Tamayo y Rafael Rubio se sumaron a la numerosa planta de locutores de la XEQ que ya integraban Ramiro Gamboa, Carlos Pickering, Rubén Marín y Kall, Enrique Bermúdez, Mario Seoane Márquez, Bernardo Marrón Franyuti, Mario Rincón, Jorge Labardini, Raúl Raygadas, Eduardo González Pliego y José Hernández Chávez. Con el tiempo se incorporaron al elenco de esta estación Mario Agredano, Raúl Leonel de Cervantes, Ignacio Hernández, Nicho González y Luis Ángel Cisneros.

En ese año de 1942 Radio Cadena Continental, encabezada por la XEQR salió al aire contando con la participación de destacados locutores entre los que cabe citar a Emilio de Igartua, Daniel Pérez Alcaraz, Pedro Ferríz Santacruz, Francisco Bolaños, Emilio Valencia y Mario Tercero, entre otros.

Es justo señalar que en estos años fueron surgiendo voces que pronto alcanzaron notoriedad por dedicarse a alguna determinada especialidad. Así, por ejemplo, surgieron de la XEQ los talentos de José (Pepe) Ruiz Vélez, imitador de voces y animador de programas de concurso; José Ángel Espinosa (Ferrusquilla), también imitador de voces y actor cómico; y Pedro (El Mago) Septién, comentarista deportivo, cuya fama y apodo se debieron a que narraba dentro del estudio los juegos de Ligas Mayores de béisbol, animados a base de efectos de sonido.

De Radio Mil surgieron, como cronista deportivo, Eduardo Orvañanos y, como cronistas taurinos Francisco Rubiales, mejor conocido como Paco Malgesto, cuya ductilidad llevaría a éste años más tarde a conducir su propio programa de televisión, y Pepe Alameda, quién supo ejercer la crónica con “*valiente entrega*”.

Al elenco de locutores de Radio Mil se sumaron Bolívar Domínguez, Mario Iván Martínez y Germán Carvajal.

Aun cuando se formaron en diferentes emisoras, por su mayor tiempo de permanencia es posible ubicar en Cadena Radio Continental a Agustín González “Escopeta”, especializado en crónica taurina y futbolística; y a Fernando Marcos, cronista de fútbol de la mayor categoría.

Sería ingrato omitir los nombres de los que se podrían considerar como los primeros cronistas entre los que destacaron José Jiménez Latapí (Don Dificultades) y Enrique Arzamendi, ambos especialistas en la fiesta brava.

Cuando salió al aire la XEX “La voz de México”, en 1947, volvió a brillar en las ondas radiofónicas la incomparable voz del antes citado Alonso Sordo Noriega, de quien se decía, “*podía narrar a la perfección un desfile militar, un encuentro de fútbol o una corrida de toros*”.

Le secundó una planta de locutores de reconocida experiencia como Pedro Ferriz Santacruz, Daniel Pérez Alcaráz y Rubén Santos Vivanco, procedentes de la XEQR; Rafael Rubio y Raúl Raygadas de la XEQ; Adrián Fournier, de la XEB, Raymundo Muciño Arroyo, Gabriel Olivas y Rafael Águila Palafox, de Radio Mil; Gonzalo Castellot, de la XELA; Luis Garmendia, de la BZ; y Germán Figaredo, procedente de una emisora de Morelia, Mich. Además, se iniciaron en la locución dentro de la XEX Aurelio Pérez, Carlos Fradera Brunet, Rafael Vidal y Quintín Bulnes.

Algunos otros que se mantuvieron ligados a una misma emisora fueron Mario Adams, que transmitió para la XEK desde centros nocturnos y el profesor José Alberto Muñoz, quién a través de la XEMX anunciaba la academia de la que era director.

La Cadena Nacional, encabezada por Radio Gobernación, se identificaba por la voz de Mario Ronzón. Por su parte, Manuel Zepeda Castillo encabezaba “La Hora de la Defensa Nacional”.

La radio cultural encontró su más completa definición en la XEUN de la Universidad Nacional Autónoma de México, pues hasta entonces esa modalidad la desarrollaron estaciones como las de la Secretaría de Educación Pública y Secretaría de Gobernación, cuya programación era mixta, o como la XEFO Radio Nacional, que también era parcialmente cultural.

Entre los locutores que llevaron al aire la voz de la Universidad hasta 1950, se rememora a Enrique Salvador Flores, Carlos David Ortigosa, Mario Acona Pérez, Luis M. Farías, Fernando Torre Laphán, Gabriel Sotres Pierres y Roberto Aguilar González, quien narra su experiencia en esta estación, que fuese la cuna y recinto que lo catapultó hacia una exitosa carrera en la industria radiofónica.

“Radio Universidad trazó la ruta de mi vida. Al principio fue una diversión participar en el programa estudiantil ‘La Casa de la Troya’. Después fue la admiración creciente al conocer cada una de las facetas de esa difusora.

Joaquín de la Garza, el Director de Programas, indicaba a los locutores los lineamientos que deberían normar el criterio de una emisora que, por ser cultural, debía singularizarse con respecto a las demás.

Joaquín redactaba tanto el ‘Radioperiódico universitario’, como los textos del ‘Ideario de la Universidad’ y seleccionaba las páginas literarias, poesía o prosa, que los locutores tenían que leer en los tiempos correspondientes.

Fernando Wagner, a cargo del ‘Teatro Panamericano del aire’ en una emisión semanal presentaba obras teatrales tanto del repertorio clásico, como de autores modernos como Strimberg, Kayser o Giraudoux.

La Sinfónica de la Universidad ofrecía conciertos regulares en el Anfiteatro Bolívar, mismos que se integraban a la programación de la radiodifusora. Los micrófonos también transmitían fuera de los estudios actos de gran relevancia como fue la inauguración de la Hemeroteca Nacional (1946), en una ceremonia solemne, presidida por el entonces presidente de la República General Manuel Ávila Camacho. También cuando ocupó la Rectoría Don Alfonso Caso, Radio UNAM transmitió en forma regular las sesiones del Consejo Universitario.

Por lo que hace a la parte artística, la cubrían cantantes o ejecutantes en su mayoría Maestros de la Facultad de Música universitaria, o pianistas, alumnos de prestigiados Maestros como Luis Moctezuma o Carlos del Castillo, entre otros.”

Cuando comenzó a funcionar la XELA, estación de la Buena Música, los locutores fueron elegidos en forma cuidadosa, pues requerían un nivel de conocimientos acorde con al contenido de la programación. De aquella antigua XELA se recuerdan los nombres de Emilio de Igartua, Ignacio Martínez Carpinteiro, Gonzalo Castellot y Pedro Ferríz Santacruz, a quienes ya se ha mencionado en otras emisoras a las que llegaron después.

También son de la XELA Manuel Sánchez Mejía, Fernando Aguilar González (hermano de Roberto Aguilar González), Emilio Hernández, Javier Manzanera, Alfredo Rosado y Gabriel Sotres Pierres, éste, procedente de la XEUN.

Con un reconocimiento especial es indispensable referirse al grupo de voces más elocuentes del medio: las locutoras.

Como se mencionó con anterioridad, por iniciativa del Doctor Fernando González Oviedo, la radiodifusora XEMX adoptó la modalidad de Radio Femenina.

La voz directora fue la de Cuca Escobar, acompañada por colaboradoras tan destacadas como Mimi Bechelani, Rosa Elvira Cano, Susana Castaneira, Tere Escobar (Coralito), Rosario y Dolores Muñoz Ledo, Magdalena Ruvalcaba y Adalea Vázquez.

Otras voces femeninas escuchadas en diversas emisoras fueron las de Carmen Madrigal, Emma Sanvicente, Mercedes Leal, Alicia Rodríguez, Nelly Salvar, Hermila Barragán, Lucero Alarcón y Zoila Quiñones.

Radio 6-20, Emisora de la Juventud, también aportó locutores distinguidos como Horacio Uzeta, Sergio Olivares, Fernando Balderas, Silvestre Razo, Adrián Ojeda, Joaquín Ortiz Galván y José Alberto Villamil.

En la Radio 590 se iniciaron Jorge Zúñiga y Eduardo Charpenel y en la XEDF Ángel Fernández, locutor, animador y cronista deportivo único.

Con el paso del tiempo fueron agregándose otros nombres a las listas de locutores ya identificados con determinadas emisoras, como Roberto Ayala Bravo, de la XEBZ, quién destacó como comentarista de discos, y Sergio Beauregard, quién después destacaría en televisión.

Cuando la XEN se dedicó a la transmisión de música de concierto, surgió Salvador Luna Ibarra, quien pasaría a la XEW, para culminar su trayectoria en Radio Centro.

La planta de locutores ya numerosa de la XEX se enriqueció con la inclusión de las voces de Pedro de Lille, Rubén Zepeda Novelo y Manuel López Ochoa.

Por lo que hace a la XEW, considerada como “La Catedral del Radio”, se constituyó como meta a la aspiración de muchos locutores, que poco a poco fueron engrosando su elenco. Así, encontramos en ella los nombres de Adrián Lajous, Francisco Javier Camargo, Edmundo García, Jorge de Valdés, Alfredo Jiménez “Patalarga”, Sergio García Villarreal, Pedro Moreno, Eugenio Castro Nivón y Jaime Ortiz Pino.

Cabe añadir en la lista de locutores los nombres de los comentaristas cuya especialidad trascendió a través del micrófono como Agustín Barrios Gómez, padre e hijo; Catalina D’Erzel, Salvador Novo, Luis Spota, Enrique Rosado, Álvaro Arauz, Carlos Denegri, Alberto Ramírez de Aguilar y Arrigo Coen Anitúa.

Si bien la relación no está completa pues la escasa documentación y las nubes de tiempo impiden incluir algunos nombres olvidados o ajenos a la memoria, no por ello se les ha de considerar menos valiosos, ya que, como señala Roberto Aguilar:

“La profesión de locutor es de sacrificio y dedicación.”

Se podrían citar otros muchos ejemplos de voluntad y labor constante, en los que la labor del locutor, sus experiencias y triunfos lo llevaron a permanecer en la memoria de sus radio escuchas. Sin embargo, el comentario que hace Humberto

González Tamayo, maestro en la materia, tomado de una publicación hecha en el boletín *Radio Comunicación*⁹⁴, editado por Grupo ACIR, de fecha mayo-junio de 1987, sintetiza y enfatiza lo que esta profesión representa:

“Destacar ante el micrófono es tan fácil o tan difícil como destacar en cualquier otro terreno y depende exclusivamente de las habilidades del locutor, de su deseo de superarse. Para lograr éxito y fortuna se necesita tenerle mucho cariño y una dedicación constante a nuestra labor.

No está la profesión en presentarse cinco minutos antes del programa, leer con más o menos énfasis determinados anuncios... y ¡listo! El que se para frente a un micrófono tiene que ser más que un simple anunciador. Aparte de ser alguien que interprete con toda facilidad los deseos del cliente en cuanto a las frases o mensaje del producto, debe realizar algo que realmente lo haga valer como profesional ante el micrófono. Hay que saber más cada día, cultivarse, aprender. Llegar a ser además del hombre que lee, el hombre que piensa.

No se necesita ser genial para demostrar facultades especiales frente a un micrófono. Lo más importante es perseverar. La práctica tenaz de hacer algo bueno (o cuando menos diferente) todos los días, es lo que produce mejores resultados. Sólo nuestra insistencia en tratar de hacer cosas nuevas y mejores es la que por fin nos permite hacerlas, pues la tenacidad corona el éxito más rebelde.”

⁹⁴ *Boletín Radio Comunicación*, México, Grupo Acir, Mayo – Junio, 1987.

3.3. COMPOSITORES Y CANTANTES Y ACTORES

Así como los locutores contribuyeron a consolidar la imagen de las diversas radiodifusoras, los artistas jugaron un papel fundamental en tanto que al brindar espectáculo para deleite del auditorio impusieron modalidades capaces de conformar las preferencias del público en un sentido determinado.

Como se menciona al inicio de este trabajo y a juzgar por las referencias que se tienen de las primeras radiodifusoras, se considera al artista tan necesario como al locutor o al director creativo para integrar un programa capaz de interesar al auditorio.

Desde su comienzo, la radio constituyó el medio más eficiente para la difusión de música en sus diversas modalidades. Roberto Aguilar señala:

“Se puede afirmar que en el México de los años veinte ya existía la armoniosa comunicación entre artista y público, por lo que se podía escuchar a las amas de casa tarareando algún cuplé que había puesto de moda María Conesa en una tanda del Principal, o el romántico trozo de la opereta representada por la ‘Emperatriz’ Esperanza Iris.”

El IV Censo de Población y Vivienda⁹⁵, levantado en México en el año de 1930 indicó que el Distrito Federal contaba con 1'229,576 habitantes diseminados en un área que limitaba al Norte con la Villa de Guadalupe y al Sur con la municipalidad de Xochimilco, en tanto que el eje Oriente-Poniente empezaba en Ixtacalco y terminaba en Mixcoac.

Ese fue el espacio que comenzaron a poblar las ondas hertzianas transmitidas por las primeras radiodifusoras.

Y aquí surge la pregunta obligada: ¿Cómo se entretenía la gente cuando no se tenía la posibilidad de escuchar radio?

⁹⁵ Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, INEGI. [en línea], Dirección URL: <http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=mpob91&c=3837&e=09> [consultado: junio 2004]

Don Roberto Aguilar González en entrevista responde a estas pregunta y narra sobre los principales espectáculos que figuraban en cartelera en esa época y entretenimientos populares que hacían las delicias de la gente:

“La respuesta es simple: la gente se entretenía porque la Ciudad de México contaba con suficientes medios para desarrollar una intensa actividad artística y cultural.

Sin abundar en detalles, se pueden citar, entre los teatros más comunes al Teatro Iris, dedicado a la opereta; el Teatro Arbeu, especializado en ópera y el antiguo Teatro Hidalgo, en el que se representaba la zarzuela. El drama se aplaudía en el Teatro Fábregas y la comedia en el Ideal, en tanto que la revista o tandas -como se les llamaba-, se podían ver en el Colón, el Principal y el Politeama.

De los teatros de revista, principalmente del Politeama, derivaron artistas como Agustín Lara, Juan Arvizu, Alfonso Ortiz Tirado, Mario Talavera y Pedro Vargas, aun cuando los tres últimos también habían incursionado en los escenarios de la ópera y la opereta.

Había conciertos dirigidos por eminentes maestros como Julián Carrillo o Carlos J. Meneses, y solistas como José Rocabrana, Ana María Charles, Marcos Rocha, Santos Carlos, José Rolón y otros que escapan a las memorias.

El espectáculo popular corría a cargo de las carpas instaladas en zonas de mayor concurrencia y los circos que temporalmente visitaban las diferentes municipalidades. Para entretener a la población infantil estaban los títeres de Rosete Aranda y las marionetas de Graciela (Gachita) Amador.

Era constante la visita de artistas y espectáculos extranjeros, cuya actuación en los teatros dejaba temas de conversación para varios meses.

Las salas cinematográficas ya registraban una considerable concurrencia, sobre todo cuando los artistas de las películas de Hollywood eran nuestros famosos compatriotas Dolores del Río, Ramón Novarro y Lupe Vélez.

Sólo cabe añadir a lo anterior que los discos de fonógrafo y los rollos de pianola ponían a silbar y cantar al público las tonadas que se escuchaban en las ‘tandas’ o las piezas que se bailaban en ritmo ‘One step’ o ‘Two step’, por supuesto, importadas de Estados Unidos.

La belleza del entonces transparente cielo de la Ciudad de México servía de bóveda a las audiciones al aire libre que se celebraban los domingos al medio día en los principales jardines, en las que tomaban parte bandas militares dirigidas por maestros tan renombrados como Genaro Nuñez, Velino M. Presa y José Rolón, u orquestas como la Típica de Don Miguel Lerdo de Tejada o la Típica Torreblanca, engalanadas con el sonido mágico de los salterios.

La misma bóveda celeste, tachonada de estrellas, servía de manto a las serenatas en las que los conjuntos ya mencionados amenizaban, en los jardines públicos, los jueves por la noche.

Nuestro cielo, también al atardecer, envolvía con sus luces arreboladas la añorada silueta del cilindrero, que en alguna esquina hacía sonar las notas de nuestros viejos valeses.

Todos estos elementos sirvieron para fincar los cimientos de la parte artística de la naciente radiodifusión.

Es fácil suponer que los artistas que actuaban en los diversos teatros de la Capital acudieran espontáneamente a las radiodifusoras recién instaladas, ansiosos de experimentar el revolucionario invento que les permitiría ser escuchados en cualquier sitio donde hubiera instalado un radiorreceptor. Así, la radio fue también un medio de contacto entre aquellos artistas y su mismo público, que ahora los podía aplaudir desde sus hogares.”

A través de este circuito emisor-receptor pasaron cientos de talentos enfrentados a una competencia selectiva de la que muchos salieron triunfantes, mientras otros quedaron eliminados. No había género dominante, pues a través de la radio se escuchaban indistintamente arias de ópera, música de salón, música típica

mexicana, zarzuela, danzones y guitarras. Don Roberto Aguilar explica este fenómeno de la siguiente manera:

“En los años treinta el gusto del público estaba amoldado a los espectáculos que se presentaban en teatros, los que en su mayoría eran de ópera, opereta, música de concierto o música de género ligero, como la que tocaban las bandas. Por supuesto que eran también los intérpretes de esos géneros los que modelaban ese gusto.”

En la sección I de Publicidad Mexicana⁹⁶ el escritor Juan Mejía Cole menciona entre las figuras del elenco de la CYL en su primer aniversario (1924) los nombres de Manuel M. Ponce, Conchita Piquer y Leopoldo (El Cuatezón) Beristain y añade el siguiente comentario:

“Un gran elenco para su época; de muchos la fama y gloria aún están vivas. En este elenco había actores y actrices, cantantes de escuela, románticos y populares; la finura en la música correspondía al maestro Ponce; la música española a la Piquer y la comicidad mexicana al ‘Cuatezón’ Beristain.

Es lógico que se transmitió drama, comedia y toda la gama de las melodías, desde la clásica a la ranchera.”

Más adelante el mismo autor menciona:

“La primera ópera transmitida fue ‘Rigoletto’, en el programa ‘Carta Blanca’. Actuaron Francisco de P. Yañez, María Porras, Luis Manterola, Eloisa Maceda, Ignacio Rufino y Esperanza Ruiz, con la dirección del maestro Jesús M. Acuña.”

En los siguientes diez años (de 1930 a 1940) la radiodifusión en México se consolidó al tiempo que vio surgir como torrente incontenible las más variadas expresiones de talento artístico.

⁹⁶ Juan Mejía Cole, “Su historia”, en Villamil, José Antonio. *La publicidad Mexicana*. México, Medios Publicitarios Mexicanos (Demoscopia), 1971. p.158

“Para 1937 figuraban en el elenco de la XEW 14 sopranos, 18 tenores, 10 barítonos, 35 cancioneros, 28 compositores, 53 directores de orquesta, 27 pianistas y 10 marimbistas.”⁹⁷

Por lo que hace a los intérpretes, basta recordar algunos artistas que pronto alcanzarían renombre como el doctor Alfonso Ortiz Tirado como *“El Embajador lírico de la canción”*, y Juan Arvizu, a quien en Buenos Aires llamaron *“El tenor de la voz de seda”*.

La XEW contaba en su inicio con un conjunto artístico integrado por cantantes como Pedro Vargas, Emilio Tuero, Josefina Aguilar, Fanny Anitúa y María Teresa Santillán. Poco a poco se fueron sumando las voces de otros que más tarde se harían famosos como Luis G. Roldán, Lupita Palomera, Ana María Fernández, Maruca Pérez, José Mojica, Elvira Ríos y Toña La Negra (Antonia del Carmen Peregrino); los acompañamientos de Pepe Agüeros, Roberto G. Treviño (Tacos), Raúl C. Rodríguez (Raulito), José Sabre Marroquín; así como las orquestas de Max Urban, Guillermo Posadas, Juan García Esquivel, Gonzalo Curiel y Daniel Pérez Castañeda, destacados entre muchos otros, pues no cabe duda que, por ser poseedores cada uno de un estilo propio, sirvieron de modelo a muchos otros que surgieron después.

Cabe mencionar que a escaso un mes de inaugurada la XEW, debutó el maestro Carlos Chávez, el 9 de octubre de 1930, en el ciclo de Beethoven, con cuarenta profesores y el solista Bonifacio Zárate⁹⁸.

En la XEB el compositor Rafael Hernández (El Jibarito) daba a conocer sus canciones en las voces de Margarita Romero y Wello Rivas, con las que alternaban en la misma emisora Néstor Mesta Chaires, Vicente Bergman, Manuel Flores, Luis P. Saldaña, el cancionero del ensueño, y Francisco del Rey. También desfilaban frente a los micrófonos las orquestas de Roy Carter, Ernesto Riestra, y Jaramillo y sus Diablos Azules. Otros compositores de la XEB fueron Miguel Pardo, Jorge del Moral y Bernardo Sancristóbal.

⁹⁷ Ibid. Pp. 160

⁹⁸ Idem.

La XEX para su temporada inaugural, reforzó su elenco con la presencia de la famosa cantante de Hollywood Jeannette Mac Donald, y con la inolvidable vedette europea Josephine Baker, quienes alternaron con artistas de la talla de Hermilo Novelo, y músicos como Elías Breeskin y Miguel Lerdo de Tejada hijo. Eventualmente actuaron también los cantantes internacionales Giuseppe Di' Stéfano y Giuseppe Valdengo y la orquesta de Xavier Cugat.

Roberto Aguilar comenta al respecto:

“La programación de esta estación tenía como principal objetivo exaltar a la canción mexicana auténtica, liberándola de influencias extrañas y del concepto equivocado que confunde lo popular con la vulgaridad.”

En el programa estelar con el que se celebró el primer aniversario de la emisora el barítono norteamericano Lawrence Winters encabezó un elenco de destacados cantantes. Se contó con la participación, como invitados especiales, de la distinguida actriz doña Virginia Fábregas, el popular cómico Jesús Martínez “Palillo” y la vedette Rosita Fornés.

Entre los actores teatrales de los años treinta se identifican con los primeros programas dialogados a Julio Taboada y Aurora Walker, con “El tigre Leroix”; Salvador Carrasco, Consuelo Orozco y Carmen Doria con “Los Tres Mosqueteros”; Pura Córdova con Teatro Dominical y Carlos Riquelme con “Sherlock Holmes”.

Con tan experimentados actores, alternaron en esos mismos programas los que pronto serían reconocidos como primeros actores radiofónicos: Antonio González, Rosario Muñoz Ledo, Lucila de Córdova y Ciro Calderón.

En el curso de aquellos primeros diez años otros actores teatrales se sumaron a los cuadros radiofónicos. Paralelamente, se fueron formando más actores, unos tomando clases con maestros de actuación y otros asimilando en la práctica la técnica de los más destacados, lo que permitió que, al iniciar los años cuarenta, la radio mexicana contara con los más prestigiados cuadros de actores.

A comienzos de 1949 se sumaron al elenco de la XEX artistas renombrados como Fernando Fernández, Nicolás Urcelay, Luis Aguilar “El Gallo Giro”, Pedro Infante, Amanda Ledesma, los hermanos Martínez Gil, los famosos cómicos Tin-Tan y Marcelo, Palillo, Manolín y Shilinsky, y Borolas, así como los renombrados actores Rafael Baledón y Domingo Soler.

En la XEX también alcanzaron reconocimiento las canciones de Cuco Sánchez y José Alfredo Jiménez, quienes comenzaron a ganar popularidad como intérpretes de sus propias canciones en 1949.

Tal vez el fenómeno más trascendente surgido de la actividad radiofónica fue la formación de compositores de sencilla inspiración, creadores de un elevado número de canciones de éxito perdurable, algunas de las cuales se siguen escuchando muchos años después. A los autores mencionados en párrafos precedentes hay que añadir los nombres de sus contemporáneos Mario Talavera, Alfonso Esparza Oteo, Ignacio Fernández Esperón (Tata Nacho), Joaquín Pardavé, Guty Cárdenas y María Grever, y agregar a aquellos que poco a poco hicieron crecer el repertorio de intérpretes, en la medida en que lograban éxito con alguna composición, como fueron Lorenzo Barcelata, Emilio de Nicolás, Mario Ruiz Armengol, Luis Alcaraz, Miguel Prado, Gonzalo Curiel, Chucho Monge, José Sabre Marroquín, los hermanos Martínez Gil, Cuates Castilla (Pepe y Miguel), Pepe Guizar, Alberto y Abel Domínguez, Gabriel Ruiz, Alfredo Nuñez de Borbón y Javier Ruiz Rueda.

En el libro *“Historia de la Música Popular en México”*⁹⁹, Juan S. Garrido consigna los nombres de las canciones que año con año registró cada compositor.

Este distinguido maestro nació en Valparaíso, Chile, y llegó a México en 1932 para hacer de nuestro país su residencia, adquirir la nacionalidad y heredarnos un legado de canciones tan mexicanas como “La Feria de San Marcos”, “Noche de Luna en Jalapa” y muchas otras, así como diversos escritos.

⁹⁹ Juan S. Garrido, *op.cit.*,

En su momento se ha hecho mención de los artistas que mayor significación tuvieron en las primeras épocas de la radiodifusión y sería imposible hacer referencia a todos los que surgieron posteriormente.

Sin embargo, cabe mencionar a los cantantes que se iniciaron como intérpretes de Agustín Lara y con el tiempo alcanzaron popularidad, a partir de aquellos que tuvieron el privilegio de grabar sus primeras canciones como sería el Trío Garnica-Ascencio (Julia Garnica, Blanca y Ofelia Arscencio), los referidos Juan Arvizu, Luis G. Roldán, Ana María Fernández, Maruca Pérez, Alfonso Ortiz Tirado, Pedro Vargas y Toña la Negra, a cuyos nombres se suman los de Néstor Mesta Chaires, Genaro Salinas, las hermanas Águila (Paz y Esperanza), Elvira Ríos, Ana María González, Carmela Rey, Alejandro Algara, Rebeca, Lupita Alday, Amparo Montes, Lydia Fernández, Eva Garza, Consuelo Vidal y Chela Campos.

También es justo reconocer a los directores de programas hablados que contribuyeron a la formación de actores radiofónicos como Rafael Antonio Pérez, Juan José Gurrola, Fernando Wagner, Luis Carmona Valiño, Luciano Hernández de la Vega y doña Pura Córdova.

Los más importantes patrocinadores, debido al considerable número de programas que se manejaban, pudieron formar sus propios cuadros de actores y contar, además, con un exclusivo grupo de escritores, editores y directores de programas. Así, empresas como Colgate Palmolive, Sidney Ross Co. y Publicidad D' Arcy apoyaron a cientos de artistas de la talla de Emma Telmo, Rita Rey, Abraham Galán, Luciano Hernández de la Vega, Pedro D'Aguillón, Arturo de Córdova, Luis Manuel Pelayo, Tomás Perrín, Guillermo Portillo Acosta, Anita Blanch, Carmen Madrigal, Carlota Solares, Nicky Tavares, Velia Vegar, Gloria Iturbe (La doctora corazón), Rita Rey, Lucila de Córdova, Cuca Escobar y Nancy Cárdenas. Esta última, joven que aprendió a actuar frente al micrófono y merced a su trabajo y a las enseñanzas de Salvador Novo se convertiría en destacada directora teatral.

Entre 1945 y 1949 muchos de los actores radiofónicos de México fueron contratados por empresas cinematográficas estadounidenses para doblar al español sus grandes producciones, en estudios ubicados en la ciudad de Nueva York. Los ausentes fueron sustituidos por otros, que en poco tiempo adquirieron la

destreza necesaria y permitieron contar con elencos de la mejor calidad cuando se reintegraron los artistas originales.

Roberto Aguilar hace hincapié en la destacada participación de los artistas mexicanos en la producción de programas y el doblaje:

“En esa época se reconoció internacionalmente la superioridad lograda por México en la producción de programas dialogados, pues en ellos se hablaba el más correcto español, calificado así por su dicción limpia, ausente de seseos y dejos característicos de alguna región, como los propios de España, Argentina, Chile, Venezuela o Cuba.

A lo anterior se deben añadir otras características como la superior calidad de las voces, la limpieza de dicción, la pulcritud de diálogos, la intención con que se expresaba cada palabra y la pertinencia de los repartos. El doblaje de películas que se hacía en Nueva York tuvo que terminarse porque en él intervenían actores de varias nacionalidades y resultaba imposible para los directores el que todos hablaran el español con la misma propiedad con que lo hablaban los actores de nuestro país.”

Poco a poco fueron añadiéndose nuevos nombres al catálogo de actores radiofónicos, algunos de los cuales también tuvieron éxito como escritores, otros actores añadieron a su especialidad la locución comercial como Emma Sanvicente, Nelly Salvar, Hermila Barragán, Alicia Rodríguez, Teresita Carvajal, Guillermo Romo, Rosa Elvira Cano y Alicia Montoya.

Un comentario especial merece José Antonio Cossio, cuya trayectoria en Palmolive fue brillante, pues casi desde su inicio hizo notar su presencia en los repartos y al poco tiempo estelarizó, una tras otra, las radionovelas de mayor audiencia de la XEW y XEQ.

De igual manera, merecen reconocimiento los actores que escogieron el más difícil de los papeles: el de hacer reír. Así, aparece Arturo Manrique (Panseco) como el cómico perfecto para radio, creador de sus propios chistes y de un sin fin de personajes que alternaron con él en sus programas, además de ser realizador

de sus propios libretos, porque nadie más que él podía tener idea del ritmo del diálogo que era necesario para ajustarse al efecto de los chistes.

Otro cómico de talento especial con particulares dotes de animador fue Nono Arzu, cuya más trascendente personalidad, tanto en radio como en televisión fue la de “El Profesor Colgate”.

También cómico y escritor forjado en la radio fue Pedro de Urdimalas (Jesús Camacho Villaseñor), que en 1953 dio a conocer su talento participando en “La Hora de los Aficionados” de la XEW, haciendo una crítica del mismo, con la que ganó el primer lugar.

En 1938, en la XEQ, fue creador del programa “*La Banda de Huipanguillo*”, de la que surgió otro cómico de indiscutible talento: José Ángel Espinosa (Ferrusquilla). Éste se dio a conocer como imitador de voces adquiriendo pronta fama.

En la misma especialidad surgieron en el radio otros famosos imitadores como Pepe Ruiz Vélez, Salvador Castellanos (Tilín) y Flavio (Ramírez).

Aun cuando se ubicó más en el teatro y cine, es justo mencionar a Germán Valdéz, Tin-Tan, quién junto con su compañero Marcelo Chávez se iniciaron en una radiodifusora de Ciudad Juárez. Con su repertorio ya experimentado se trasladaron a la Capital a hacer teatro de revista. Ocasionalmente participaron en programas de la XEW y XEQ y para 1949 se incorporaron con actuaciones regulares en la XEX.

Otros cómicos del teatro de revista que actuaron en radio con gran éxito fueron Jesús Martínez (Palillo), Joaquín García (Borolas) y Manolín y Shilinsky. Cabe destacar el talento organizador y la sensibilidad para el radio de Estanislao Shilinsky, quien durante la serie de programas que hizo con Manolín (Manuel Palacios) en la XEX, en 1949 y 1950, montó números especiales como fueron una orquesta de balalaikas, un conjunto típico argentino y un grupo de banjos.

Si bien Mario Moreno “Cantinflas” se considera como uno de los cómicos más destacados de la época, su incursión en radio fue mínima, pues su personaje se caracterizó no sólo de palabras, sino también de la indumentaria y mímica que le

dieran fama internacional en teatro y cine. En el *Anecdotario de Radio y Televisión*¹⁰⁰ de Emilio Esquivel aparece el llamado “Cómico de la gabardina” al lado de Margarita Romero y Rafael Hernández en una fotografía al frente del micrófono de la XEB, cuando la gustada intérprete estrenó “*La Borrachita*”, del compositor Jibarito.

Para concluir este apartado, únicamente resta dejar constancia de que si bien se incluye a un gran número de artistas cuyo esfuerzo contribuyó de forma categórica al desarrollo y esplendor de aquella época dorada de la radio, sin duda se han cometido omisiones, pues no obstante la recopilación de información disponible, ésta no cubre la totalidad de incidentes de medio siglo de trabajo diario realizado por cientos de personas quienes más allá de ser los protagonistas de los programas de los que formaron parte, son ahora parte de la historia que aquí se narra.

¹⁰⁰ Emilio Esquivel Puerto, *Anecdotario de Radio y Televisión*, México, Publicidad Latina, 1970.

3.4 PROGRAMAS

Si bien ya se ha hecho mención del papel sobresaliente de locutores y artistas en el nacimiento y evolución de la radiodifusión en México, no menos importante es el papel que los programas tuvieron, ya que dieron al talento un espacio particular en el cual cada uno pudo desarrollar sus capacidades en géneros tan diversos como radionovelas, deportes, noticias, transmisiones en vivo, programas de talento, teatro de misterio, programas humorísticos, clínicas sentimentales, temas hogareños y melodramas. Cantantes, compositores, actores, comediantes y locutores poco a poco fueron llenando los minutos, las horas y los días de la programación de cada estación.

Sin embargo, la oferta de talento artístico superaba en mucho las exigencias y capacidad de las pocas emisoras existentes en ese entonces.

Así, surgió la necesidad de dar acomodo a todos los artistas disponibles y para ello se dividió el tiempo de transmisión en espacios de un cuarto de hora o media hora, en los que se agrupó a dos o más cantantes y músicos entre los que había cierta afinidad. Ello dio lugar a los programas de radio.

La primera serie de un programa por episodios fue “*Los Tres Mosqueteros*”, la cual se transmitió en 1932 a través de la XEW, según relato que hiciera el destacado actor radiofónico Antonio González, en entrevista de la periodista Bertha Zacatecas:¹⁰¹

“Estudí declamación en el Conservatorio Nacional de Música y Declamación. Al mismo tiempo, nos exigían a aprender a ejecutar un instrumento. Tomé piano. En esos años, tuvimos una gran amiga que fue excelente actriz, de una belleza impactante: Carmen Doria. Un día me preguntó si quería trabajar en la radio. Este apenas empezaba a surgir en México. [...] Me presentó a Alejandro Galindo, famoso director cinematográfico años después. Me sentí desconcertado, porque me encontré con compañeros que ya estaban trabajando como actores teatrales: Salvador Carrasco (El Monje Loco), Ciro Calderón, Manuel

¹⁰¹ Bertha Zacatecas, *op.cit.*, p. 101-102

Bernal, Joaquín Busquets (el padre de Narciso) y también al astro del cine que estaba en su apogeo, Juan José Martínez Casado, que había protagonizado nada menos que Santa.

Se trataba de participar en la primera radionovela que se transmitió en México: -Los tres Mosqueteros-. La hicimos en los altos del cine Olimpia, en 1932. Después de una selección nos quedamos: Salvador Carrasco, como Portos; Manuel Bernal, como D'Artagnán; Juan José Martínez Casado, como Aramis, y yo como Athos. [...] Consuelo Orozco, la primera actriz de la compañía de Don Ricardo Mutio, se quedó como la villana; Carmen Doria como Ana de Austria y Lucila (de Córdova) como la damita joven. [...] La dirigió Alejandro Galindo y la adaptó su hermano Marco Aurelio. Ambos venían de los Estados Unidos, donde estaban haciendo furor las 'soap opera'. Así empezaron las radionovelas en México. [...]

Al mismo tiempo, Carmen Doria me llevó con la señora Pura Córdova para hacer Teatro Dominical en la XEB. En esta serie estaba, como primer actor Abraham Galán, hermano de Alberto, actor de teatro. Pura Córdova hacía las protagonistas. Yo entré como galán. [...]

En Teatro Dominical se adaptaron muchas obras del repertorio español. Tuve un gran éxito con la comedia de Miguel de Unamuno: 'Todo un hombre'. Se recibieron muchas cartas felicitándome. Para esa época ya había muchos radio-receptores en la ciudad, porque precisamente la XEB, que pertenecía a la fábrica de cigarros de El Buen Tono, abrió el primer salón de radio al público, en la Avenida Madero."

Volviendo a las series, en la XEW se ubica a Rafael Antonio Pérez, escritor, adaptador de las primeras radionovelas y director de las mismas. No se sabe con certeza si él hizo la adaptación de la serie "El Tigre Leroix", pero se tiene registro de la presencia de los destacados actores teatrales Julio Taboada y Aurora Walker como intérpretes de la misma, cuyo suspenso fue impactante para el auditorio.

Este destacado personaje se dedicó a la escenificación radiofónica no sólo de series como "Arsenio Lupín", sino además, biografías como la de Napoleón Bonaparte, y a la adaptación de grandes novelas como "Crimen y Castigo" y "Lo

que el viento se llevó". También se le atribuye la paternidad de la adaptación de la serie "*Sherlock Holmes*". Ésta última, con la actuación de Álvaro Gálvez y Fuentes como Sherlock y Carlos Riquelme como su fiel compañero Watson.

Como se describe en el libro de *Vidas en el Aire*,¹⁰² en Estados Unidos, durante la década de los treinta, la radio alcanzó grandes éxitos de audiencia gracias al género llamado "*soap opera*", que en dos palabras definía radionovela seriada, patrocinada por una marca de jabón.

Pronto la Colgate Palmolive Peet, S.A., profesionalizó la producción de programas dialogados hasta el grado de convertirse en semillero de actores, escritores y directores, cuyo esfuerzo, hábilmente conjuntado permitió alcanzar los más altos puntos de audiencia y las mayores participaciones de mercado a sus productos.

Las primeras radionovelas de Palmolive fueron "*Elena Montalvo*" y "*Anita de Montemar*", y el primer programa de radioteatro en serie fue "*El que la hace la paga*".

Durante los siguientes diez años posteriores a la transmisión de "*Los Tres Mosqueteros*", de 1932, germinaron los talentos de escritores y actores cuya experiencia en la realización de este tipo de programas culminó con la profesionalización de la radionovela producida expresamente para la radio y supervisada por los propios patrocinadores.

Sidney Ross Co. producía "*Los Pérez García*", con Anita Blanch, Luis Manuel Pelayo, Guillermo Portillo Acosta y Pedro D'Aguillón; "*Casa de Huéspedes*", con Carlota Solares; "*La doctora corazón*", con Gloria Iturbe; "*Peter Pérez*", nuevamente con Portillo Acosta; "*Aventura*", con Tomás Perrín, Velia Vegar y Nicky Tavares; y "*Apague la luz y escuche*", con Arturo de Córdova y Carmen Madrigal.

Publicidad D' Arcy produjo con éxito "*El Yate del Prado*", con Arturo Manrique (Panseco), Rita Rey, Carlota Solares, Lucila de Córdova, Cuca Escobar, Eduardo Contreras y Víctor Alcocer.

¹⁰² Idem.

Es importante hacer referencia al libro Anecdótico de Radio y Televisión, de Emilio Esquivel Puerto,¹⁰³ pues se evoca, con la reproducción de una ilustración, el primer programa dialogado de la XEW *“Policiano y Domesticia”*, precursor de las radionovelas (1932). El programa lo patrocinaba la Pierce Oil Co. para anunciar el insecticida *“Policía Doméstica”*, y lo protagonizaban un matrimonio envuelto en situaciones cómicas. Éste fue escrito por el pianista Pepe Agüeros y actuado por Luis Cáceres, Eloisa Gómez Torres y Mauricio de la Serna.

Cabe aclarar que en entrevista de Bertha Zacatecas a Alejandro Galindo¹⁰⁴ dice éste connotado director cinematográfico a propósito de *“Policiano y Domesticia”*:

“Yo escribía el guión, lo dirigía y hacía un papelito, el de Alejo, el hijo de Policiano.”

Es más probable que el escritor haya sido Alejandro Galindo y Pepe Agüeros haya tenido a su cargo la parte musical, pues siempre destacó como pianista y no hay otras referencias que lo relacionen con el trabajo de escritor.

Otros trabajos escritos por Galindo fueron *“Los Chamacos”*, *“Fumanchu, el azote oriental”* y *“Aventuras de un gangster mexicano”*.

En la misma entrevista, Galindo confirma su participación en la radionovela *“Los Tres Mosqueteros”*, así como la autoría de los guiones a cargo de su hermano Marco Aurelio.

No se cuenta con una referencia precisa, pero más o menos en la misma época surgieron otros personajes que hacían pareja y que, a diferencia de Policiano y Domesticia, se mantuvieron presentes por muchos años: se trata de *“Chema y Juana”*, emblema de la publicidad del antiácido Sal de Uvas Picot.

La XEB producía programas como los que hacía Arturo Manrique (Panseco) diciendo chistes que amenizaba el pianista Ernesto Belloc; o como las canciones

¹⁰³ Emilio Esquivel Puerto, *op.cit.*

¹⁰⁴ Bertha Zacatecas, *op.cit.*, p. 88

cómicas que interpretaba *“El Guasón del teclado”*, Francisco Gabilondo Soler, quién pasaría a la posteridad mejor conocido como *“Cri-Cri”*.

Fueron muy celebrados los duelos cómicos que sostuvo Arturo Manrique (Panseco) con Ramiro Gamboa en la XEQ, pero dejaron huellas más profundas personajes como *“Cuca la telefonista”*, interpretada por Cuca Escobar; *“Las solteronas, Ágata y Camila”*, animadas por Carlota Solares y Lucila de Córdova; *“El tío Delfino de Monterrey”*, que actuaba Eulalio González y cuyo personaje se convirtió en *“Piporro”*; *“El Mocosón”* y *“El profesor Zamarripa”*, que interpretó Omar Jasso; o *“Régulo y Madaleno”*, actuados por Manuel Taméz y Francisco Fuentes. Si bien al cabo de un tiempo esta pareja se disolvió, el Señor Fuentes siguió interpretando a Madaleno hasta el final de su carrera al lado de Daniel Pérez Alcaráz, en el Canal 4 de televisión.

También llamaba la atención un imitador de voces que actuaba con el nombre de *“Esopo”*, cuyo ingenio llegó al grado de representar una parodia de Don Juan Tenorio, haciendo él todos los personajes de la obra, con voces imitadas de personalidades destacadas del momento.

Hubo también algunas parejas de cómicos entre las que se recuerdan *“Mister Flat y Don Anestasio”*, *“Santos y Lee”*, *“Mónica y Confite”* y *“Trompas y Greñas”*.

Por lo que hace a los programas musicales había muchos muy atractivos, pues cada emisora se mostró empeñada en contar con el más completo elenco, para ofrecer las mejores audiciones.

La XEW, además de contar con un elenco más que brillante, comenzó a dar forma a los programas musicales, con lo que aumentó el interés del auditorio por escucharlos.

Así fue como hicieron historia *“La Hora Azul”*, conducida por Pedro de Lille, en el que se creó un grupo de *“princesitas”* a quienes iban dedicadas las canciones que entonaban los ya destacados Pedro Vargas, Alfonso Ortiz Tirado, Emilio Tuero, Juan Arvizu y el cancionero romántico Luis G. Roldán.

“El Club de la escoba y el plumero” agrupó a las amas de casa en una audición diaria amenizada por la marimba *“Lira de San Cristóbal”*, de los hermanos Domínguez, en la que se daban consejos útiles y se rifaban premios.

“El Cartero del Aire” se reconoce como otra destacada transmisión en el que el pianista Raúl C. Rodríguez (Raulito), ejecutaba las melodías de moda a manera de complacencias, respondiendo a las peticiones recibidas, mientras un conductor o conductora daba contestación a las consultas sentimentales, con lo que se justificaba el nombre del programa.

En 1934 comenzaron a escucharse en la XEW los programas de canciones infantiles de Cri-Crí, *“El Grillito Cantor”*, a cargo del mencionado compositor Francisco Gabilondo Soler, cuyo rápido éxito hizo olvidar los cuentos que narraba el *“Tío Polito”*, personificado por Manuel Bernal.

Al año siguiente, esa estación, comenzó a transmitir el programa *“Melodías Radiantes”*, que permaneció en el aire hasta 1972. Por iniciativa de Don Othón M. Vélez, gerente de la emisora, el compositor Juan S. Garrido se hizo cargo de la creación de dicho programa, escribiendo una serie de canciones optimistas para cantarse en las primeras horas de la mañana. En el inicio del programa el maestro Garrido cantaba: *“Buenos días mis amigos”* y al final *“Trabajar, trabajar”*; está última, calificada por el dibujante Abel Quezada como un himno al trabajo.

Aunque el programa, conocido después como *“Despertar Colgate”*, sería suficiente para consagrar a Juan S. Garrido, tuvo más relevancia su desempeño dentro de la radiodifusión con su participación en el programa *“La Hora de los Aficionados”*, como él mismo describe en el libro *“Historia de la Música Popular en México”*.¹⁰⁵

“Por disposición del entonces gerente de la XEW, don Othón M. Vélez, se creó este programa radiado que fue un auténtico semillero de artistas, el 5 de septiembre de 1935. De este programa surgieron importantes figuras como las sopranos María Luisa Carvajal, Mary Christi, Ernestina Garfias, y los tenores Demetrio González, Nicolás Urcelay y Jorge Fernández; las cancionistas [sic] Carmela Ret, Chela Campos, Verónica Loyo y Lola

¹⁰⁵ Juan S. Garrido, *op.cit.*

Beltrán, junto a muchos cantantes y compositores como Willy Samperio, Alberto Cervantes y Pedro de Urdimalas, que luego triunfaron en el cine, teatro, radio y televisión.

Menciono 'La Hora de Aficionados', porque durante 36 años, hasta el 6 de noviembre de 1971, fue el único programa radial que ofreció a los jóvenes con habilidades artísticas una forma eficaz para convertir sus sueños en realidades, aparte de servir como importante desfile de las canciones nacionales de mayor popularidad en distintas etapas, pues los concursantes elegían para su participación las melodías que estaban de moda."

Otro programa que alcanzó máxima popularidad fue "*Éxitos del Cancionero Picot*", en el que se escuchaban canciones de todos los géneros, en las voces de sus mejores intérpretes, acompañadas por la orquesta del músico cubano Absalón Pérez.

La XEW, desde 1941 presentó "*El Doctor I.Q.*", conducido por el inolvidable Jorge Marrón, quien desde las inmediaciones del Cine Bucareli o de diferentes plazas de toda la República, hizo de este programa de preguntas y respuestas uno de los programas más recordados, no sólo por su originalidad, sino por el sinnúmero de radioyentes que lo hicieron posible.

Poco a poco los anunciantes fueron participando en la planeación y realización de programas, en algunos casos, de forma directa y, en otros, a través de alguna agencia de publicidad. Entre las compañías que intervinieron directamente se puede citar, en primer lugar, a la Colgate Palmolive, cuyo volumen de programas le permitió llegar a contar con un estudio exclusivo en la XEW y, por si no fuera poco, encargar a varias agencias la producción de algunos de ellos.

En lo que hace a las agencias publicitarias, se puede asegurar que la mayoría participó activamente en la producción de programas, como Publicidad Cabal, realizadora de los programas de Sal de Uvas Picot, incluyendo la edición del famoso cancionero que año tras año se actualizaba, y Grant Advertising, cuya aportación de ideas y talento le granjeó el reconocimiento de forjadora de programas de éxito. A ésta última se le puede atribuir la paternidad de "*El profesor Valle Verde*", programa que más tarde sería "*El Profesor Colgate*".

En 1938, cuando salió al aire la XEQ, se escucharon programas novedosos como *“El Monje Loco”*, *“El Rancho del Edén”*, *“El Risómetro”*, *“La Banda de Huipanguillo”* y *“El Cochinito”*, así como nuevos nombres de artistas entre los que destacan Nicolás Urcelay, Consuelo Velázquez, las hermanas Landín (Avelina y María Luisa), Amparo Montes, Aurora Román, Julio Aldama y María de Lourdes.

Es también en ese año de 1938 cuando ocurrió uno de los momentos más sorprendentes e increíbles de la radio que, si bien no ocurrió en nuestro país, se recuerda por el impacto que tuvo en la audiencia y el pánico general que causó en Estados Unidos. Se trata de la transmisión, el 30 de octubre, de la adaptación de la novela *“La Guerra de los Mundos”*, de H.G. Wells, durante el programa *“The Mercury Theatre on the Air”*, la cual se interpretó con tal realismo y pasión que hizo creer a los oyentes que en verdad los marcianos atacaban la tierra.

En 1942 surgieron de Radio Mil: La Rondalla de Tata Nacho, Chabela Durán, Los Kíkaros, Fernando Ocampo y Carmen del Real. Entre los programas originales de esta estación se recuerda *“Cuestión de Minutos”*, *“A los Toros”*, *“La Rueda de la Fortuna”* y *“Solteras y Divorciadas”*.

Se debe subrayar el hecho que desde su inicio, Radio Mil integró a la programación regular la transmisión de los eventos más importantes de la ciudad, como la temporada de ópera y conciertos sinfónicos, las corridas de toros, el béisbol y las carreras de caballos.

Poco después, al salir al aire la Cadena Radio Continental, se iniciaron las exitosas trayectorias de Juan García Medeles y el Trío Argentino, de Alma Graciela Haro, conocida poco después como *“La Versátil Esmeralda”*, y la cantante vernácula Amparo Carvajal, que después se llamó María Candelaria.

Entre los programas que se recuerdan de aquella XEQ se cuentan el de concurso *“Batuta Mágica”*, que animaba la orquesta de Luis Alcaráz, así como los reportajes *“Narraciones de Guerra”* y *“Alegrías para la Victoria”*.

En 1947 surge la XEX *“La Voz de México”*, comprometida a ofrecer una programación capaz de competir con las de las emisoras consagradas. Fueron

singularmente espectaculares los programas de Elías Breeskin, cuyos arreglos de canciones y tonadas de México, en el marco de los comentarios de Alonso Sordo Noriega, transportaban a los radioescuchas a los sitios más bellos de la República.

Uno de los programas que mayor tiempo se mantuvo en el aire fue “*Sala de Música*”, en el que cada semana durante una hora se escuchaba lo más sobresaliente del repertorio operático en las voces de Irma González, Oralia Domínguez, Carlos Puig y Roberto Silva, con una orquesta dirigida por el maestro Humberto Mugnai.

La producción de programas desarrolló nuevas modalidades entre las cuales la más revolucionaria fue la escenificación de adaptaciones de obras famosas como “*Los Miserables*”, de Víctor Hugo, enmarcadas en una partitura musical compuesta especialmente para cada ocasión y ejecutada simultáneamente al diálogo, pues los programas se transmitían en vivo.

El radioteatro infantil dramatizó los más famosos cuentos, musicalizados de acuerdo con el ambiente de cada historia, lo que permitió dar dimensión real a personajes como Caperucita, La Liebre y la Tortuga, o Los Siete Enanos.

Es justo reconocer que en los Estados Unidos la producción radiofónica se perfeccionó y profesionalizó rápidamente y, en esas circunstancias, ejerció una importante influencia en la actividad radiofónica de nuestro país.

En sus primeros años, la XEW contó con el servicio de transcripciones NBC Thesaurus, que aportaba grabaciones exclusivas de orquestas y bandas que actuaban en la NBC.

Arturo Manrique (Panseco), recibía información constante sobre los formatos y recursos con que contaban los grandes programas cómicos de Bob Hope, Jummy Durante y George Burns.

Durante la Segunda Guerra Mundial, las grandes cadenas norteamericanas NBC y CBS transmitían programas anunciados en español a través de la Cadena de las Américas, cuyos programas se retransmitían en toda América Latina en forma simultánea y se reforzaban con programas grabados en discos de dieciséis

pulgadas a 33 1/3 revoluciones, en lo que tomaban parte los más famosos artistas norteamericanos.

Tampoco se puede ignorar la valiosa presencia de los noticiarios de la BBC de Londres, transmitidos desde Inglaterra, y otros programas diferidos, producidos en español por la Corporación de Radio Británica.

La BBC de Londres contaba con una oficina en México desde la que distribuyó, durante siete años, programas especiales en español, grabados por el Servicio Latinoamericano de la BBC, cuyo contenido abarcaba desde músicaailable de moda hasta lo más representativo del repertorio de concierto, música ligera, folklore internacional e inclusive música mexicana, tanto popular como de concierto, interpretada por artistas ingleses. De estas últimas, se puede hacer mención de *“El Renacuajo Paseador”*, de Silvestre Revueltas.

Roberto Aguilar, quien trabajase para la BBC de Londres en México, hace el siguiente señalamiento respecto a los programas que se transmitían:

“Estos programas eran tomados como ejemplo por sus avanzados recursos de producción, pero no eran aceptados por algunos sectores del público escucha, para quienes eran desagradables las voces y los acentos de algunos de los actores que tomaban parte en ellos.”

Entre los programas dialogados se manejaba un catálogo extenso en el que había novelas de misterio, teatro clásico y moderno, y literatura universal. En estas últimas modalidades se puede mencionar *“La Voz Humana”*, del francés Jean Cocteau; la adaptación, en veintisiete programas de media hora, de *“Don Quijote de la Mancha”*, realizada en 1947 para conmemorar el cuarto Centenario del nacimiento de Don Miguel Cervantes de Saavedra y la serie *“Misterios de Ultratumba”*, escrita y dirigida por Ramón Obón.

Antes de terminar, es necesario hacer mención de uno de los programas que más tiempo ha durado al aire, por no decirse que es el más longevo de los que actualmente se transmite, no sólo en nuestro país, sino probablemente en la historia de la radiodifusión mundial: *“La Hora Nacional”*.

En julio de 1937 se crea este programa semanal que se transmite en cadena en todas las estaciones del país y que tiene por objeto que el Gobierno de la República informe a la población de sus actividades. Como se mencionó en líneas anteriores, la producción de éste quedó a cargo del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad a través de la XEDP, así como su difusión en cobertura nacional, siendo la transmisión inaugural el 25 de julio de ese año bajo la dirección del señor Agustín Arroyo Ch., también director del DAPP.

Con la desaparición de la DAPP, el programa quedó en manos de la Secretaría de Gobernación y, entre los años de 1940 a 1949, cuatro productores extraordinarios le dieron vida domingo a domingo: Leopoldo Samaniego (enero 1940 - diciembre 1942); Quintín Rueda Villagrán (enero 1943 -abril 1944); José Lelo de Larrea (abril 1944 - septiembre 1945); y Gregorio Castillo (septiembre 1945 - febrero 1949).

A partir de esta fecha y hasta abril de 1951 el programa, bajo la dirección de periodista Roberto Blanco Moheno, cambió de nombre por "*La Hora del Gobierno de la República Mexicana*", mismo que conservó por dos años más, hasta abril de 1953, lapso en el que la dirección estuvo a cargo del señor Adolfo Fernández Bustamante.

De abril de 1953 a noviembre de 1955 el escritor Baltasar Dromundo asumió la dirección, devolviéndole al programa el nombre de "*La Hora Nacional*". Con el apoyo de la XEW consiguió que la emisión gubernamental se escuchara en Centroamérica.

A la salida de éste, es nombrada directora del programa Guillermina Llançh, quien permaneció al frente del mismo hasta el 8 de febrero de 1959. A su renuncia asumió el cargo José Gabriel Martínez, quien dirigió el programa desde febrero de 1959 hasta marzo de 1966, cuando su hijo, Ramón Martínez, fue nombrado director. Éste último nuevamente cambió el nombre del programa por "*La Hora de México*", con el cual se transmitió hasta 1977.

Al crearse la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación, en 1977, la producción del programa quedó a cargo de esta dependencia, y hasta 1983 la producción estuvo a cargo, sucesivamente,

de Roberto Calleja (1977-1980), Leonardo Otero (1981), Javier Pachir (1982), Jorge Haro (1982) y Diana Constable (1983).

Con la formación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER)¹⁰⁶, la producción del programa se le asigna a esta dependencia y nuevamente recobra el nombre de *“La Hora Nacional”*.

Si bien a lo largo de todos estos años el programa sufrió múltiples cambios de nombre, formato y contenido, su esencia perdura, y es por ello que merece un lugar destacado entre los programas que han hecho historia en la radiodifusión mexicana.

Y es así como transcurrieron los primeros años de esta empresa: la radiodifusión, durante los cuales se recorrió un apasionante camino que tuvo como punto de arranque la improvisación y continuó con un rápido aprendizaje en el que la creatividad, profesionalismo, ingenio y voluntad caminaron de la mano para alcanzar un ejemplar grado de excelencia que obligaría a seguir en busca de la perfección, indispensable para hacer frente al inminente inicio de la televisión.

¹⁰⁶ 23 de Marzo de 1983.

3.5. EL ANUNCIANTE Y LOS PATROCINADORES

En la primera parte de este trabajo se hizo referencia del anunciante como el comprador de tiempo que hiciera de la radiodifusión una gran empresa.

Desde la pequeña tienda de ropa o la lonchería que pagaba sus anuncios con tortas, hasta las poderosas empresas, todas, como compradoras de tiempo, contribuyeron a hacer de la radiodifusión una gran industria.

Como se mencionó, se puede considerar como el primer anuncio transmitido en nuestro país el agradecimiento improvisado que hiciera Jorge Marrón, en la CYL, a la pastelería “*La Bella Italia*”, por los helados y pasteles que ésta envió como obsequio al distinguido locutor, quien destacó generosamente las excelencias de los productos tan gentilmente obsequiados.¹⁰⁷

Los siguientes anuncios que se escucharon en la radio mexicana fueron de la misma CYL, quien promovía la venta de radiorreceptores de *La Casa del Radio* y los que sonaron en la CYB para vender cigarrillos de la fábrica que patrocinaba dicha estación: *El Buen Tono*. Don Roberto Aguilar explica respecto a estos primeros anuncios de los que no se tiene registro escrito:

“La única forma de anuncio que se conocía hasta entonces era la de los impresos que aparecían en periódicos y revistas, por lo que estos primeros mensajes comerciales, por lo general, eran improvisados por los mismos locutores. A medida que el público fue adquiriendo la costumbre de escuchar radio, poco a poco proliferaron los mensajes comerciales.

De los primeros anunciantes del radio se recuerdan más los nombres de los productos patrocinadores que los de las empresas que los fabricaban. Así, se puede citar de la XEW la cerveza Carta Blanca, el insecticida Policía Doméstica, la Sal de Uvas Picot, el Laxativo Bromoquinina [sic], o el jarabe para la tos Fosfocresol.

¹⁰⁷ Narrado por Don Roberto Aguilar González, Junio 2003.

La necesidad de reiterar el mensaje no sólo acabó con la improvisación al crear la modalidad del texto mecanográfico, sino que dio pie al desarrollo de la inventiva y, con ella, al nacimiento de frases afortunadas cuya memorabilidad perduró a través de los años.”

La vena poética de Ricardo López Méndez se hizo sentir en textos como el de la Zapatería Felín: *“Su pie es preciada alhaja y Felín tiene su estuche”*, y sentó las bases del estilo que caracterizó a muchos otros anuncios de radio entre los que vale la pena recordar:

- “Tan... Tan... ¿Quién es? – El Centro Mercantil.”
- “¿El Señor López? No está; se fue a tomar una (cerveza) Moravia.”
- “Si un vaso de vino quita las penas, un vaso de Sal de Uvas Picot quita las penas del vino.”
- “De los astros, el sol; de los habaneros, Ripoll.” (Habaneros Ripoll)

Este estilo se mantuvo durante muchos años, al grado que hace menos de diez años todavía se escuchaba el slogan: “Mejor mejora, Mejoral” (Analgésico), que creara Fernando González Oviedo para Sydney Ross.

Entre los anunciantes más señalados de la década de los treinta, que correspondió al desenvolvimiento de la industria, se puede mencionar a:

- Cía. Cigarrera “El Águila”
- Fábrica de Jabón Castillo
- Cerveza Carta Blanca
- Cerveza Moravia
- Elías Henaine (El mago de la suerte)
- El Centro Mercantil
- Policía Doméstica (Pierce Oil Co.)
- Laboratorios Picot
- Fábrica de Chocolate El Vapor
- Zapaterías Felín
- Lotería Nacional
- Perfumería Myrurgia
- Ipana y Sal Hepática (Bristol Myers Co.)

- Colgate Palmolive, S.A., y
- Glostora y Mejoral (The Sidney Ross Co.)

Estas dos últimas se hicieron cargo de la producción de sus programas y construyeron la infraestructura necesaria que les permitió durante varias décadas colocarse a la vanguardia en el medio radiofónico.

La revista “Oiga”¹⁰⁸, del 12 de octubre de 1946, publica anuncios y reportajes que dan noticia de algunos programas de ese año:

General Popo: Sinfonía, XEW, Lunes 21:45
Orquesta de Elías Breeskin.

Relojes Alfa: ¡Música Maestro! XEW, Jueves 19:45
Amparo Montes, Carol Vayda, Trío Tamaulipeco,
Orq. Luis Hdez. Bretón.

Princesa Pat: Primer Amor, XEW, Domingos 18:15

Cerveza Monterrey: Manuel Medel, XEW

Colgate Palmolive: **XEW**
La reina del hogar
Sonrisas Colgate
Cantando y Ganando
Fantasía Bouquet Colgate
Esos hombres

XEQ
El Fistol del Diablo

PEMEX: Música. Gonzalo Curiel (XEQ)

¹⁰⁸ OIGA, núm. 212, México, 12 de octubre, 1946.

Teatro Pura Córdoba (XEQ)
El mundo de los sueños (XEB)
El Comandante Aberri (XEOY)
Concierto Sinfónico (XELA y XEN)

En la revista *Estrellas Radiofónicas*¹⁰⁹, del 15 de febrero de 1950, se publica una cartelera con los principales programas de las tres emisoras más escuchadas (XEW, XEQ y XEX), de la que se entresacan algunos datos:

XEW

Chocolates La Azteca: El Reloj Musical.
Muebles Lerdo Chiquito: Novelas.
Anderson Clayton: Chismes de Cocina.
Tesoros Populares.
Vic Vaporrub: La Doctora Corazón.
Colgate Palmolive: Estrellas. Emilio Tuero.
Sonrisas. Mr. Lee y Alicia.
Sorteo Musical.
Coca Cola: Carlos Lacroix.
Sidney Ross: Leyendas Mejoral.
Casa de Huéspedes.
Domingos Leche de Magnesia de
Phillips.
Productos de Maíz: Hora de Aficionados.
Cigarros Belmont: Poemas y Cantares.
Lotería Nacional: Doctor I.Q.
Forhan's: Los Catedráticos.
Bacardí: Revista de Contrastes.

XEQ

Cervecería Modelo: Toros.
Kellog's: Tarzán.
Nestlé: Comedia Dominical. Pura Córdoba.
Anderson Clayton: Paisajes de México.

¹⁰⁹ *Estrellas Radiofónicas*, tomo 1, núm. 2, México, 15 de febrero, 1950.

El Milagro de la Canción.
General Electric: El Torneo del Saber.
Cheseline: Tómelo o Déjelo.
Famosa: Alto a la Música.
Ron Potrero: Panseco.
Colgate Palmolive: Suspenso Colgate.
Chocolates La Azteca: México y sus leyendas.

XEX

Techo Eterno Eureka: Noticiario.
PEMEX: Noticiario.
Sala de Música.
Manolín y Shilinsky.
Caravana de la Alegría.
Tin-Tán.
Revista Teatral.
Palillo
Cigarrera El Águila: Guillermo Vela.
Jabón La Luz: Caricia Musical.
Automotriz O'Farril: Estadio Olímpico.
Medias La Egipcia: Ellas contra ellos.
General Popo: Amanda Ledesma y Luis Aguilar.

Es natural que en las carteleras publicadas en un momento determinado no sean mencionados en su totalidad los anunciantes principales, por lo que se agregan a lo antes nombrados:

H. Steel y Cía. Relojes Haste, Musicales en XEW y XEQ.
La Hora de México: La Hora Exacta en XEQK.
Gillette de México: Cabalgata deportiva. XEW.
Serie Mundial de Base Ball en XEQ.
Casa Bayer: Baile Cafiaspirina. XEW.
Chocolate Abuelita: Identificación de XEBS.
Cía. Nestlé: Revista Musical Nescafé. XEW.
Casa Madero: Así es mi Tierra.

En 1950 había llegado a su apogeo la actividad radiofónica y, de manera particular, la que partía de la XEW, reconocida como *La Catedral del Radio*. Es indudable que ello dependió del esfuerzo conjunto de anunciantes y agencias de publicidad.

Entre los programas más populares de esa época en la XEW, don Roberto Aguilar recuerda *“Buenos días mis amigos”, “Radioteatro Fab”, “Mañanitas Fab”* y *“Sonrisas Colgate”*.

Por lo que hace a los horarios de programas, en la XEQ se transmitían en tiempos nocturnos cuatro novelas, mismas que se repetían al día siguiente en el turno matutino.

A partir de entonces y durante los siguientes diez años, el anunciante que tuvo mejor presencia en el aire fue Colgate Palmolive, de quién se puede consignar que, según cartelera publicada en *Radio T.V. Selecciones*¹¹⁰, transmitía por la XEW 85 programas semanales que constaban de seis radionovelas de lunes a viernes, nueve programas musicales transmitidos en frecuencia de cinco a siete días para hacer un total de 53 semanales, y dos programas estelares que se transmitían uno por semana, respectivamente. De la misma manera, en la XEQ encontramos un total de 51 transmisiones semanales, correspondientes a 31 programas originales y 20 repeticiones.

Roberto Aguilar apunta respecto al trabajo de Colgate Palmolive:

“Palmolive contaba con un estudio propio en el local de la XEW, pero en dicho estudio se originaban también otros importantes programas que se transmitían por la XEQ, entre los que destacaron, principalmente, las series ‘La Sombra’ y ‘Suspenso Colgate’.

Es necesario añadir que Colgate Palmolive mostró siempre un criterio innovador en sus estrategias y no sólo ocupó los espacios de tiempo de programas, sino que además, contrató la transmisión de spots en los cortes

¹¹⁰ *Radio T.V. Selecciones*, año IV, núm. 45, México, 30 de mayo, 1953.

de estación para bloquear los horarios de mayor auditorio y cerrar la posibilidad de comprar tiempo a los productos de la competencia.

Otra innovación lograda por Palmolive en esos años fue la ampliación de duración de las radionovelas, que se transmitían en capítulos de un cuarto de hora y se convirtieron a media hora, con la inmediata aceptación por parte del público.”

3.6 HOMBRES DETRÁS DEL MICRÓFONO

Merecen una mención especial los nombres de aquellos que se ocuparon del desarrollo de la parte oculta de la radiodifusión: los hombres detrás del micrófono; directores artísticos, redactores de comerciales, escritores de libretos, editores de programas, operadores, musicalizadores y empresas de investigación de mercados y medición de audiencias; cada uno, parte indispensable y fundamental del espectáculo.

Ellos, constituyeron, y aún hoy día lo son, la parte más necesaria de la actividad radiofónica pues, sin ser vistos por el público, son los creadores y realizadores de programas y personajes que durante más de cincuenta años seducieron la imaginación del público.

Es de quienes se dedicaron a estas especialidades que nos ocuparemos en este apartado, con la intención de valorar la labor constante y muchas veces anónima que realizaron.

En páginas precedentes se hizo referencia a los locutores y artistas que frente al micrófono generaban el espectáculo dirigido al radioescucha. Sin embargo, como se mencionó en voz de Jorge Marrón, en los albores de la radiodifusión el locutor también era el operador, guionista, anunciante y productor de cada transmisión.

A medida que la actividad radiofónica fue haciéndose más compleja en su funcionamiento, fueron creándose las diferentes disciplinas que hoy integran el universo de la radiodifusión.

En primer término, es justo referirse a aquellos cuyo trabajo y responsabilidad consiste en hacer que las voces y música salgan al aire: los operadores, especialistas encargados del manejo de los transmisores y amplificadores que dentro de los estudios y cabinas generan y modulan la señal que se envía a la antena transmisora.

Hacia 1930, bajo la supervisión del Ingeniero Nicolás de la Rosa, jefe técnico en estudios de la XEW, aparece el primer grupo de especialistas en el manejo de equipos de radio transmisión conformado por Genaro Martínez, el Teniente de

Transmisiones Martín Arcadio Cruz, Gabriel Silva, Alberto Nolla Reyes, Pedro Estrada Martínez, Rafael Blanco Gálvez y Carlos Contel. En los años siguientes se sumaron a la planta de operadores de la estación otros más quienes, aparte de manejar consolas y micrófonos, desarrollaron una especialidad vital para la producción radiofónica, el manejo de la tornamesa con la que se reproducían efectos de sonido y musicales.

El primer tornamesista de la XEW fue el ingeniero Ángel H. Acuña, y pronto se hicieron indispensables en esta modalidad Salvador Espinosa, Sergio García Esquivel, Gustavo Ramírez, Pablo Guerra Orozco, Alejandro Bolio y Carlos (El Güero) Ruiz.

La XEQ contó con una planta de operadores de primera línea, de la cual se recuerdan los nombres de Francisco D. Cárdenas, Guillermo Barrera, Vicente Guzmán, Manuel Rentería, Raúl Roa, Héctor Flores, Raúl Marrufo, y tres maestros en el arte del manejo de la tornamesa: Manuel Cornejo, Juan Moreno y Jesús Moreno.

Por esos años figuraba como responsable de la planta transmisora de Radio Universidad el ingeniero Jesús Carranco Ramírez, a quien secundaban desde los estudios César López Águila y Roberto González Dueñas.

En 1940 aparece como operador de la XELA Sergio Cardona Guzmán, al que pocos años después se ubica en radio UNAM y más adelante, de regreso en la XELA, en dónde se convertiría en experimentado director de la estación de la Buena Música.

También se recuerda al ingeniero Juan Antonio (Johny) Egurrola, a quien se le puede ubicar en la XEML, en la Cadena Radio Continental, y posteriormente en la XEX.

En la primera Radio Mil reaparecen el ingeniero Jesús Carranco Ramírez y Roberto González Dueñas, junto con Manuel Díaz Raygosa, quien posteriormente sería técnico de la RCA Victor.

Cuando se inaugura, en 1947, la XEX “La Voz de México”, al lado del ingeniero Walter C. Buchanan encontramos nuevamente a Johny Egurrola y Jesús Carranco, y con ellos, a otros competentes técnicos entre los que destacan Alfredo Carranco, Jesús García Torres, Roberto Nájera y Ángel H. Acuña en la tornamesa.

Otra especialidad que surgió con el perfeccionamiento técnico fue la creación de efectos físicos, también llamados ruidos, en la que destacaron de manera especial, trabajando por cuenta de Colgate Palmolive en la XEW y XEQ, José Guzmán, Gonzalo Gavira, Benjamín Velasco y Víctor Vázquez.

La necesidad de coordinar el trabajo de locutores, artistas y operadores encontró respuesta en un nuevo elemento, cuyo esfuerzo, sumado al de los mencionados, ayudó a modelar la fisonomía de cada radiodifusora. Esta especialidad correspondió a la dirección artística, de la que se derivó, como elemento auxiliar, el manejo de la continuidad.

Roberto Aguilar, personaje que trascendió en este ámbito en la XEX primeramente, y posteriormente en la división Colgate Palmolive Radio: XEW, da su punto de vista sobre lo que ésta labor conlleva:

“La difícil tarea de acomodar a los artistas dentro de la transmisión diaria correspondía a los directores artísticos, quienes internamente tenían que lidiar con el caprichoso temperamento de algunos divos y externamente tenían la necesidad de ofrecer al público un espectáculo variado y atractivo, destinado a ganar audiencia en la mayor cantidad y con la mejor constancia.

Por supuesto que la importancia de la dirección artística depende del tipo de radiodifusora, considerando que un mayor elenco requiere de un director más experimentado, en tanto que en donde se transmite música grabada, esta responsabilidad puede recaer en un buen discotecario.

El director artístico para su desempeño requería de dotes muy particulares, ya que para calificar a los artistas debía despojarse de sus sentimientos de simpatía o antipatía, escuchar un poco más de lo que sus oídos oían, y mirar con una visión capaz de intuir las reacciones del público.”

No es posible precisar cuántos fueron los que desempeñaron este puesto, pero sí recordar a quienes dejaron su nombre escrito con tinta indeleble y trazaron los perfiles de esta difícil especialidad.

En la XEW, desde su inicio y durante más de veinticinco años, la dirección artística estuvo a cargo de Amado C. Guzmán, quien tuvo el honor y responsabilidad de descubrir a unos, encauzar a otros y coordinar a todos durante esos años que se edificó la *“Catedral del Radio”*. Su asistente, E. Guillermo Salas, con el paso del tiempo desarrolló una brillante carrera que culminó con la creación de Núcleo Radio Mil.

Durante la misma época, en la XEB desempeño este papel Julián Morán, cuya labor prosiguió Bernardo Sancristóbal, quien más adelante dejaría XEB para ocupar el puesto en la XEQ. A su vera, surgió otro grande: Rafael Cardona Lynch.

Para 1938 en la XEQ surgió Mariano Rivera Conde, cuya visión dio a la emisora un elenco novedoso y diferente en algunos aspectos al de la XEW. No permaneció ahí por mucho tiempo, pues sus cualidades lo llevaron a ocupar este puesto en la más importante empresa grabadora de discos de esa época: la RCA Victor.

Ricardo Hinojosa se hizo notar en la dirección de la XEBZ de dónde pasó a dirigir programas en la XEQ y posteriormente a desempeñar esta profesión en Radio Mil. En esta última, surgió Joaquín de la Garza, procedente de Radio UNAM. También en Radio Mil se formaron como especialistas en programar discos Amparito Ramos y el polifacético Mario Vargas, que ya se había iniciado en esta actividad en la frecuencia de Cadena Radio Continental.

En 1947 la XEX contó con la presencia de maestro Alfredo A. González, cuyo oficio filarmónico no se avino con el artístico, confirmando el hecho de que no se puede ser juez y parte.

A finales de 1948 se reestructuró la administración de la XEX y se nombró director artístico a Roberto Aguilar González, a quien respaldó un comité programático integrado por Ramón Obón, Fernando Fernández y Guillermo Vela.

Don Roberto Aguilar González evoca el trabajo que realizó ahí:

“A finales de 1948, durante la gerencia ejercida interinamente en la XEX por el señor Alfonso Álvarez Garza, fui invitado a ocupar, también de forma interina, la dirección artística de la emisora.

Cuando a principios de 1949 tomó posesión de la Gerencia General de la radiodifusora el Ing. Manuel Gutiérrez Bustamante, fui confirmado en el puesto, asesorado por un comité de programación que integraron el escritor Ramón Obón, encargado de estructurar todo lo relativo a radioteatros y radionovelas; el cantante Fernando Fernández, cuya sensibilidad y experiencia frente al público le permitían conocer las reacciones de éste y la manera de conquistar su favor; y Guillermo Vela, comentarista de noticias, cuya observación era importante para establecer criterios valorativos.

Nuestro trabajo se basó en las premisas:

- a. El programador, sin claudicar de sus principios, debe sacrificar su gusto personal y colocarse, invariablemente, en el lugar de radioescucha.*
- b. La programación debe ser construida desde el primero hasta el último minuto de transmisión diaria, con la variedad necesaria para no cansar y con el interés creciente, capaz de mantener la atención del público durante el mayor tiempo, y a la vez, crear el hábito de seguir en nuestra frecuencia cotidianamente.*
- c. El o los programadores, deberán renunciar a sus simpatías o antipatías personales y manejar el elenco artístico de acuerdo al mérito propio de cada individuo.*

Siempre se trató de respetar estos lineamientos y, en pocos meses, se comprobó el incremento de nuestra audiencia.”

Cuando la Cadena Radio Continental se consolidó como tal, estuvo dirigida por Daniel Martínez, a quién sucedió Rafael S. López, surgido de la XEML y a cuya

visión se debe el cambio de nombre de Cadena Radio Continental a Radio Centro. Posterior a Rafael S. López, ocupó la dirección de programación la escritora, locutora y actriz Carmen Madrigal.

Por lo que hace a la continuidad, se puede afirmar que algunas estaciones podrían prescindir del director artístico e incluso hasta del discotecario, pero nunca del encargado de ésta, ya que en sus manos recae la responsabilidad de la distribución de anuncios en los horarios contratados por los clientes.

Es necesario recordar a algunos de los más destacados jefes de continuidad, comenzando en la XEW con José Agustín Hernández, Ricardo Esparza y Manuel Flores. Coincidentalmente, los tres se iniciaron como cantantes en diferentes géneros: el primero como barítono de ópera, y los segundos como boleros: Esparza en la XEW y Flores en la XEB. En la Cadena Radio Continental estuvo a cargo de la esta labor don Ernesto Haro, reconocido por sus cualidades profesionales y su trato gentil.

También en la Cadena Radio Continental, durante la etapa transitoria en que operó en las calles de Córdoba, estuvo a cargo de la continuidad de la XEQR el ex-trovador tamaulipeco Carlos Peña, cubriendo un compás de espera pues, en ese mismo domicilio, se inauguró la XEX y en ella este personaje se desempeñó como jefe de continuidad, contando con un eficiente auxiliar, como fue Edmundo Galindo.

Entre los años de 1930 y 1940 se empezó a desarrollar la actividad de escritor radiofónico, misma que se perfeccionó en la siguiente década y alcanzó su apogeo en los años cincuenta.

Como ya se mencionó en apartados anteriores, a Alejandro Galindo se le atribuye la autoría de series, radionovelas y programas dialogados, siendo sin duda alguna su trabajo más destacado la adaptación de *“Los Tres Mosqueteros”*, de Alejandro Dumas.

Para esos años figura también el nombre de Rafael Antonio Pérez, especializado en la adaptación de novelas famosas y la dirección de actores radiofónicos. A este

personaje se atribuyen *“El tigre Leroix”, “Sherlock Holmes”, “Arsenio Lupin”, “Crimen y Castigo”* y *“Lo que el viento se llevó”*, entre muchas otras.

Uno de los primeros escritores de radio fue Ángel Rabanal, de talento especial para versificar, cuya primera manifestación fue la de animar los ingeniosos diálogos de *“Chema y Juana”* para Sal de Uvas Picot. En la XEQ fue creador de la serie institucional *“El Rancho del Edén”*.

En esta radiodifusora Pedro de Urdimalas encontró campo propicio para escribir programas como *“La Legión Infantil”, “La Banda del Huipanguillo”* y *“El Totopos y el Planillas”*.

Otro personaje que inició una brillante carrera como escritor en la XEQ fue Luis de Llano Pálmer, en 1941, con *“El Monje Loco”*, cuyo éxito compartió con el actor Salvador Carrasco, intérprete del siniestro personaje.

En la primera Radio Mil destacó como escritor Arturo Albalat, autor de la serie *“Solteras y Divorciadas”*, que protagonizó Velia Vegar.

En la XEQR de la Cadena Radio Continental surgieron otros escritores quienes aplicaron su talento a la creación de programas cómicos, de concurso y radioteatros. Así, encontramos a Joaquín Bauche Alcalde y Fernando Aguilar González.

Volviendo a la XEW, un reportaje de la revista *OIGA*¹¹¹, de octubre de 1946, señala como los escritores encargados de los programas de Palmolive a José de Jesús Vizcaino, autor de *“Magdalena”*; Catalina D’Erzell, quién escribió *“Esos hombres”*; Fernando Ferrari, encargado de la adaptación de la novela mexicana *“El Fistol del Diablo”*, que se transmitía por la XEQ; y Rodolfo Mendiola, autor de programas de variedades.

Por su parte, la XEX tras su inauguración, en octubre de 1947, contó con escritores destacados como José Antonio Zorrilla (Monis), con la sólida

¹¹¹ OIGA, op. cit..

experiencia adquirida en la W; Félix Herce, destacado humorista y periodista especializado en la rama taurina; Manuel Canseco y María Luisa Algarra.

Al comienzo de 1948 por iniciativa de Alonso Sordo Noriega, fue contratado el popular actor de cine y teatro Enrique Herrera para protagonizar la serie humorística de ambiente policiaco titulada *“Aventuras de Joselín Trabuco”*. El autor de ésta fue Ramón Obón, guionista cinematográfico de reconocido prestigio, cuyo talento se reflejó en novedosas ideas que aplicó en programas como: *“Misterios de Ultratumba”*, *“Audioescena”*, y los programas musicales *“Aventuras de Nick Carter”*, con Fernando Fernández, y *“Palillo y sus variedades”*, con el cómico Jesús Martínez.

Otro programa de aquella etapa de la XEX fue *“Radio Teatro Infantil”*, en el que se dramatizaron vistosamente los más conocidos cuentos infantiles, en adaptaciones de Roberto Aguilar González.

“La imposibilidad de realizar un ambicioso proyecto de Radio Teatro, a base de obras del repertorio clásico, me llevó a transmitir, en su lugar, una adaptación de “Blanca Nieves y los siete enanos”, enmarcada en una partitura compuesta ex profeso por Gustavo César Carrión para ambientar las secuencias de la historia a la manera de una realización cinematográfica.

El éxito inmediato que se logró con sólo esta audición, me obligó a continuar dramatizando, cada semana, algún cuento famoso, enmarcado en una música incidental, toda de Gustavo César Carrión, bajo el título de ‘Radio Teatro Infantil’.

La abundante correspondencia y la presencia de los niños en el Teatro-estudio en donde se originaba cada emisión nos ayudaron a modelar nuestros programas y nos fue de gran estímulo para nuestro esfuerzo.

Por supuesto que esto no hubiera sido posible sin el concurso de actores participantes, entre los que recuerdo al presencia de Gloria Estrada, Mercedes Soler, Amparo y Marisa Garrido, Silvia Rey, Carlos Riquelme,

Alberto Gavira, Omar Jaso, Julio Daneri, Humberto Valdepeña y Jorge Zúñiga, así como la voz de Rafael Águila Palafox en las narraciones.

Cuatro de los títulos más conocidos: Blanca Nieves, Aladino, Pulgarcito y El Gato con botas, fueron grabados en discos de 78 r.p.m. y distribuidos comercialmente por la Compañía Americana de Discos, con la marca CAD, y algunos años después, reeditados en un disco de larga duración por la marca AUDIO-MEX.”

Después de veinte años de esfuerzo continuo, en 1950, se consolidó la producción radiofónica para alcanzar su apogeo. Esto se debió, principalmente, a la incansable actividad de los anunciantes y las agencias de publicidad, cuyos respectivos departamentos de radio fueron integrados por elementos de gran profesionalismo, empeñados en una competencia constante por alcanzar un lugar destacado en la preferencia del público.

Con el paso de los años hubo que reconocer que fueron tres las empresas que hicieron escuela, formando elementos que destacaron como profesionales de la producción radiofónica, en la época en que ésta no se aprendía en las universidades: Colgate Palmolive, Sidney Ross y Grant Advertising.

Colgate Palmolive, como ya se ha mencionado, fue la que ocupó la vanguardia tanto en cantidad de programas producidos, como en primeros lugares de audiencia.

Al finalizar los años treinta, Palmolive transmitió por la XEW el programa semanal *“El que la hace la paga”*, y las novelas radiofónicas *“Elena Montalvo”* y *“Ave sin nido”* (La historia de Anita de Montemar). Vinieron otros programas de gran éxito, pero fue hasta 1950 cuando la empresa jabonera organizó un departamento de edición de programas, cuyas responsables fueron Carmen del Hierro y Tere Medina Davó, en el que se controlaba el trabajo de los escritores de programas buscando el perfeccionamiento de los guiones. Roberto Aguilar hace el siguiente comentario sobre la edición de programas:

“El procedimiento podría parecer complicado, pero funcionó. Inicialmente se sugería al director un tema para desarrollar una historia y, después de

analizarlo, éste presentaba una sinopsis. Una vez aprobada esa sinopsis general, el escritor la desarrollaba para presentar posteriormente una sinopsis por semanas, a la que seguirían las correspondientes a los capítulos, cuya aprobación era responsabilidad de las editoras y los directores de programas, quienes encauzaban los diálogos y evaluaban los requerimientos de la producción, con objeto de asegurarse de que éstos fueran accesibles a la capacidad de los actores y a los recursos técnicos disponibles.

El trabajo de edición estaba sujeto a normas estrictas, encaminadas a cuidar la propiedad del lenguaje, no sólo con el apego a las reglas gramaticales, sino con la depuración de los léxicos, eliminando de ellos giros vulgares o expresiones de mal gusto, lo mismo que las palabras o frases rebuscadas con las que a veces se quiere fingir erudición.

En lo relativo al contenido de los programas y en especial en las radionovelas, se ha dicho que existió una censura tan estrecha que limitaba los temas. En realidad no hubo tal, pues el criterio general se encaminaba a presentar historias que enaltecieran los valores humanos evitando caer en situaciones que exaltaran la violencia o la depravación o pudieran inducir a reacciones negativas y, por encima de todo, se insistió en guardar en todo momento una actitud de absoluto respeto al auditorio, evitando situaciones o expresiones contrarias a la moral de la familia, o comentarios capaces de herir la susceptibilidad de las personas por su ocupación, posición social, religión o nacionalidad.

Sí existió una cuidadosa supervisión del trabajo de los escritores, pero no se puede confundir con censura, pues su objetivo era evitar las citas anacrónicas o inexactitud en referencias geográficas, científicas o artísticas.”

En el departamento de edición de Palmolive, a cuyo frente estuvo Carmen del Hierro, se formó un grupo de brillantes editoras de entre las cuales se recuerda a Tere Medina Davó, Alicia Salas Velasco, Ana María Ortega, Carmen Roncal, Socorro Peñalosa, Carmen Muñoz de Cote y Consuelo Franco.

Otros escritores que figuraron en la radiodifusión de esa época fueron Margarita Michelena, identificada siempre con los programas de Sidney Ross; Caridad Bravo Adams, al servicio de la agencia Noble; y, trabajando para ambas empresas y algunas otras, el polifacético José Gabriel Martínez y el doctor Fernando González Oviedo.

No menos importante fue la labor de las empresas productoras de programas en formación de directores. Como se estableció en algún momento, el papel de las agencias de publicidad fue trascendental en el desenvolvimiento del arte radiofónico, pero debido a la continua rotación del personal que laboraba en ellas, resulta imposible ubicar, sin riesgo de equivocación, los nombres de directores que, por haber trabajado en varias agencias, carecen de identificación que los relacione con alguna en particular.

Nuevamente el punto de partida es Colgate Palmolive, pues en ella se formaron tantos directores que posteriormente pasaron a colaborar con agencias de publicidad, radiodifusoras y canales de televisión, que sería casi imposible ubicarlos en determinado lugar.

El primer director de radio de Palmolive fue Juan José Gurrola, con quién se formaron José Luis Lemus, Manuel Rascón, Luis Rodríguez de Río y José Ramírez.

José Luis Lemus sucedió a Juan José Gurrola y, con él, surgieron Antonio Galindo, Pedro Cardoso, Dionisio Ascobereta, Mario Talavera Tenorio y Héctor González de la Barrera. Al comienzo de los años cincuenta el departamento de publicidad de Palmolive quedó a cargo de José Luis Lemus y Antonio Galindo y la producción de radio estuvo encomendada a Héctor González de la Barrera, con la asistencia de Andrés de la Garza.

Ante la inminente necesidad de incursionar en el naciente campo de la televisión, en 1951 se integró a este equipo Roberto Aguilar González, cuya experiencia adquirida en la XEX fue aplicada a la formación de directores de programas de radio, en tanto que Héctor González de la Barrera enfocó sus esfuerzos para atender los primeros programas de televisión de la empresa jabonera. Así, surgió la división Colgate Palmolive Radio, de la que se hizo mención previamente.

Fue ésta la época en que Palmolive logró el liderazgo en auditorio, ganado por la calidad de sus programas, en los que siempre ofreció al radioescucha un renovado atractivo en argumentos, formatos y artistas.

Algunos otros directores de Colgate Palmolive que llenaron muchas horas de transmisión de las estaciones XEW y XEQ fueron Raúl Chávez Silva, Rodolfo Kim, Salvador Varela, Leonardo Rodríguez, Mario Correa, José Adolfo Hernández, Mario Alberto Zumaya y Carlos Fernández Acona.

Los que se iniciaron en la producción radiofónica para después destacar en televisión fueron Tere Medina Davó, Jesús Gómez Obregón, Álvaro Bauer, Héctor Pardo Campillo, Gonzalo Garita, Manuel Olvera, José Barrios, Leopoldo Labra y Rafael Acuña.

Otra empresa anunciadora que tuvo amplia participación en la producción de programas de radio fue Sidney Ross, comandada por José Ramírez en el departamento de radio, acompañado por Héctor Madrigal, Rubén Rubio y Raúl del Campo Jr.

También fue muy destacada la participación de la Compañía Nestlé en el auge de la radiodifusión, pues, como Roberto Aguilar expresa, la directriz que dio la señorita Juanita Guerra al departamento de publicidad *“siempre buscó que la calidad de los programas que patrocinaban fuera acorde con el prestigio de sus productos”*. La producción fue puesta en manos experimentadas de nombres ya mencionados entre los que destacan Héctor González de la Barrera, Leonardo Rodríguez, Mario Correa, Gonzalo Garita, Jesús Cervantes y Arturo Vega Almada.

Otro anunciante destacado por la calidad de sus programas radiofónicos fue H. Steele y Cía., cuyo departamento de radio y televisión fue manejado por don Paulino Romero Almaráz.

Tan valiosa como fue la participación de los anunciantes en el desarrollo de la industria radiofónica fue la de las agencias de publicidad que se constituyeron en decidido apoyo de las empresas anunciadoras que no contaban con su propio departamento de producción, como las mencionadas en renglones atrás.

La agencia que mayor relevancia adquirió en este terreno fue Grant Advertising. Aunque fueron muchos los colaboradores de esta agencia, sólo es posible citar con certeza los nombres de Roberto Keny, Francisco (Pancho) Córdoba, Glenn Ransom, Héctor Pardo Campillo, José Adolfo Hernández, Carlos Cerecero y José Báez.

Publicidad D'Arcy también ocupó un lugar importante en la producción radiofónica de la que se encargaron Raúl Chávez Royval, Mario de la Piedra, Nicky Tavares, Guillermo Nuñez de Cáceres y Rafael Matute.

Por parte de Noble y Asociados, dejaron huella indeleble Manuel Cossio, José Gabriel Martínez y Raúl Paniagua.

Por Publicidad Ferrer pasaron muchos directores pero, por encima de los nombres ya olvidados de algunos de ellos, queda el mérito de Eulalio Ferrer Rodríguez, como creador de programas de gran originalidad como *“Noches Tapatías”*, *“Cuerdas y Guitarras”* y *“Estudiantinas que estudian”*, que fueron planeadas para transmitirse simultáneamente por radio y televisión.

Cabe mencionar a los titulares de dos importantes agencias, pues ambas tuvieron participación activa en grandes programas radiofónicos: Luis G. Dillon y Eugenio Salas.

Estos hombres detrás del micrófono, al igual que los locutores, cantantes, compositores, cómicos y cronistas referidos con anterioridad, fueron quienes dieron una razón de ser a la radiodifusión durante sus primeros cincuenta años y permitieron su florecimiento y consolidación. Es por ello, que resulta preciso rendirles homenaje mediante estas escasas letras que relatan, sin mayores detalles, su valioso trabajo.

CAPÍTULO 4. EL IMPACTO DEL SURGIMIENTO DE LA TELEVISIÓN EN LA INDUSTRIA RADIOFÓNICA

*El intelecto tiene poco que ver en el camino del descubrimiento.
Se produce un salto en la conciencia, llámese intuición o lo que sea,
y la solución llega sin conocerse cómo o por qué.*

Albert Einstein

4.1. NACIMIENTO DE LA TELEVISIÓN EN MÉXICO

Después de veinte años de arduo trabajo en los que se consagraron las grandes estaciones de radio y tuvieron lugar un sin fin de emisiones originadas desde los estudios de la XEW, XEB, XEQ, XEX, XEFO y tantas más, el camino trazado por la radiodifusión se encontró con una bifurcación que señalaba un sendero que, aunque desconocido, era promisorio: la televisión.

Para 1950 la radio contaba con un cúmulo de experiencias, artistas, programas, anunciantes, auditorio y avances técnicos como la frecuencia modulada, el sonido estereofónico y la grabación en cinta magnetofónica.

La televisión, por su parte, contaba sólo con cámaras, reflectores y eventualmente con proyectores de película con obturador corregido para su sincronía con la televisión.

Ante la evidente mayoría de edad de la radio, la recién nacida televisión se acogió al amparo de aquella y llevó sus cámaras y reflectores a los estudios de las radiodifusoras, centros de espectáculo y, en más de una ocasión, originó en sus instalaciones algún programa de radio. Don Roberto Aguilar explica:

“Hasta entonces las radiodifusoras se preocuparon para hacer llegar a los hogares algo más que entretenimiento pasajero, pues el contenido de sus mensajes siempre exaltó los valores humanos como ejemplo a seguir entre los miembros de cada familia, en una sociedad cuyas normas de convivencia eran de respeto mutuo, honradez y cordialidad.”

El locutor, cuya voz se escuchaba en el receptor de radio, comenzó a leer las noticias frente a la cámara, mostrando al público una cara hasta entonces imaginada y ahora visible en una pantalla luminosa. Artistas como María Victoria, Luis Aguilar (El Gallo Giro), Tin-Tan y Marcelo, Manolín y Shilinsky fueron captados por las cámaras de televisión durante sus programas de radio.

Sin embargo, para valorar los efectos de la convivencia de la radio con la televisión en los años transcurridos entre 1950 y 1970, se hace necesario conocer cómo evolucionó la televisión desde sus comienzos.

La experimentación en materia televisiva en nuestro país se debió al arduo trabajo realizado en los albores de la década de los treinta por los ingenieros Miguel Fonseca y Francisco Javier Stavoli, éste último, encargado técnico de la XEFO. Con el apoyo económico de dicha estación, adquirieron un equipo integrado por dos cámaras de exploración mecánica, un transmisor y varios receptores que les permitieron realizar las primeras transmisiones experimentales desde el edificio de la ESIME, ubicado en el centro de la ciudad.¹¹²

Sin embargo, fue hasta 1934 que el Ing. Guillermo González Camarena, con ayuda de las actrices Emma Telmo y Rita Rey, comenzó a realizar programas experimentales y construyó la primera cámara de televisión hecha en México.¹¹³

Más adelante, en 1935, por disposición del entonces presidente de la República, general Lázaro Cárdenas, le fue otorgado permiso para que continuara sus experimentos desde los estudios de la XEFO, lo que le permitió, el 19 de agosto de 1940, patentar en México su sistema de televisión tricromático, el cual también patentó en Estados Unidos dos años más tarde.

Varios años después, el 7 de septiembre de 1946, se inauguró la estación experimental XHGC, instalada y operada por el Ing. González Camarena, con

¹¹² Fernando Mejía Barquera, *Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/minima.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].

¹¹³ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 138

transmisiones regulares los días sábados, desde el domicilio de éste hasta los estudios de la XEW y la XEQ.

A partir de 1947 se instalaron circuitos cerrados de televisión en centros comerciales y cines, y se presentaron las primeras solicitudes de concesión para instalar y operar canales de televisión.¹¹⁴

XHTV-Canal 4

La primera concesión para operar comercialmente un canal de televisión se le otorgó a don Rómulo O'Farril Sr., dueño del periódico Novedades, quien tomó la delantera instalando su antena en el remate del edificio de la torre de la Lotería Nacional:

Primeras transmisiones, año 1950:

- 26 y 27 de julio de 1950, de 17:00 a 19:00 hrs.
- 29 de julio. Transmisión a control remoto desde el salón de sorteos de la Lotería Nacional, del sorteo del periódico Novedades.
- 30 de julio. Se transmitió la corrida de toros en la que tomaron parte Miguel Ángel Ortega, el Curro y Antonio Gómez.
- 31 de agosto. Inauguración oficial en el Jockey Club desde el Hipódromo de las Américas.
- 1° de septiembre. Inicio de transmisiones regulares con la transmisión del IV Informe de Gobierno del entonces presidente de la República, Lic. Miguel Alemán Valdés.
- 15 de septiembre. Se televisó la ceremonia del Grito de la Independencia.

¹¹⁴ Idem.

- 5 de diciembre se inicia el noticiero de Guillermo Vela, presentado por Pedro Ferríz Santacruz, siguiendo el mismo formato del que se transmitía en la XEW.

El primer teleteatro que tuvo lugar por este canal fue “Estación”, de Rafael Bernal, Con Rebeca Iturbide, Luis Aragón y Aurora Izquierdo.

Además, el primer programa periodístico fue “Mesa de Celebridades”, con Agustín Barrios Gómez.

En la Sección Radiópolis del periódico Novedades¹¹⁵ del 15 de junio de 1950 se lee:

“Concurso para la televisión: “Buscando estrellas” es el título de uno de los principales programas con que próximamente iniciará sus transmisiones la estación de Televisión XHTV-NOVEDADES, Canal No. 4, la cual se instala actualmente en el edificio de la Lotería Nacional de nuestra Capital.”

En la misma página aparece una fotografía en cuyo pie se lee:

“Primeras pruebas para la televisión”. Roberto Casso, Luz Nardi, Hortensia Gómez, América Saldevilla y Carlos Ortiz fueron los primeros artistas que en la tarde de ayer pasaron por la primera prueba para actuar en la estación televisora XHTV-NOVEDADES. Los acompañan en la foto Roberto Aguilar, director artístico de la XEX; el ingeniero (Luis) Figueredo, jefe de producción de televisión y el señor Ramón Pérez Díaz.”

XEWTV-Canal 2

El 21 de mayo de 1951 inició transmisiones con la proyección de un juego de Base Ball desde el Parque Delta (hoy conocido como parque del Seguro Social). El canal se había concesionado a la empresa Televimex S.A. desde octubre de 1950, año en el que llevó a cabo transmisiones de prueba. Sus estudios se ubicaron en Avenida Chapultepec en un edificio que había comenzado a construirse en 1943

¹¹⁵ Radio Club XEMX, *op cit.*, p. 8.

con la idea de llamarlo Radiópolis, diseñado para ser estudio de la XEW y la XEQ. Sin embargo, en 1948 se optó por convertirlo en Televisión. La inauguración oficial tuvo lugar el 12 de enero de 1952 con la transmisión de una función de lucha libre.

XHGC-Canal 5

En enero de 1950 se le otorga la concesión para explotar comercialmente el Canal 5 al Ing. González Camarena. Los estudios se ubican en el edificio del Teatro Alameda, propiedad de don Emilio Azcárraga Vidaurreta, espacio donde también se ubican las instalaciones de la XEQ. La antena se levanta en el edificio de la empresa Seguros de México, en la calle de San Juan de Letrán.

Sin embargo, es hasta el 10 de mayo de 1951 que inicia sus transmisiones en forma regular, culminando los esfuerzos del Ing. González Camarena, con la transmisión a control remoto, desde el teatro Alameda, de las festividades organizadas por el periódico Excélsior, con motivo de la celebración del día de las Madres.¹¹⁶

Telesistema Mexicano, S.A.

En 1956 se llevó a cabo la fusión de los canales 2, 4 y 5, con lo que se constituyó Telesistema Mexicano S.A.

Al respecto, el señor Emilio Azcárraga Vidaurreta, presidente y gerente general de esta empresa, comentó en una entrevista publicada en Boletín Radiofónico número 62, del 31 de marzo de 1955:

“Telesistema Mexicano S.A., ha nacido como un medio de defensa de las tres empresas que estaban perdiendo muchos millones de pesos. Todos los programas se originarán desde Televisión, que se convertirá en la gran central de televisión.”

¹¹⁶ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *Historia mínima de la televisión mexicana* [en línea].

Con la formación de Telesistema Mexicano la cobertura de la televisión en México se amplió a diversos estados de la República gracias a la instalación de antenas repetidoras en diversos puntos estratégicos del país y la operación de televisoras locales en ciudades como Guadalajara, Monterrey y Tijuana.

XEIPN-Canal 11

El 2 de marzo de 1959 iniciaron las operaciones de Televisora Cultural del Instituto Politécnico Nacional bajo el nombre de Canal 11, con la transmisión de un documental y una clase de matemáticas.

XHDFTV-Canal 13

El 12 de octubre de 1968 se hizo oficial la inauguración de esta televisora bajo la razón social de Corporación Mexicana de Radio y Televisión S.A., empresa a la que el 24 de junio de 1967 se le había otorgado la concesión para operar el canal. El director general fue Francisco Aguirre Jiménez, dueño de Organización Radio Centro, y contó con colaboradores como Francisco Aguirre Gómez, el Ing. José Luis Rodríguez Ibarra y el Ing. Ernesto Ruesga.

Después de operar por cuatro años como empresa privada, en marzo de 1972 Canal 13 fue adquirido por el Estado como parte de las acciones efectuadas por el entonces presidente Luis Echeverría. En 1985 el gobierno de la República decretó que el Instituto Mexicano de Televisión cambiara su nombre por el de Imevisión, bajo cuyo auspicio funcionó la televisora hasta 1993 año en que este canal volvió a pasar nuevamente a manos de particulares bajo el denominativo de TV Azteca.

XHTM-TV – Canal 8

El 24 de junio de 1967 se otorgó a las empresas Televisión Independiente de México y Fomento Nacional de Televisión S.A. de C.V. la concesión para operar este canal. La inauguración oficial tuvo lugar el 1° de septiembre de 1968 con la transmisión del IV Informe de Gobierno del entonces presidente Díaz Ordaz, pero es hasta el 25 de enero de 1969 que inicia operaciones de manera regular bajo la dirección de Joaquín Vargas.

Cablevisión

El 20 de mayo de 1969, la empresa Cablevisión S.A., filial de Telesistema Mexicano, obtiene la concesión para prestar el servicio de TV por cable en la Ciudad de México, constituyéndose como pionera en el sistema de televisión por cable, el cual se empieza a proporcionar un año después, en 1970.

Televisa

En noviembre de 1972 las empresas Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México, accionista mayoritaria de Canal 8, se fusionan para dar lugar al consorcio Televisión Vía Satélite S.A., conocido como Televisa, el cual inicia formalmente sus operaciones el 8 de enero de 1973 bajo la dirección de don Emilio Azcárraga Milmo. El Canal 8 cambió su posición en el cuadrante a Canal 7.

4.2. TRÁNSITO DE LA RADIO A LA TELEVISIÓN

Como sucedió con la radio, la tecnología que apoyaba la industria televisiva también había presenciado avances importantes como la inclusión del color y la transmisión de imágenes por microondas y vía satélite. Su uso se había expandido enormemente en nuestro país adquiriendo relevancia como medio de comunicación al transmitir importantes hechos históricos como el lanzamiento de la nave Mercury IX en vivo y en directo, las escenas del funeral de John F. Kennedy, asesinado en noviembre de 1963, y la coronación del Papa Paulo VI.

Al igual que en la radio, existen muchas fechas y nombres de aquellos que participaron en el alumbramiento de cada uno de los principales canales, pero este documento no recopila mayor información referida al esfuerzo de quienes llevaron a nivel profesional las especialidades que hacen posible la producción de programas, ya que eso sería tema de otro trabajo; sin embargo, Roberto Aguilar González nos comparte algunas de sus experiencias en el incipiente medio de la televisión, y cómo se dió esta transición de la radio hacia este novedoso medio de comunicación, las vicisitudes que tuvieron que pasar él y otros pioneros de la radio y la televisión, y el papel fundamental que jugaron los grandes experimentados en la consolidación del nuevo medio.

“Cuando ingresé a Palmolive, en marzo de 1952, la actividad publicitaria descansaba principalmente en la radio y, de manera particular, en las estaciones XEW y XEQ. Se encontraba al frente de la producción de programas Héctor González de la Barrera y con mi ingreso se modificó la organización para dejar el área de televisión y radio XEQ en manos del primero, en tanto que yo asumí la responsabilidad de radio en la XEW.

Entonces, en las oficinas de Palmolive conocí a Fabián Arnaud, cuando se reunía con Marichu Vivanco y sus ejecutivas, para presentar en un proyector de 16mm. las pruebas de los comerciales que filmaba para la compañía, destinados a exhibición en salas de cine. Unas cuantas semanas después, acompañé a Héctor González a Televisión para ver el ensayo del programa “Modas y Modales” del diseñador Ramón Valdiosera, cuyo patrocinio fue adquirido por Colgate Palmolive.

La parte más novedosa de ese programa la ocupaba una pantomima en estilo de cine silencioso, a cargo de Norma Wanles, Héctor Lechuga y Sergio Núñez Falcón.

Los comerciales se alternaban entre los previamente filmados y los que se originaban en el estudio, en los cuales se seguía el texto del comercial de radio, ilustrado con tomas del producto y su uso.

El departamento de edición de la empresa completó el proyecto del que sería el primer radioteatro de Colgate en televisión: "La Historia de Todos". Se trataba de dramatizar casos de la vida diaria en los que se viera reflejada la realidad de la familia de clase media. Se encargó a Mario Ruiz Armengol la composición del tema musical y Héctor González de la Barrera trabajó con Fabián Arnaud en la elaboración de la entrada en la que aparecían rostros humanos con expresiones de alegría, drama, amor o tristeza, en sincronía con la secuencia musical.

No fue muy afortunado el proyecto, posiblemente por carecer de un personaje central de identificación, por lo que este programa quedó como antecedente del Teatro Colgate. El proyecto de un radioteatro de mayores proporciones requería de una serie de experiencias que había necesidad de desarrollar, y eso se logró lanzando al aire un teleteatro que fue campo de pruebas del equipo de producción de Palmolive: "Cásate y Verás". Carmen Salas y Enrique del Castillo fueron sus protagonistas y sus situaciones melodramáticas lograron ganar pronto el aplauso del público y madurar al equipo de producción para emprender tareas más difíciles. Héctor González se vio necesitado de ayuda y puso en manos de Tere Medina Davó la dirección del programa.

Ante la creciente actividad en la televisión, el grupo de directores fue creciendo con el ingreso de Jesús Gómez Obregón, con previa trayectoria en la escena teatral, y Gonzalo Garita, que de actor de Teatro Colgate, se convirtió en director del mismo. Por supuesto, se desligó de este grupo la atención a los programas de XEQ, cuya operación se fusionó al grupo de XEW en un solo departamento de radio a mi cargo.

Es de suponer que dado el incipiente desarrollo de la audiencia televisiva, el mayor peso de la publicidad debería continuar en radio y el esfuerzo debería conducir a un objetivo único: mantener los primeros lugares de audiencia en todos nuestros programas.

Continué dedicado a la programación de radio, cuando en 1955 me vi formando parte del equipo de televisión en calidad de emergente.

Héctor González de la Barrera había dejado su puesto en Palmolive para hacerse cargo de la revista Musical Nescafé y cuando se presentó un problema en la producción del programa “Carrousel Musical Palmolive”, que se transmitía en el Canal 2, el jefe de publicidad, Antonio Galindo, me pidió intervenir en él.”

Roberto Aguilar lo recuerda como una grata experiencia.

“Tere Medina Davó me dio el espaldarazo y Genaro Farías, el floor manager, me hizo fácil la tarea por su gran colaboración. Parecía conjuro mágico cuando a las tres de la tarde llegaba al estudio oscuro y desmantelado y dos horas después, gracias al admirable trabajo de los giseros, estaba armado con vistosa escenografía. Se ensayaban canciones, chistes y comerciales, y a las 17:30 al aire, para transmitir en vivo durante treinta veloces minutos... y sin equivocarse.

Yo ignoraba que la razón por la que se me asignó la dirección de un programa de televisión era parte de un plan de la gerencia de la compañía para encargarme la supervisión de los programas de televisión producidos por agencias de publicidad para Palmolive.

Así tuve ocasión de participar en programas como “El Profesor Colgate” que producía Grant Advertising, con la actuación de Nono Arzu; “Adivine mi chamba” y “Sorteo Musical” que producía Publicidad D’Arcy, bajo la coordinación de Catalina S. de Knisek y “Esta es su vida” que producía publicidad Gálvez con la participación de Álvaro Gálvez y Fuentes.

Después de tres años me reintegré al departamento de publicidad de Palmolive como jefe de Palmex (House Agency) a las órdenes de Jesús Gómez Obregón. En ese puesto fui interpelado por Álvaro Bauer y Rafael Banquels para hacer realidad el proyecto de una telenovela.

La maquinaria de Palmex hizo las necesarias evaluaciones y se tomó la decisión de adaptar a la televisión la novela que había alcanzado el mayor éxito en radio en los últimos años: "Senda Prohibida", de Fernanda Villely, ya transmitida en dos ocasiones por radio y difundida además por una fotonovela que se distribuyó gratuitamente.

Carmen del Hierro supervisó la adaptación y, de acuerdo con el equipo de producción, asignaron los papeles protagónicos a Silvia Derbéz, Francisco Jambrina y Dalia Iñiguez. Rafael Banquels dirigió la escena y Álvaro Bauer las cámaras. Fue el locutor Manuel López Ochoa.

Con "Senda Prohibida" puede decirse que se inició la producción de programas en serie pues para entonces ya existían recursos tan importantes como el apuntador electrónico, inventado por el técnico de XEW Alberto Nolla Reyes, y la grabación en cinta magnética (videotape) que hizo posible grabar en un día de trabajo los cinco capítulos de una semana."

Durante los años transcurridos de 1950 a 1970 la radio y la televisión continuaron desarrollándose y madurando, cada uno con su propio estilo y formas de trabajo, apoyados en la experiencia ganada con los años y el talento de cientos de artistas cuya creatividad, entusiasmo y dedicación hicieron posible que el sueño de unos pocos pudiera constituirse en las grandes maquinarias que son hasta nuestros días ambos medios.

CAPÍTULO 5. LA CRISIS DE LA RADIODIFUSIÓN MEXICANA: EL OCASO DE UNA ERA

*Encuentro que lo más grande en este mundo no es saber dónde estamos,
sino en qué dirección nos estamos desplazando.*

Oliver Wendell Holmes

5.1. ENTRE EL RADIO DE GALENA Y EL RECEPTOR DE TELEVISIÓN

La telefonía inalámbrica, descubierta en 1902 por Guillermo Marconi, junto con la telegrafía, propiciaron el surgimiento de la radio experimentación. A partir de 1907, con el perfeccionamiento del bulbo electrónico, en Europa y América comenzaron a hacer transmisiones una serie de radio-aficionados que se comunicaban entre sí. Hacia 1915 este era un pasatiempo muy difundido en la mayoría de los países occidentales. Poco a poco el perfeccionamiento de la tecnología dio lugar a la radiotelefonía y algunos años más tarde a la radiodifusión.

Gracias al control de la frecuencia de oscilación de las ondas hertzianas es posible predeterminar la longitud de onda de transmisión y recepción, es decir, fijar en una frecuencia determinada la transmisión de sonidos y consecuentemente sintonizar la frecuencia en todo receptor que se ubique en esa señal.

En su punto de partida, la radio utilizó señales producidas por ondas largas de baja frecuencia en amplitud modulada. Pronto se descubrió que también las ondas cortas eran susceptibles de controlarse y más adelante, experimentando en el campo de las ondas ultracortas, se alcanzó una mayor pureza de sonido con la frecuencia modulada. Con la aparición de la televisión y la adición de imágenes, la comunicación a través de las ondas hertzianas adquirió el impacto visual.

Entre el radio de galena y el receptor de televisión hay treinta años de historia durante los cuales se luchó por encontrar la razón de ser de aquellos avances tecnológicos, su perfeccionamiento en los laboratorios y en su uso cotidiano, lo que dio lugar al desarrollo de nuevos medios de comunicación y aplicaciones

tecnológicas que facilitan su manejo, de manera tal que actualmente el sonido estereofónico o digital nos son términos familiares.

Como ya se mencionó, si bien al momento de su invención la radio tenía como fin dar a conocer de viva voz noticias sobre los acontecimientos del mundo, no pasó mucho tiempo para que se le encontraran otras aplicaciones, de manera tal que pronto comenzó a transmitir música, historias reales o ficticias sobre personas y acontecimientos, cultura, deportes y hechos relacionados con el mundo del espectáculo y el entretenimiento.

En un principio el ámbito informativo se basaba en las noticias periodísticas que se publicaban diariamente, pero cuando los editores de los periódicos, con objeto de conservar su originalidad, prohibieron el uso de sus boletines, la radio se vio obligada a buscar y generar la noticia y para ello creó sus propios corresponsales.

En otras partes del mundo la radio como difusora de noticias cobraba cada vez mayor importancia. Así, hacia 1937 H.W. Caltenborn transmitió noticias de la guerra civil española desde el frente mismo y en 1938 la CBS transmitió su primer conjunto de noticias mundiales, gracias al trabajo de corresponsales destacados en distintas ciudades europeas.

Pronto surgió la American Broadcasting Company (ABC) que junto con la CBS y la BBC de Londres, compartió el mérito de haber informado al mundo sobre el desarrollo de la Segunda Guerra Mundial y de hechos tan trascendentes como el ataque a Pearl Harbor, los desembarcos en Europa el Día "D", la reconquista de las Filipinas, la caída de Alemania, la bomba de Hiroshima, y la capitulación japonesa a bordo del buque Missouri, en la Bahía de Tokio.

En el futuro tocaría a la televisión transmitir grandes eventos, como la llegada del hombre a la luna, pero los consignados ya forman parte de la radio.

Cabe añadir que durante la Segunda Guerra Mundial la radio clandestina jugó un papel muy importante al servicio de los combatientes de la resistencia en Francia y en los países nórdicos.

En Alemania el gobierno controlaba la radio y la televisión mediante el Ministerio de Propaganda. Las emisoras de radio adquirieron equipos muy potentes con el objeto de que sus ondas llegaran más allá de las fronteras, para propagar la ideología del Partido Nacional-socialista.

La BBC era la única emisora aliada que comenzó a contrarrestar los métodos alemanes desde que estalló la guerra y desató una campaña de propaganda que era escuchada en todo el mundo.

En México, la radio participó en la difusión de grandes hechos históricos como fueron el decreto de expropiación de empresas petroleras leído por el presidente Gral. Lázaro Cárdenas, y la respuesta unánime del pueblo mexicano al llamado de la señora Amalia Solórzano de Cárdenas, con la entrega de donativos de toda clase para ayudar al pago de la deuda petrolera.

En mayo de 1942, a través de la radio se escuchó en todo el territorio nacional la voz del presidente Gral. Manuel Ávila Camacho, informando con acento conmovido la decisión de México de declararse en guerra contra las potencias del eje.

Sobre el papel que jugaron los programas informativos y la transmisión de noticias, Roberto Aguilar González narra:

“Los programas informativos encontraron gran aceptación por parte del público, pues las noticias podían ser escuchadas mientras se desempeñaban actividades manuales y a la charla de los comentaristas se le ponía la misma atención que se brindaba en su conversación a un amigo.

Cuando los micrófonos comenzaron a salir de los estudios, ofrecieron al auditorio la información simultánea al hecho noticioso o al espectáculo deportivo, que lo mismo podía ser una corrida de toros, un juego de fútbol o una carrera de autos.

Fue entonces cuando se conformó lo que se puede definir como el estilo de la radio, pues los comentaristas describían con un realismo tan sorprendente el espectáculo que estaban reseñando, que hubo quienes

prefirieron escuchar una corrida de toros narrada por Alonso Sordo Noriega o Paco Malgesto, que presenciarla en la misma Plaza de Toros. La misma preferencia tenían los partidos de fútbol narrados por Fernando Marcos o Ángel Fernández, o los encuentros de béisbol, reseñados por el Mago Septién.”

Sin embargo, en los años cincuenta, como se mencionó previamente, con el advenimiento de la grabación magnetofónica la radio perdió la más valiosa de sus cualidades: la instantaneidad. Sobre el particular, Roberto Aguilar apunta lo siguiente:

“Se supone que el programa pregrabado permite lograr un mejor acabado, pues es susceptible de corregirse cada vez que se comete un error. Sin embargo, la confianza de la posibilidad de corregir ha propiciado la equivocación y con ella, la frecuente interrupción con la consiguiente pérdida de unidad, secuencias y emotividad que caracterizó a la producción de programas transmitidos en vivo.

En aquellos años, el locutor o el artista radiofónico tendían, a través del micrófono, una conexión invisible que les hacía percibir la presencia del oyente al que dirigían sus palabras, al tiempo que éste cobraba la sensación de ser el destinatario único de aquellos. Aunque no era tangible, existía entre emisor y receptor una poderosa corriente de retroalimentación.”

La radio ha hecho posible la participación del oyente en acontecimientos que ocurren en los lugares más lejanos de nuestro mundo, siendo partícipe, de viva voz, de acontecimientos que ocurren al momento, pues el carácter instantáneo de la información radiofónica le da a este medio un lugar preferente ante cualquier otro, incluyendo la televisión. Ésta únicamente añadió la imagen al sonido, pero no modificó la función ya establecida por la radio: la transmisión de noticias, deportes y entretenimiento. Al respecto, don Roberto Aguilar puntualiza:

“Cuando vino la televisión, el público pudo ver desde su casa a los toreros en acción, igual que a los futbolistas o a los boxeadores, pero con toda su atención puesta en la pantalla del televisor, los televidentes fueron sólo

espectadores ajenos al ambiente del coso o del estadio, guiados por la charla de los comentaristas, poco ilustrativa como reseña, a veces ajena y superficial, y diametralmente opuesta al discurso colorido y emotivo de los viejos cronistas.

La radio sólo requiere de atención auditiva, y gracias a ello, ha mantenido su presencia al lado de los automovilistas, con quienes desempeñan actividades manuales y con aquellos que en su soledad encuentran la compañía de la voz amistosa de un radiorreceptor.

La televisión, por su parte, al requerir mayor atención provoca la pasividad del espectador, que sentado cómodamente en una butaca complementa el espectáculo.”

5.2. EL SISTEMA DE COMERCIALIZACIÓN DE LA RADIODIFUSIÓN MEXICANA

Se ha dejado establecido que el radioescucha, al lado del receptor, genera el fluido indispensable para mover el transmisor. En la medida en que las radiodifusoras ofrecían un mejor espectáculo, aumentaba la demanda de radio receptores por parte del público y este rápido crecimiento de la audiencia servía de estímulo al radiodifusor.

Con el otorgamiento de concesiones por parte del gobierno para operar comercialmente las primeras radiodifusoras, en 1923, se estableció el comienzo de la radio comercial ya que fue en ese entonces cuando se establecieron las primeras tarifas para la venta de tiempo de transmisión. El minuto se constituyó como la unidad comercial de cada radiodifusora, la cual facturaba la venta de espacios desde cinco o diez segundos hasta treinta minutos y, en ocasiones, una hora o más.

Don Roberto Aguilar González comenta al respecto:

“La dirección artística de la emisora recomendaba el tipo de evento que estuviera más de acuerdo con su programación, así como las mejores opciones de elenco artístico y, a partir de ahí, era la empresa anunciadora la responsable de la producción y la promoción que se diera al programa.

El contrato de compra-venta de espacios entre anunciante y emisora determinaba cómo se iba a emplear el tiempo de transmisión y el número de días, semanas o meses que permanecería al aire.

La mecánica que permitía solventar económicamente los costos artísticos consistía en pagar a los artistas una cantidad mínima, simbólica, cuando el programa era de mantenimiento, es decir, con cargo a la emisora. En caso contrario, cuando el programa era patrocinado, el pago de honorarios a músicos y artistas era por cuenta del anunciante y éstos se ajustaban a tarifas más altas. En el caso de figuras de renombre, a precios convencionales.

Por supuesto que el anunciante estaba consciente del costo que iba a tener para su empresa cada minuto de transmisión, así como del resultado que debía obtener de sus ventas para hacer rentable la inversión. Si cada minuto nos cuesta tanto, nuestro estimado de ventas debe ser más cuanto.”

Con éste razonamiento –explica Don Roberto- cada anunciante trató de obtener de su equipo de producción los mejores programas, capaces de ganar la preferencia del público, con lo que fortalecía su imagen como marca y motivaba la compra de su producto como principal objetivo publicitario.

“Los responsables de producción de cada programa por su parte razonaban: Si cada minuto de programa es del gusto del auditorio, me obligo a hacer que el siguiente minuto de transmisión sea mejor que el anterior”.

El resultado fue que se echó mano cada vez de mejores recursos, mejores artistas, mejores ideas y mayores esfuerzos para alcanzar óptimos resultados.

“No se trataba de un solo anunciante o un solo productor, eran tantos como programas podían caber en cada día de transmisión y todos coincidían en su afán de superación y luchaban por hacer cada programa mejor.

El apogeo del radio se logró a base de trabajo. No había escuelas en donde se pudiera aprender ni maestros que pudieran enseñar, porque cada elemento pertenecía a cualquier equipo de producción, tenía que desarrollar su ingenio para ser diferente, original, pues este camino, aunque difícil, tenía más posibilidad de éxito que el camino fácil de la imitación.”

De tal manera, las radiodifusoras, los anunciantes y por supuesto los radioescuchas se beneficiaron al contar cada vez con más compositores que produjeron copiosamente canciones de todos los géneros, cantantes de los más diversos estilos que interpretaban magistralmente estas melodías, y programas innovadores, capaces de retener la atención del oyente a lo largo de toda la transmisión.

Don Roberto Aguilar afirma:

“Cada minuto de radio tenía un precio para el comprador, un costo para el productor, una utilidad para el anunciante y, sobre todo, cada minuto de transmisión contenía un disfrute invaluable para el auditorio.”

Como se expuso en capítulos anteriores, el modelo comercial de la radiodifusión mexicana y los intereses económicos de los concesionarios, si bien no dejan de tener presente los usos educativos, informativos, sociales y de entretenimiento del medio, buscan como fin último maximizar la venta de espacios publicitarios como fuente primordial de financiamiento y obtención de ingresos.

La publicidad surge en articulación directa con la reproducción del capital, fuerza que obliga a los agentes económicos a tener mayor productividad. La publicidad busca orientar y acrecentar la demanda. En la radio, la publicidad encuentra el soporte ideal: desde un punto se puede difundir un mismo mensaje a más receptores. Si la potencia aumenta, mayor será la recepción del mensaje y más conviene al anunciante. La publicidad vincula al anunciante y al receptor, entrelazándolos con el propietario del medio por generar una estructura de capitalización. En esta tarea de capitalizar el tiempo de transmisión, se opta por mensajes que capten la atención, para lograr una audiencia masiva y captar más anunciantes. En esa lógica conviene lo llamativo, lo atractivo, aunque sea de menor calidad. Así, el receptor se entiende como cliente potencial del anunciante.

Respecto al papel que juega la publicidad dentro del modelo capitalista en el que se inserta la radio comercial en México, Alma Rosa Alva de la Selva señala lo siguiente:

“Las emisoras, para operar en relación a un modelo, inserto en la estructura productiva mexicana y basado en un sistema de mercado bajo la ley de la oferta y la demanda – modelo propio del modo de producción capitalista, que requiere de la publicidad para dar a conocer los productos al consumidor, cumpliendo así una función en el ciclo producción-consumo – , tienen en la publicidad comercial un elemento de peso considerable en su programación.”

Económicamente las radiodifusoras dependen de los ingresos “por venta de tiempo” de las agencias de publicidad, gran parte de las cuales operan como filiales en México de las empresas transnacionales dedicadas a la publicidad [...].”¹¹⁷

Es innegable el papel de la radiodifusión comercial como impulsora del proceso productivo del modelo capitalista bajo el cual se rige la política económica en México. No obstante, tampoco podemos obviar que el cariz comercial de la radiodifusión mexicana ha encontrado históricamente en la legislación que norma al medio grandes ventajas para que los concesionarios maximicen dentro de su programación los espacios de venta de tiempo, sin encontrar límites en el monto de las tarifas que cobran y, consecuentemente, las ganancias que obtienen por ello.

Es así que desde 1931, con la publicación del *"Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión, en conexión con la Red Telegráfica Nacional"*¹¹⁸, el Estado propició el incremento en la inserción de anuncios comerciales dentro de la programación de las radiodifusoras.

Éste permitía a los radiodifusores y empresas productoras hacer llegar sus anuncios comerciales a estaciones ubicadas en diferentes lugares de la República utilizando la red de Telégrafos Nacionales. Al usuario se le cobraba la tarifa establecida por las radiodifusoras para la emisión de los anuncios y a cambio de este servicio las estaciones pagaban a Telégrafos Nacionales el 10% del importe total de los anuncios que se contrataban por este medio y se comprometían a hacer publicidad gratuita a los servicios de la dependencia.¹¹⁹

Con la publicación, en 1933, del *"Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación"*¹²⁰, las empresas radiofónicas pudieron hacer uso de hasta un 20% de su tiempo total de transmisión en la difusión de anuncios comerciales, con lo que se incrementaron de manera significativa los ingresos que por publicidad comercial recibían las radiodifusoras.

¹¹⁷ Alva de la Selva, Alma Rosa. *op.cit.*, *Radio e Ideología*, p. 46

¹¹⁸ Diario Oficial de la Federación, 25 de septiembre de 1931.

¹¹⁹ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 56

¹²⁰ Diario Oficial de la Federación, México, 10 de julio de 1933.

En 1942 se publicó el *“Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación, Científicas y de Aficionados”*¹²¹, mismo que establece, entre otras disposiciones, que cada anuncio comercial debe durar como máximo dos minutos y por cada dos anuncios difundidos debe intercalarse un número musical o de otra índole (artículo 28°).

*“Esto garantizaba a los radiodifusores la posibilidad de incluir un alto porcentaje de anuncios comerciales en su programación diaria, pues al no estar limitado el tiempo máximo que podía dedicarse a ellos y al existir solamente la restricción antes señalada, la radio comercial tenía oportunidad incluso de dedicar casi la mitad de sus transmisiones cotidianas a la emisión de publicidad.”*¹²²

Este artículo también autoriza el uso de la publicidad grabada, lo que permitió a los radiodifusores cobrar tarifas más altas a los anunciantes *“toda vez que sus productos iban a ser promovidos en varios lugares del país simultáneamente”*¹²³, ya que las empresas productoras incluían la publicidad dentro de los programas grabados que enviaban a las estaciones de provincia.

Para 1960 con la publicación de la Ley Federal de Radio y Televisión tampoco se establece un límite claro respecto a la cantidad de anuncios comerciales que podrán transmitirse dentro de la programación diaria de una estación, y únicamente señala en el artículo 67°, fracción I, que la propaganda comercial *“deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación”*.

Esta falta de limitaciones con respecto al tiempo que las emisoras podían dedicar a la transmisión de anuncios comerciales, así como de las tarifas máximas a cobrar por su transmisión, permitió a los concesionarios obtener lucrativos márgenes de ganancia.

¹²¹ Diario Oficial de la Federación, 20 de mayo de 1942.

¹²² Fernando Mejía Barquera, op.cit., La industria de la radio y la televisión en México... p. 109

¹²³ Idem.

Fue hasta 1973, con la publicación del "*Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión*"¹²⁴, que se establecen límites a la proporción de publicidad a transmitir tanto en radio, como en televisión, siendo para la radio del 40% de su tiempo total de programación.

Ello propició que algunas de las emisoras aumentaran sus horarios de transmisión con el fin de incrementar sus ingresos por venta de tiempo, pues, como se ha dejado claramente establecido, la venta de tiempo es en lo que se sustenta el financiamiento de las estaciones radiofónicas de tipo comercial.

¹²⁴ Diario Oficial de la Federación, 4 de abril de 1973.

5.3. LA MEDICIÓN DE AUDIENCIAS COMO HERRAMIENTA PARA LA COMERCIALIZACIÓN RADIOFÓNICA

Al inicio de este trabajo se hizo referencia al radioescucha como un personaje cuya presencia, desde un principio, formó parte fundamental en esta historia al ser el receptor del mensaje, quién le da sentido al trabajo realizado por el radiodifusor. El binomio transmisor-receptor, o radiodifusora-público son los dos elementos de la ecuación.

Cuando tuvieron lugar las primeras experimentaciones de radio, encabezadas por Guillermo Marconi, J.A. Fleming y Lee de Forest ya existía un auditorio potencial, sólo hacía falta que éste adquiriera el aditamento que le permitiera escucharlo.

A diferencia del radioaficionado, que dialogaba con sus colegas a través de las ondas, el radiodifusor sólo contaba con la sensación de que era escuchado por alguien, aunque ese alguien escapaba a su percepción sensorial.

Sin embargo, pronto descubriría la capacidad de respuesta de aquel ser incorpóreo al que se dirigía, ante determinada recomendación expresada a través del micrófono.

Durante la década de los años treinta poco a poco se fue popularizando el uso de radorreceptores para captar las emisiones de radio, convirtiéndose, diez años más tarde, en un elemento indispensable en los hogares de muchas familias. El público, sin embargo, no se conformó con escuchar a sus locutores o cantantes favoritos y se hizo presente en las radiodifusoras con el afán de conocer y reconocer a los poseedores de aquellas voces. Don Roberto Aguilar González comenta sobre este fenómeno:

“Se crearon los programas de teatro-estudio y los que solicitaban respuestas telefónicas o escritas, con lo que se obtuvo la reacción deseada, reveladora de una audiencia. Así como aumentó considerablemente el número de receptores, poco a poco surgieron nuevas emisoras que ofrecieron diversas alternativas de atracción al público.

Para el radiodifusor cambió el punto de vista, pues ya no era suficiente saber que lo estaban escuchando, ahora necesitaba saber cuántos lo escuchaban, quiénes eran y cuáles eran sus predilecciones.”

En Inglaterra, la BBC fue la primera emisora en establecer un sistema de control de auditorio, solicitando al público que le enviara por escrito un comentario sobre sus preferencias. Debidamente clasificadas y evaluadas las respuestas, la emisora contaba con una estructura lógica para su programación, en la que incluía proporcionalmente todos los géneros solicitados por el público.

Posteriormente, en Estados Unidos las grandes cadenas y anunciantes lograron establecer sistemas de medición de audiencia con poco margen de error. En México, en los años cuarenta, se manejó el estudio de investigación de audiencia en radio. Don Roberto Aguilar nos da cuenta de cómo se hacía en ese entonces la medición de audiencias:

“La tecnología norteamericana se aplicó en nuestro país manejada por tres empresas; una independiente, la International Research Associates, S.A. de C.V. (INRA), que distribuía sus resultados por suscripción, y dos particulares: Colgate Palmolive y Sidney Ross.

Los servicios de INRA fueron de gran utilidad para los radiodifusores y las agencias de publicidad, pues los chequeos, promediados mensualmente, mostraban las tendencias de gustos de público y señalaban en forma segura el rumbo a seguir.

El sistema de medición de audiencias utilizado con mayor frecuencia era el llamado coincidental, cuyo resultado señalaba, de acuerdo al número de radio-hogares, cuántos receptores se encontraban encendidos a determinada hora, por ejemplo, de seis a siete de la tarde, y en qué proporción estaban sintonizados en cada estación.

La metodología descansaba fundamentalmente en el estudio demográfico de la ciudad a investigar, lo que permitía localizar los segmentos representativos de la población. Un grupo de encuestadores, visitando casa por casa, constataban la existencia de un receptor, si se encontraba

apagado o encendido y, en el último caso, en qué frecuencia estaba sintonizado.

El chequeo coincidental era muy confiable, pero tenía el inconveniente de estar limitado a las primeras horas de la noche, pues resultaba impropio llamar a una puerta a las diez de la noche para preguntar cuál era la estación que se estaba escuchando en ese momento.

Para cubrir los horarios nocturnos, durante los que se transmitían los programas de mayor costo, se empleó el sistema de recordación, que consistía en preguntar al público qué programa había escuchado la noche anterior, justo en determinado horario. Las respuestas permitían establecer porcentajes de audiencia, pero no era posible constatar la veracidad de todas las contestaciones, por lo que estos resultados se tomaron con reserva.

También se hicieron encuestas telefónicas las cuales, al igual que las de recordación, sólo servían para marcar tendencias, pues no eran totalmente confiables.

Colgate Palmolive, además de manejar los sistemas coincidental y recordatorio, contaba con la investigación de panel, según un modelo usado con éxito en La Habana, Cuba, que en realidad era una encuesta ejecutiva, pues participaban en ella los encargados de la elaboración de un determinado programa, quienes cambiaban impresiones entre el público que escuchaba el programa en cuestión, para evaluar los aciertos y desaciertos de la producción y así ajustar esta preferencia dominante entre las diversas expectativas del auditorio.”

Gracias al conocimiento del número de oyentes de un programa los anunciantes tuvieron noticia del impacto de sus programas, su mayor o menor rendimiento, y con base en ello, comenzaron a enfocar sus inversiones en programas determinados. De allí nació el concepto “costo por millar”, con el que se resume la conveniencia de invertir dinero en la compra de una audiencia ideal.

“Es importante aclarar que durante los años cincuenta, cuando los anunciantes compraban el tiempo a las emisoras y ellos mismos se encargaba de producir sus programas, la suma de esfuerzos del patrocinador, artistas, escritores, directores y técnicos hacía posible modelar o remodelar la fisonomía de un programa de radio para alcanzar la mayor audiencia.

Con el tiempo, al desaparecer los grandes equipos de trabajo de producción, se cambió el concepto de programación y cada emisora se encontró ante la necesidad de luchar por sí misma para conquistar al público.”

Hasta los años sesenta la unidad base de los sistemas de verificación de audiencia era la penetración al radio-hogar. La tecnología nuevamente modificó las formas de operación y los conceptos. Con la proliferación de los radios portátiles, el equipo receptor se convirtió en un objeto personal susceptible de escucharse no sólo en la comodidad de la estancia de una casa, sino fuera del hogar en los centros de trabajo, lugares de recreo e incluso en el automóvil.

Los sistemas de medición de audiencia también tuvieron que cambiar sus metodologías de investigación y ampliar su espectro de estudio para dar cuenta al anunciante con mayor especificidad del tipo de público que los recibía. Desde entonces y hasta nuestros días encontramos un desglose por sexo, grupos de edades, nivel socioeconómico, etc., que permite al anunciante seleccionar los canales más adecuados a los mensajes elaborados expresamente para un auditorio determinado. Don Roberto Aguilar explica:

“A la modificación de la estructura interna del radio hay que añadir los cambios externos a los que tuvo que enfrentarse, derivados de mutaciones en la estructura demográfica, nuevos patrones de géneros artísticos, relajamiento de normas de conducta y prototipos creadores de modas efímeras.

El resultado fue catastrófico para unas y exitoso para otras, pero el vaivén ha sido constante, pues pocas emisoras han vuelto a constituirse en rectoras, como en otro tiempo lo fueron la XEW y XEQ, ahora rebasadas en

amplio margen por estaciones a las que no se concedía la posibilidad de llegar a la cumbre.

Las radiodifusoras han disputado entre ellas para ostentar la cifra más alta de rating, que las acreditaría como la estación más escuchada; sin embargo, esta ventaja sólo es cuantitativa y muchos anunciantes prefieren comprar audiencias cualitativas, acordes con sus objetivos de comunicación.”

A finales de la década de los setenta tanto radio como televisión se habían instituido como objetos de uso común entre las familias de niveles medio y superior y el sintonizarlos era parte de los hábitos cotidianos de las mismas, como lo es hasta nuestros días. En tal virtud, la búsqueda de audiencias ya no representaba un problema para las estaciones, tan sólo una necesidad.

“Al garantizar un número determinado de consumidores potenciales, el rating se ha convertido en el indicador en que se basan los anunciantes – y más aún las agencias de publicidad – para “comprar tiempo” en las estaciones, por lo que para éstas, la elevación y mantenimiento del promedio de audiencia se ha constituido en el objetivo central.”¹²⁵

¿Sería esa la causa por la que a partir de entonces desapareció la originalidad en las programaciones?

¿Qué ocasionó tan tremenda recesión?

Indiscutiblemente se debió a un desequilibrio en los mecanismos de aquella compleja maquinaria. Si bien fue determinante el papel que jugaron los empresarios tanto en el nacimiento y consolidación de la radio, como en el fin de su “*época de oro*”, hay otros factores clave que propiciaron la crisis de la radiodifusión, los cuales se podrían considerar como consecuencias o efectos de la falta de inversión, más que como causas del deterioro en los contenidos y las programaciones de radio a finales de la década de los sesenta, de los cuales me ocuparé en seguida.

¹²⁵ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit.*, *Radio e ideología*, p. 116

5.4 FACTORES QUE DIERON LUGAR A LA MODIFICACIÓN EN LAS FORMAS DE COMERCIALIZACIÓN DE LA RADIO MEXICANA Y SU CRISIS

Tanto en México como en el resto del mundo la radio prontamente había ganado terreno como medio de comunicación y su mayor o menor crecimiento se debió al esfuerzo compartido de empresas anunciantes, talentos, realizadores, y empresarios con visión, lo que repercutió indudablemente en el crecimiento de la audiencia y el incremento de las ventas.

Entonces ¿cuáles fueron los factores que frenaron esta constante proliferación y desarrollo de estaciones, talento y programas?

Frecuencia Modulada

Para dar respuesta a esta pregunta es necesario referirse nuevamente a la Frecuencia Modulada, pues si bien su consolidación se ubica hasta la década de los ochenta, su considerable crecimiento durante los setentas es un factor clave en la modificación de las formas de operación de la radiofonía en nuestro país.

Al inicio de la década de los setenta había muy pocos aparatos receptores adaptados para captar la banda de frecuencia modulada y los existentes se vendían en el mercado a precios muy superiores a los de banda de recepción de amplitud modulada, por lo que los anunciantes no tenían demasiado interés en promocionar sus productos en estaciones de FM.

En mayo de 1970, con objeto de impulsar a estas últimas, se crea la Asociación de Radiodifusores de FM, que promueve entre publicistas y anunciantes la inserción de spots en las pocas emisoras que transmiten en esta banda y entre los fabricantes la reducción de costos de producción y venta de los radorreceptores de FM, con objeto de popularizar este sistema.

Al frente de la asociación estaban los señores Francisco Sánchez Campuzano, de Estereo Mil, Joaquín Vargas, de Estéreo Rey, Salvador Arreguín Jr., de Radio Imagen, y Mario Vargas, representando a XEW-FM.

Poco a poco la inserción en el mercado de radiorreceptores que utilizaban esta nueva tecnología, que ofrece un sonido de mayor calidad, favoreció la preferencia por esa banda, contrariamente a lo que sucedió con las estaciones de AM, que paulatinamente perdieron auditorio.

Es necesario añadir que un criterio “*snob*” por parte del público ha dado un valor agregado al receptor de FM, razón por la cual algunos anunciantes prefieren poner sus spots en esa banda y, consecuentemente, ésta, que no es la verdadera razón de preferencia para la FM, ha contribuido a mantener en los primeros lugares de audiencia a algunas de esas emisoras.

Estaciones disqueras

Otro importante factor que contribuyó a la culminación de la que se denomina “*época de oro*” de la radiodifusión en México fue la multiplicación de estaciones disqueras durante la segunda mitad del siglo XX.

La producción radiofónica durante los primeros treinta años de vida de este medio se basó en la producción de programas en vivo y, a partir de los años cuarenta, su combinación con programas grabados.

Para los años cincuenta la producción de programas en vivo va dejando lugar a la transmisión de grabaciones musicales, principalmente en las emisoras más pequeñas, que no contaban con tanto dinero para la producción de programas, pues resultaba más fácil y barato reproducir un disco que contratar una orquesta o cantante.

Así, para principios de los años setenta gran número de estaciones se habían convertido en “*fonógrafos al aire*”, cuya producción se limitaba a la presentación, por parte de un locutor, de los números musicales que se transmitían, en ocasiones, acompañados de uno que otro comentario, reflexión o cita, intercalados entre los cortes comerciales.

Cadenas radiofónicas

Durante los veinte años transcurridos desde el inicio formal de la radio comercial, se consolidó la posición de las grandes difusoras en demérito de aquellas que se esforzaron por ocupar un lugar preferente al lado de las consagradas.

La radiodifusión originada en la Capital cobraba presencia nacional a través de las diferentes cadenas que gradualmente estaban afiliando a casi la totalidad de difusoras del país.

Como se mencionó previamente, la primera cadena que operó en nuestro país fue Radio Programas de México, fundada en 1941 por Clemente Serna Martínez, asociado con Emilio Azcárraga Vidaurreta, la cual retransmitía y distribuía programas originados en la XEW a través de su propia red, así como programas originados en la XEQ, enviados al aire a través del sistema llamado *“Cadena Azul”*.

También se hizo referencia a Radio Cadena Nacional, establecida en 1948, con su estación piloto XERCN y la formación de la Cadena Radio Continental (C.R.C.), ya consolidada en un paquete de cinco estaciones operadas bajo un mismo mando y agrupadas en el mismo local. Nadie imaginó que cuando la C.R.C. cambió su identidad por la de Radio Centro, estaba abriendo un camino que modificaría por completo la imagen del radio.

Siguiendo la misma tónica, Radio Mil, desde tiempo antes convertida en estación de discos, consideró la posibilidad de agrupar otras estaciones, con lo que fue sumando frecuencias para formar Núcleo Radio Mil.

Otras de las cadenas radiofónicas que se formaron durante los años cuarenta y cincuenta fueron: Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA), con diez emisoras en el norte del país, Jalisco y Veracruz; Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), con afiliadas especialmente en Michoacán y el Bajío; Radio Central Radiofónica, con siete estaciones en el D.F., Puebla, Morelos, Hidalgo y el Estado de México, encabezadas por XENK (Radio 620), del D.F.; Cadena Vespertina RCN, con 40 estaciones afiliadas; Cadena de Radio Independiente (CRISA), con

25 afiliadas; y la RED México, que incluye dos estaciones en el Distrito Federal (XEPH y XEMX) y 23 afiliadas en provincia.¹²⁶

Gracias a la organización de las cadenas radiofónicas, la industria de las estaciones llamadas “chicas” tuvo oportunidad de desarrollarse, ya que mediante sus servicios, las diferentes cadenas que operaban permitían a las emisoras pequeñas contar no sólo con servicios especiales como asesorías técnicas y mercadológicas, sino que podían ofrecer mejores programas y cobrar tarifas más altas en sus espacios publicitarios. Otros beneficios que ganaron las estaciones “chicas”, fue que cedían la operación y administración de las mismas a las cadenas, limitándose a recibir los beneficios de la explotación de las emisoras, lo que repercutió en la reducción sus costos de producción e incremento de sus ganancias.

A su vez, las emisoras “grandes” podían ofrecer a los anunciantes mayor cobertura en la difusión de sus mensajes publicitarios, dándoles mayor poder, no sólo económico, sino político, lo que dio pauta para que más adelante se formaran las grandes organizaciones radiofónicas que en los años siguientes marcarían el desarrollo de la industria.

“[Las cadenas radiofónicas] permitieron por un lado que empresarios medianos y pequeños pudieran ingresar a la industria de la radiodifusión, pero, por otro lado, constituyeron un dispositivo económico-político que permitió a los grandes radiodifusores mantener un control político sobre los radiodifusores pequeños y dirigir prácticamente el crecimiento de esta industria.”¹²⁷

Modificación de las políticas de comercialización en radio y televisión

En 1950 la televisión se nutre de las experiencias y talentos de la radio para alcanzar en los siguientes diez años su completo desarrollo y adquirir su propia personalidad.

¹²⁶ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p. 130

¹²⁷ Fernando Mejía Barquera, *op.cit.*, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, p.130

Cuando la televisión llegó a su madurez, se percató de que era poseedora de un elemento propio que se había convertido en ingrediente lógico de su programación: la serie filmada. Estas series, producidas por empresas internacionales son concesionadas a las estaciones de televisión, y éstas adquieren el compromiso de venderlas a los anunciantes mediante el pago de un derecho de ejecución, adicional al costo del tiempo de transmisión.

Los grandes anunciantes compraron espacios de media hora y algunos de una hora, que era el tiempo normal de duración de un episodio. Las principales agencias de publicidad agruparon a algunos de sus clientes y de esa manera pudieron darles la oportunidad de participar como co-patrocinadores en las series favoritas, pero hubo muchas otras de menores recursos que quisieron estar en la televisión y varias agencias tomaron el riesgo de comprar algún programa para revender a diferentes anunciantes fracciones de un minuto. Sobre este tema, don Roberto Aguilar precisa:

“Hubo quienes tuvieron éxito en este procedimiento, y su ejemplo dio lugar a la proliferación de brokers. Muchos fueron afortunados y tuvieron éxito, otros quedaron arruinados, pero en medio de aquella anarquía, los canales de televisión en defensa de sus intereses decidieron que si alguien debía beneficiarse con la venta de programas, debían de ser ellos mismos y, acto seguido, acabaron con los brokers.”

El criterio sustentado por Telesistema Mexicano fue el de modificar su política de comercialización para, en vez de vender tiempo en particular a cada cliente, vender auditorio, para que éste pudiera insertar su mensaje en un horario con audiencia garantizada. Don Roberto menciona al respecto:

“Este sistema se manejó primero con las series filmadas y paulatinamente se fue aplicando a los programas de estudio cuya producción fue absorbida en su totalidad por personal de la misma televisora, prescindiendo en absoluto de aquellos especialistas que habían venido trabajando por cuenta de anunciantes y agencias de publicidad.”

Ello dio como resultado un exuberante beneficio económico para las estaciones televisoras, pues los presupuestos de producción que repartían los anunciantes entre sus empleados, artistas, técnicos y proveedores, ahora ingresaban directamente al canal.”

No pasó mucho tiempo para que esta modalidad fuera implantada también en las radiodifusoras. En ellas, se modificó el sistema de ventas estableciendo el minuto como unidad y colocando anuncios de veinte o treinta segundos dentro de los programas de la propia difusora.

En el inicio de este trabajo se dejó dicho que una vez que la radio superó la etapa de la improvisación, se empezaron a transmitir programas perfectamente planeados y realizados cuya paternidad se atribuía al anunciante, como dueño del programa, quien delegaba su función a un director o agencia de publicidad.

Actualmente, cuando la emisora es la encargada de la producción de sus programas, el anunciante juega un papel muy diferente al que tenía hace setenta años: ha dejado de ser el patrocinador de los grandes artistas que ocupaban los espacios de transmisión para quedar convertido en una de las tantas marcas de productos o servicios que se promocionan dentro de los programas de radio y televisión. Consecuentemente, los realizadores que formaban parte de los equipos de trabajo de los anunciantes han desaparecido y tan sólo queda su recuerdo y el uso de algunos de los muchos artificios de producción que en su momento permitieron el desarrollo tanto de radio como televisión.

Las agencias de publicidad al dejar de crear programas, centraron su atención en el diseño y producción de comerciales que les dieran mayores ventajas en la conquista de mercados. Ante esta nueva necesidad, vieron la luz un sinnúmero de empresas productoras de comerciales que aprovecharon el talento de escritores y directores para alcanzar altos niveles de calidad en sus producciones.

Antes, el anunciante creaba el espectáculo y lo hacía llegar al público por medio de la radio, como portador de los anuncios de sus productos. Ahora el espectáculo sale sobrando, porque el público ha hecho costumbre obligada el escuchar radio o ver televisión, y la audiencia depende, no de contenido de los programas, sino de la aceptación tácita del público de lo que el medio le ofrece, certificada por las

encuestas que determinan en qué canal y a cuáles horas hay los más altos ratings.

Al perder el espectáculo su función primordial como generador de auditorio, se alejó de los medios la presencia de las empresas anunciadoras o agencias de publicidad y con ellas, a los directores artísticos y al “productor”, como se hacía llamar el director de programas. Don Roberto precisa:

“El productor pertenece a la especie extinguida de aquellos que tenían como horario de trabajo el de sus programas y ensayos y como descanso las noches, durante las cuales, en animada reunión con artistas, músicos y colegas, criticaban su trabajo y desarrollaban nuevas ideas.

Éste tenía la fuerza personal para conseguir graciosamente la colaboración de directores de teatro y actores famosos para orientar a los principiantes, y lo mismo hicieron, consiguiendo el favor de los más afamados pianistas acompañantes para ensayar con los futuros artistas de la canción.

Su mérito principal fue el de entregarse íntegramente a su trabajo por el sólo placer de hacerlo, sin reclamar tan siquiera la mención de su nombre al final de los programas de su responsabilidad.”

Caben aquí unas palabras de Luis de Llano Pálmer, tomadas de la entrevista incluida en *Vidas en el Aire*, de Bertha Zacatecas¹²⁸:

“La radio llegaba como un regalo para el auditorio. Con la televisión sucedió lo mismo. Las agencias de publicidad propagaron la fe en la radio y en la televisión por todos lados. Sin embargo, estos medios fueron perdiendo la magia de sus inicios, cuando las agencias de publicidad se dedicaron a colocar anuncios únicamente. Ya no producían programas. Ya no contaban con aquella planta sensacional de producción. No se puede olvidar lo que creó en esos años.”

¹²⁸ Bertha Zacatecas, *op.cit.*, p.139-140

Hacia 1970 tanto en estaciones de radio como en los canales de televisión, se habían reestructurado los patrones de producción. Ahora todos los programas se hacían en casa con talento, ideas y técnicos de la televisora; y, en el caso de las estaciones de radio, se manejó la inserción de spots entre un disco y otro o entre bloques informativos.

Tanto radio como televisión comenzaron a reproducir patrones que únicamente les garantizaban una audiencia suficiente para cumplir con sus objetivos monetarios y satisfacer sus necesidades y las de los anunciantes, cayendo en modelos estereotipados. La radio por su parte, se dedicó a la reproducción de los discos más vendidos. La televisión llenó sus horarios con telenovelas, fútbol y viejas series filmadas. Los programas noticiosos se mantuvieron, pero su mayor o menor interés depende de los acontecimientos de la actividad diaria, ajenos al control de los medios de información. Ambos medios ya no buscaron la producción de programas novedosos, sino la repetición de algunas fórmulas que en su momento les dieron rating.

Es así que como Alma Rosa Alva de la Selva refiere:

“La comercial resulta ser la norma preponderante en el manejo de las radiodifusoras, que han devenido en una empresa redituable y eficaz vehículo de la publicidad comercial.”¹²⁹

¹²⁹ Alma Rosa Alva de la Selva, *op.cit.*, *Radio e Ideología*, p. 48

CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES

*La vida no es una carrera, sino un tiro al blanco,
no es el ahorro de tiempo lo que cuenta,
sino la capacidad de encontrar un centro.*

Susanna Tamaro

El análisis de los elementos expuestos me permiten concluir lo siguiente:

- La radiodifusión es un medio de comunicación que desde sus inicios luchó por encontrar su razón de ser y evolucionar en medio de cientos de avances tecnológicos como la grabación magnetofónica, y la televisión monocromática y a color, inventos que hicieron, al paso del tiempo, que la radio perdiese dos de sus más valiosas cualidades: la instantaneidad, que no es la improvisación, y la capacidad de crear imágenes mentales en el radioescucha, elementos clave que caracterizaron la producción de programas durante los primeros treinta años de vida de este medio.
- La radio creó su propio idioma, apto para reemplazar durante muchos años, con palabras y sonidos, la limitada imagen de la televisión, ayudando al radioescucha a construir en su mundo un escenario de sueños tan espectacular como se lo permitía su capacidad imaginativa.
- El inicio de la televisión se presenta como una incógnita para el futuro, aun cuando no una amenaza, pues la radio es el proveedor de talento para la incipiente televisión.
- Con el advenimiento de la televisión el papel de transmisor de noticias, deportes, cultura y entretenimiento de la radio no se vio afectado. En los años cincuenta, al comienzo de la televisión, ésta transmitía programas de radio con imagen. Hoy, a cincuenta años de distancia, se puede decir que la radio transmite programas de televisión sin imagen, porque no invitan al radioescucha a trabajar su imaginación.
- Mientras la televisión a partir del programa de radio fue adquiriendo su propio estilo, la radio se olvidó del suyo, aquel que fue concebido de la

nada y que cada día se fue perfeccionando un poco más hasta alcanzar, diez años después, su propia madurez para convertirse en una fuerza capaz de manejar los sentimientos del auditorio y hacerle construir, a través de su mente, imágenes de mayor realismo que las que hubiera podido contemplar en una pantalla aún inexistente.

- Las condiciones que motivaron la transformación en las formas de operación y comercialización de la radiodifusión, en respuesta a los intereses de mercado imperantes, anteponiendo el beneficio económico a la satisfacción del público en cuanto a la calidad y originalidad de sus contenidos, lo que generó su crisis, fueron:
 - La creación de los grandes consorcios o cadenas radiofónicas, si bien llevó la producción radiofónica a adquirir presencia nacional, propició la modificación en los sistemas de comercialización y venta de espacios publicitarios.
 - Resultado de este cambio, las grandes agencias publicitarias dejaron de ser los patrocinadores y productores de programas, responsabilidad que quedó en manos de las cadenas radiofónicas.
 - Al perder el espectáculo su función primordial como generador de auditorio, se alejó de los medios la presencia de los productores, llámense empresas anunciadoras, y la creatividad, originalidad e innovación se vieron reemplazados por los *ratings* y el valor de cada minuto de transmisión.
 - El anunciante dejó de ser el patrocinador de los grandes artistas que ocupaban los espacios de transmisión, para convertirse en una de las tantas marcas promocionadas. Perdió control y poder sobre los contenidos de las transmisiones y se limitó a buscar la obtención de mejores espacios de inserción, al menor costo, ya que únicamente tenía en sus manos el poder de decidir los espacios en los que colocaría sus spots publicitarios; espacios de 20 ó 30 segundos que le ofrecía la estación, respaldada por los miles de oyentes o televidentes que evidenciaban los últimos niveles de audiencia.

- La calidad de la señal que se comenzó a transmitir en la frecuencia modulada fue superior a la que por un lapso de treinta años ocupó las ondas hertzianas en nuestro país, llevando a las estaciones de Amplitud Modulada a perder parte de su auditorio, lo que consecuentemente llevó a los anunciantes a comprar menos espacios publicitarios en esta última frecuencia.
- A partir de la década de los sesenta el crecimiento de las compañías disqueras y los bajos costos en la reproducción de música grabada, en lugar de la presentación en vivo de artistas y orquestas, llevaron a las estaciones radiofónicas más pequeñas a preferir este formato, lo que impactó, sin lugar a dudas, los procesos de producción radiofónica.
- A finales de la década de los setenta, el propietario de la emisora quedó como único dueño de cada minuto de transmisión y como tal, también del programa y del auditorio.
- Las emisoras, para disputar un porcentaje de audiencia, comenzaron a copiar el formato de los programas más populares que ostentaban los primeros lugares de popularidad. Sin embargo, este método no fue tan eficaz ya que provocó que los programas con mayor *rating* perdieran su liderazgo y más aún, hicieron caer a las programaciones en formatos estereotipados que acabaron por hacer perder su identidad a las radiodifusoras.
- Los cambios en la conformación social de México durante la segunda mitad del siglo XX, tales como el crecimiento demográfico, el relajamiento en las normas sociales y los avances tecnológicos que posibilitaron el uso de radiorreceptores en lugares fuera del hogar, fueron condiciones para que el espectáculo perdiera su función de generador de auditorio.
- El dueño de minuto logró el éxito económico que contribuyó a la expansión de los mercados de sus principales clientes guiado por un criterio puramente mercantil en el que no cuentan las preferencias del

auditorio, y porque este último es cada día mayor en cantidad y, en igual proporción, menor en exigencia.

- La modificación en las formas de operación de ambos medios antepuso los intereses comerciales a la satisfacción del público lo que, al paso del tiempo, ha hecho que la radio actual, salvo contadas excepciones, sea sólo una imitación de lo que se transmite por televisión.

CONSIDERACIONES FINALES

Si continuara con esta historia a partir de 1970, seguro que encontraría nombres nuevos, pero en realidad haría referencia a figuras meteóricas que se perdieron con la misma rapidez con que surgieron a la fama, y es que ahora los términos se han invertido.

Al parecer los elementos están desfasados. Los medios son portadores de la propuesta consumista del anunciante. Si esta oferta es cada día mayor ¿alguien puede garantizar la respuesta también mayor del consumidor?

Por otra parte, los medios, como portadores de la propuesta comercial ¿pueden envolver ésta en un espectáculo atractivo que vaya más allá del chismorreo o de la música ramplona que imponen las empresas disqueras?

La desaparición del cuadrante de AM de la XELA, estación especializada en el género llamado *"buena música"*, provocó la formación de una asociación pro rescate de la mencionada, integrada por un numeroso grupo de personas en la que figuraban destacados intelectuales, artistas y personajes de la vida cultural de nuestro país, con la finalidad de mantener al aire una difusora distinta, poseedora de una audiencia de gusto diferente. No obstante, sus esfuerzos no fueron suficientes para que las ondas hertzianas se vieran nuevamente agasajadas con tan excelente programación.

Este caso muestra en forma correcta cómo la radio se aleja cada día del lineamiento trazado por sus antecesoras, cuyo objetivo inmediato era servir al auditorio ofreciéndole alternativas de entretenimiento, pero siempre cuidando incluir en sus contenidos conceptos capaces de fomentar el respeto a los valores humanos, la conciencia cívica y el afán de superación.

Debemos reconocer que la radio ha perdido su identidad, pues en general domina la informalidad en sus programas y es difícil encontrar en ellos algún interés en su contenido, tan pobre, que para satisfacer al auditorio le ofrecen regalos.

El contenido del mensaje es el que mueve al oyente a aceptarlo o rechazarlo y es en este punto donde es posible encontrar la pauta a seguir. La radio hoy día es tan

radio como lo era cuando se inventó, lo que ha cambiado es su uso como transmisor de ideas, símbolos, conceptos, pensamientos, conocimientos, valores, fantasías, visiones, enfoques y sentimientos; el contenido de estos mensajes y el interés que generen en el público receptor será entonces lo que permita al medio evolucionar o decaer.

La radio ha sido y sigue siendo el único medio de comunicación capaz de hacer llegar su voz en forma directa hasta el corazón del radioyente, cuando su voz lleva un mensaje portador de estímulos que impactan el sentimiento y la razón. Así lo afirman los comentaristas que, alejados del verbo charlatán que abunda en muchos puntos del cuadrante, saben ganar la atención de su auditorio y despertar en él la reflexión y, con ella, el deseo de documentarse acerca de el o los temas expuestos.

Los medios tienen la obligación orientar a la población, a través de las transmisiones, de promover la cultura, la educación, los valores cívicos, el respeto mutuo, y asegurar la calidad de las transmisiones.

El manejo adecuado de los contenidos en los medios permitirá el enriquecimiento de la cultura ya que, a medida que ésta se difunde, educa al radio oyente. En palabras de Roberto Aguilar:

“El público aprende cuando escucha radio, pero nunca sintoniza la radio para aprender.”

Considero que este estudio sobre el inicio, desarrollo, plenitud y decadencia de la radiodifusión en nuestro país puede aportar elementos para que se intente un cambio gradual en los contenidos y fines de la programación. La propuesta está encaminada a posibilitar la creación de las condiciones para transformar el presente y comprometer el futuro. Su éxito dependerá de la manera en que se enfrenten las limitaciones de este proceso al apoyarse en el pensamiento creativo.

Al hombre del siglo XXI no se le valora por sus conocimientos, sino por sus logros materiales: **“cuanto tienes, cuando vales”**, concepto que incluye la apariencia física, el medio de transporte y la vivienda. Se ha dejado de lado la valoración de la persona por el simple hecho de ser un humano, mucho menos se le aprecia por

su erudición, probidad, integridad y fortaleza de espíritu, características que pintan de cuerpo entero a los hombres y mujeres que durante las primeras cinco décadas del siglo XX hicieron de la radio una institución.

Iniciando el siglo XXI, la evocación de un pasado todavía reciente nos hace admirar al hombre en su verdadera dimensión, cuando se repasa esta historia de la radio y se es testigo de cómo, sin disponer de una tecnología avanzada, esos hombres, los que hicieron la historia, construyeron el monumento de la comunicación que se reseña y que hizo brillar esa cincuentena de años.

¿Será posible que alguien reconozca el valor de la radio como instrumento capaz de ayudar a la recuperación del equilibrio entre las aspiraciones del individuo, cuyos valores morales, antes enfocados hacia el objetivo de llegar a ser alguien, hoy han sido desviados fatalmente, frente al afán consumista de llegar a obtener la riqueza?

Así como nuestros antepasados descubrieron en su lento devenir los medios para hacer su vida cada vez más comfortable, los pioneros de la radio lucharon por encontrar el mejor uso del nuevo invento y, antes de pensar en vender anuncios, pensaron en la posibilidad de servir a la comunidad. Así surgieron los programas, unos de entretenimiento, otros de información noticiosa y otros más de contenido educativo o labor social. En todos ellos, siempre se cuidó con esmero el mantenerse dentro de los límites del respeto, tanto a la persona, como a los valores sociales.

Es hora de detener la marejada del consumismo desatada principalmente a través de los medios audiovisuales, y transformar tan fatal epidemia en una corriente de influencia positiva enfocada a ganar la atención del oyente con programas de contenido útil y ameno, sin temor de sacrificar las utilidades de la emisora, pues no hay duda de que, un auditorio satisfecho, es el mejor consumidor potencial.

Toca a las autoridades ejercer su influencia para que se establezcan los lineamientos de una política que, sin restringir la autonomía de los medios en su operación, convenza a sus empresarios para que cuiden que las transmisiones sean portadoras de mensajes encaminados a reestablecer los valores ahora olvidados de la educación cívica, de restañar la dañada estructura de la institución

familiar y rescatar el concepto de nacionalidad, ahora secuestrado por corrientes ajenas, escondidas en un falso concepto de globalización.

Para finalizar, cabe puntualizar que con estas líneas se desea expresar el más justo reconocimiento a la labor de todos aquellos que alguna vez participaron en las tareas relativas a la producción de programas y sumaron su esfuerzo para lograr la consolidación de esa época, la época de oro de la radiodifusión en nuestro país.

ANEXOS

ANEXO 1 Radiodifusoras de Amplitud Modulada por fecha de fundación 1929-1967

AÑO	ESTACIONES					Total
1929	XEB	XEN	XEL	XEX	AFX	5
1930	XEK	XEJP	XEFZ	XEW		4
1931	XEFO	XEBZ	XEMX			3
1932	XEML					1
1933						0
1934						0
1935	XEDP					1
1936	XEDA					1
1937	XEBS	XEAI	XEUN			3
1938	XERH	XEMC	XEQ			3
1939	XESM					1
1940	XEQK	XELA				2
1941	XERPM					1
1942	XEOY	XEOR	XEPH			3
1943						0
1944						0
1945	XERC					1
1946	XENK					1
1947	XEX					1
1948	XERCN					1
1949						0
1950	XECO					1
1951						0
1952	XEFR					1
1953						0
1954	Frecuencia Modulada					0
1955						0
1956						0
1957	XEDF	XEOC				2
1958						0
1959						0
1960						0
1961	XEMP					1
1962	XEVIP					1
1963						0
1964	XEABC	XEUR				2
1965						0
1966						0
1967	XEEP					1

ANEXO 2
Evolución histórica de las radiodifusoras de Amplitud Modulada por frecuencia y años al aire
1929 - 1970 y 2008

Frecuencia	Antes de 1929	1929	1930	1931	1932	1935	1936	1937	1938	1939	1940	1942	1945	1946	1947	1948	1950	1952	1957	1960	1961	1962	1964	1967	1970	2008	
540																										XEWF	
560																			XEOC	XEOC							
590												XEPH															
620													XENK														
660				XEBZ	XERP	XEDTL																					
690	CYN (1925)	XEN																									
710																					XEMP	XEMP	XEMP	XEMP	XEMP	XEMP	
730															XEX												
760	CYX (1926)	XEX																XEABC									
790													XERC														
830											XELA	XEITE															
860								XEXX	XEXX	XEUN																	
900			XEW																								
940	CYO (1925)		XEK	XEK	XEK	XEK	XEK	XEK	XEQ																		
970																			XEDF								
1000												XEOY															
1030												XEOR															
1060	CYE (1924)	XEFX				XF	XF	XF	XF	XF	XF															XEEP	
1080						XEDP	XEDP	XEDP	XEDP	XEDP																	
1110				XEFO																							
1150			XEJP																								
1180																			XEFR	XEFR							
1220	CYB (1923)	XEB																									
1260	CYL (1922)	XEL																									
1290						XEDA																					
1320						XEAI								XECMO													
1350											XEQK																
1380				XEMX																							
1410								XEBS																			
1440	CYZ (1923)	XEFZ	XELZ	XEEST																							
1470									XESM																		
1500									XERH							XEAI	XEDF										
1530																								XEUR	XEUR	XEUR	XEUR
1560					XEML																						
1590									XEMC																		

ANEXO 3
Estaciones de radio que operan actualmente en las frecuencias del Distrito Federal

Amplitud Modulada						
No.	Frecuencia kHz	Estación	Nombre	Ubicación del transmisor	Potencia (kW)	Grupo Radiofónico / Dependencia
1	540	XEWF-AM	Ke Buena AM. La poderosa del Oriente	Tlalmanalco, Méx.	20d / 2.5n	Radorama Valle de México / Televisa Radio
2	560	XEOC-AM	La nueva Pop 560, Radio Chapultepec	Av. Chapultepec 463, D. F.	0.75d / 0.5n	Grupo Radio Digital
3	590	XEPH-AM	Sabrosita 590	Iztacalco, D. F.	25d / 10n	NRM Comunicaciones
4	620	XENK-AM	Radio 620	San Andrés de la Cañada, Méx.	50d / 5n	Sistema RASA Comunicaciones
5	660	XEDTL-AM	La Radio De Los Ciudadanos	San Lorenzo Tezonco, D. F.	50d / 1n	Instituto Mexicano de la Radio
6	690	XEN-AM	La 69	Barrio San Miguel, D. F.	100d / 5n	Grupo Radio Centro
7	710	XEMP-AM	7 Diez	Los Picos de Iztacalco, D. F.	10d / 1n	Instituto Mexicano de la Radio
8	730	XEX-AM	Estadio W	El Vergel, D. F.	100d / 100n	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
9	760	XEABC-AM	ABC Radio	San Sebastián Chimalpa, Méx.	70d / 10n	Organización Editorial Mexicana
10	790	XERC-AM	Formato 21	Granjas México, D. F.	50d / 1n	Grupo Radio Centro
11	830	XEITE-AM	Radio Capital	La Magdalena Atlazolpa, D. F.	25d / 5n	Grupo Radiodifusoras Capital
12	860	XEUN-AM	Radio UNAM	Ticomán, D. F.	45d / 10n	Universidad Nacional Autónoma de México
13	900	XEW-AM	W Radio	Ex-Hacienda Coapa, D. F.	250d / 250n	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
14	940	XEQ-AM	Bésame 940	Tulyehualco, D. F.	50d / 50n	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
15	970	XERFR-AM	Radio Fórmula Cadena Nacional	Aculco, D. F.	50d / 4n	Grupo Fórmula
16	1000	XEOY-AM	Radio Mil	Iztacalco, D. F.	50d / 20n	NRM Comunicaciones
17	1030	XEQR-AM	Radio Centro	Granjas México, D. F.	50d / 5n	Grupo Radio Centro
18	1060	XEEP-AM	Radio Educación	Ejército de Oriente, D. F.	100d / 20n	Secretaría de Educación Pública
19	1110	XERED-AM	Radio Red AM	Tlalnepantla de Baz, Méx.	100d / 50n	Grupo Radio Centro
20	1150	XEJP-AM	El Fonógrafo	La Pradera, D. F.	50d / 10n	Grupo Radio Centro
21	1180	XEFR-AM	Radio Felicidad	Magdalena Mixhuca, D. F.	10d / 5n	Grupo ACIR
22	1220	XEB-AM	La B Grande	San Lorenzo Tezonco, D. F.	100d / 100n	Instituto Mexicano de la Radio
23	1260	XEL-AM	La 1260 AM	Magdalena Mixhuca, D. F.	20d / 10n	Grupo ACIR
24	1290	XEDA-AM	Radio Trece	La Magdalena Atlazolpa, D. F.	25d / 1n	Radio S.A.
25	1320	XENET-AM		La Pradera, D. F.	20d / 20n	Grupo Monitor
26	1350	XEQK-AM	Tropicalísima 13-50	San Lorenzo Tezonco, D. F.	5d / 1n	Instituto Mexicano de la Radio
27	1380	XECO-AM	Romántica	Barrio Zapotla, Iztacalco, D. F.	50d / 5n	Radorama Valle de México
28	1410	XEBS-AM	La Más Perrona	Iztacalco, D. F.	25d / 10n	NRM Comunicaciones
29	1440	XEEST-AM	Cambio 14 40	Granjas México, D. F.	25d / 1n	Grupo Siete Comunicación
30	1470	XEAI-AM	Radio Fórmula Metrópoli	Granjas Esmeralda, D. F.	50d / 5n	Grupo Fórmula
31	1500	XEDF-AM	Radio Fórmula Cadena Radio Uno	Aculco, D. F.	50d / 5n	Grupo Fórmula
32	1530	XEUR-AM	Escaparate	Barrio Zapotla, Iztacalco, D. F.	50d / 1n	Radorama Valle de México
33	1560	XEINFO-AM		Tlalnepantla de Baz, Méx.	50d / 10n	Eduardo Henkel
34	1590	XEVOZ-AM	Luz 1590	Magdalena Mixhuca, D. F.	20d / 10n	Grupo ACIR

Fecha de actualización: Junio de 2008.

Fuente: Wikipedia. Anexo:Estaciones de radio en el Distrito Federal (México)
http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Estaciones_de_radio_en_el_Distrito_Federal_%28M%C3%A9xico%29

Frecuencia Modulada						
No.	Frecuencia (MHz)	Estación	Nombre	Ubicación del transmisor	Potencia (kW)	Grupo Radiofónico / Dependencia
1	88.1	XHRED-FM	Radio Red FM	Cerro del Chiquihuite	95.13	Grupo Radio Centro
2	88.9	XHM-FM	88.9 Noticias	Magdalena Mixhuca	76.85	Grupo ACIR
3	89.7	XEOYE-FM	Oye 89.7	Ajusco	100	NRM Comunicaciones
4	90.5	XEDA-FM	Imagen	La Magdalena Atlazolpa	100	Grupo Imagen
5	90.9	XHUIA-FM	Ibero 90.9	Santa Fe	3	Universidad Iberoamericana
6	91.3	XHFAJ-FM	Alfa Radio	Cerro del Chiquihuite	99.45	Grupo Radio Centro
7	92.1	XHFO-FM	Universal Stereo	World Trade Center México	146.35	Grupo Radio Centro (Arrendamiento)
8	92.9	XEQ-FM	Ke Buena 92.9	World Trade Center México	79.07	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
9	93.7	XEJP-FM	Stereo Joya	Cerro del Chiquihuite	60.48	Grupo Radio Centro
10	94.5	XHIMER-FM	Opus 94	Cerro del Chiquihuite	100	Instituto Mexicano de la Radio
11	95.3	XHSH-FM	Amor 95.3	Magdalena Mixhuca	100	Grupo ACIR
12	95.7	XHUPC-FM	El Politécnico en Radio	San Francisco Culhuacán	0.1	Instituto Politécnico Nacional
13	96.1	XEUN-FM	Radio UNAM	Ajusco	100	Universidad Nacional Autónoma de México
14	96.9	XEV-FM	W Radio	World Trade Center México	51.19	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
15	97.7	XERC-FM	97-7	Cerro del Chiquihuite	99.71	Grupo Radio Centro
16	98.5	XHDL-FM	Reporte 98.5	La Magdalena Atlazolpa	100	Grupo Imagen
17	99.3	XHPOP-FM	Digital 99	Magdalena Mixhuca	62.9	Grupo ACIR
18	100.1	XHMM-FM	Stereo Cien	Cerro del Chiquihuite	80	NRM Comunicaciones
19	100.9	XHSON-FM	Beat 100.9	Ajusco	100	NRM Comunicaciones
20	101.7	XEX-FM	Los 40 Principales	World Trade Center México	51.19	Televisa Radio / Grupo Latino de Radio
21	102.5	XHMVS-FM	La Mejor	Cerro del Chiquihuite	80.1	MVS Radio
22	103.3	XERFR-FM	Radio Fórmula Cadena Nacional	Torre Latinoamericana	58.13	Grupo Fórmula
23	104.1	XEDF-FM	Radio Fórmula Cadena Radio Uno	Torre Latinoamericana	58.13	Grupo Fórmula
24	104.9	XHEXA-FM	Exa FM	Cerro del Chiquihuite	89.4	MVS Radio
25	105.7	XHOF-FM	Reactor 105	Cerro del Chiquihuite	36.08	Instituto Mexicano de la Radio
26	106.5	XHDFM-FM	Mix FM	Magdalena Mixhuca	62.78	Grupo ACIR
27	107.3	XEQR-FM	La Z	Cerro del Chiquihuite	92.32	Grupo Radio Centro
28	107.9	XHIMR-FM	Horizonte 108	Cerro del Chiquihuite	10	Instituto Mexicano de la Radio

Fecha de actualización: Junio de 2008.

Fuente: Wikipedia. Anexo:Estaciones de radio en el Distrito Federal (México)
http://es.wikipedia.org/wiki/Anexo:Estaciones_de_radio_en_el_Distrito_Federal_%28M%C3%A9xico%29

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- s/autor, *60 años de la radiodifusión en México: Directorio*, México, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, 1981-1982, 186 pp.
- s/autor, *La industria de la radio y la televisión en México (1921-1950)*, México, Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, 198-?, 200 pp.
- Albert, Pierre, *Historia de la radio y la televisión*, México, Fondo de Cultura Económica, 1982, 176 pp.
- Alva de la Selva, Alma Rosa, *Radio e ideología*, El Caballito, México, 1982, 1ª edición, 143 pp.
- Ander-Egg, Ezequiel, *Técnicas de investigación social*, Buenos Aires, Lumen, 1995, 424 pp.
- Aznar, Hugo, *Ética de la comunicación y nuevos retos sociales: códigos y recomendaciones para los medios*, Barcelona, Paidós, 2005, 319 pp.
- Bohmann, Karin, *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, México, Alianza Editorial, 1997, 1ª reimpresión, 399 pp.
- Castellot, Laura, *Historia de la televisión en México narrada por sus protagonistas*, México, Alpe, 1993, 548 pp.
- Castells, Manuel, *La era de la información, tomos I, II, y III*, México, Editorial Siglo XXI, 1999, obra completa.
- Cázares, Hernández, Laura, et.al., *Técnicas actuales de investigación social*, México, Trillas, 1990, 224 pp.
- Cremoux, Raúl, *La legislación mexicana en radio y televisión*, México, UAM, Unidad Xochimilco, Colección ensayos, 1982, 191 pp.
- De Anda Ramos, Francisco, *El despertar del gigante*, México, Trillas, 2ª edición, 2003, 542 pp.
- De Fleur, Melvin Lawrence, *Teorías de la comunicación de masas*, Barcelona, México, Paidós, 1994, 463 pp.
- De María y Campos, Armando, *Por un mundo libre*, México, Distribuidora y Editora de Publicaciones, S,A, (DEPSA), 1943, 489 pp.

- Domeyrat, Bernard, *Maravillas del siglo XX*, España, Ediciones Gaisa, S,L,, Valencia, 1970, 768 pp.
- Durkheim, Emile, *Las reglas del método sociológico*, México, Fondo de Cultura Económica, 1986, 205 pp.
- Eco, Humberto, *Cómo se hace una tesis: técnicas y procedimientos de investigación, estudio y escritura*, Barcelona, Gedisa, 2001, 24ª edición, 233 pp.
- Esquivel Puerto, Emilio, *Anecdotario de radio y televisión*, México, Publicidad Latina, 1970, 251 pp.
- Feldman, Erich, *Teoría de los medios masivos de comunicación*, Buenos Aires, Kapelusz, 1977, 223 pp.
- Fernández Christlieb, Fátima, *La radio mexicana: centro y regiones*, México, Juan Pablos, 1991, 188 pp.
- Fernández Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos, 1982, 330 pp.
- Fernández, José Luis, *Los lenguajes de la radio*, Buenos Aires, Argentina, Atuel, 1994, 111 pp.
- Gallo, Ricardo, *La radio ese mundo tan sonoro, Vol, I Los años olvidados*, Buenos Aires, Corregidor, 1991, 249 pp.
- Garrido, Juan S, *Historia de la música popular en México*, México, Editorial Extemporáneos, 1974, 190 pp.
- Gómez Mont, Carmen, *El desafío de los nuevos medios de comunicación en México*, Asociación Mexicana de investigadores en comunicación, México, Diana, 1992, 180 pp.
- González Alonso, Carlos, *Principios básicos de comunicación*, México, Trillas, 1992, 96 pp.
- Haye, Ricardo M, *Hacia una nueva radio*, Buenos Aires, Argentina, Paidós, 1995, 222 pp.
- Ibañez Brambila, Berenice, *Manual para la elaboración de tesis*, México, Trillas, 1990, 186 pp.
- Lange Oskar, *Economía Política*, México, Fondo de Cultura Económica, 1974, 5ª reimpresión, 332 pp.

- Leyva, Juan, *Política educativa y comunicación social: la radio en México, 1940-1846*, México, UNAM, Coordinación de Humanidades, Centro de Estudios sobre la Universidad, 1992, 164 pp.
- Lochard, Guy, Boyer, Henry, *La comunicación mediática*, Barcelona, Gedisa, 2004, 189 pp.
- Macbride y otros, *Un solo mundo, voces múltiples*, México, Fondo de Cultura Económica, 1987, 2ª edición, 269 pp.
- Mc. Quail, Denis, *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, Barcelona, México, Paidós, 1993, 452 pp.
- McLuhan, Marshall, *Comprender los medios de comunicación: las extensiones del ser humano*, Barcelona, Paidós Ibérica, 1996, 369 pp.
- Mejía Barquera, Fernando, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano*, México, Fundación Manuel Buendía, 1989, 195 pp.
- Méndez, Antonio, *Comunicación social y desarrollo*, UNAM, FCPyS, México, 1977, 2ª edición, 210 pp.
- Moles, Abraham; Zeltmann Claudio, *La comunicación y los mass media*, Bilbao, España, Ediciones Mensajero, 1975, 676 pp.
- Moles, Abraham, *Teoría estructural de la comunicación y sociedad*, México, Trillas, 1983, 207 pp.
- Ortiz Garza, José Luís, *Una radio entre dos reinos*, México, Vergara Editores S,A, de C,V,, 1943, 220 pp.
- Paoli, José Antonio, *Comunicación e información: perspectivas teóricas*, México, Trillas-UAM, 1983, 138 pp.
- Rebeil Corella María Antonienta, et. al., *Perfiles del cuadrante*, México, Trillas, 1991, 1ª reimpresión, 314 pp.
- Rojas Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, Plaza y Valdéz, 1998, 21ª edición, 437 pp.
- Rojas Soriano, Raúl, *Investigación social teoría y praxis*, México, Plaza y Valdéz, Col, Folios Universitarios, 1985, 163 pp.
- Sayavedra, Roberto, *El domador de la electricidad: Thomas Alva Edison*, México, Ed, CNCA-Pangea, 1994, 110 pp.

- Sosa Plata Gabriel; Esquivel Villar, Alberto, *Las mil y una radios: una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana*, Nueva York, McGraw Hill, 1997, 333 pp.
- Tecla Jiménez, Alfredo; Garza Ramos, Alberto, *Teoría, métodos y técnicas de la investigación social*, México, Taller Abierto, 1980, 13ª edición, 162 pp.
- Toussaint, Florence, *Televisión sin fronteras*, México, Siglo XXI, 1998, 183 pp.
- Villamil Duarte, José A, *Publicidad Mexicana: Su historia, sus instituciones, sus hombres*, México, Medios Publicitarios Mexicanos (Demoscopia), 1971.
- Wimmer, Roger D., Dominick, Joseph R., *Introducción a la investigación en medios masivos de comunicación*, México, Internacional Thomson, 2001, 500 pp.
- Wolf, Mauro, *La investigación de la comunicación de masas; crítica y perspectivas*, México, Paidós, 1994, 318 pp.
- Wright Charles, Robert, *Comunicación de masas: una perspectiva sociológica*, Buenos Aires, México, Paidós, 1966, 155 pp.
- Zacatecas, Bertha, *Vidas en el aire*, México, Ed, Diana, 1996, 222 pp.

TESIS

- Audiffred Laso, Miryam, *La regulación de concesiones de radio y televisión en México: el camino a la democracia*, Tesis para obtener el título en Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2005 120 pp.
- González Hernández, Mauricio, *Participación ciudadana en La Radio de los Ciudadanos*, Tesis para obtener el título en Licenciado en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2005, 139 pp.
- Mejía Barquera, Fernando, *El sound track de la vida cotidiana: radio y música popular en México D.F.*, Tesis para obtener el grado en Maestro en Ciencias de la Comunicación, Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, División de Estudios de Posgrado, Junio 2006, 431 pp.

REVISTAS, PERIÓDICOS Y PUBLICACIONES PERIÓDICAS

- “Gráficas de XEX”, periódico *ESTO*, año VIII, núm. 1946, sección “Gráficas de la XEX”, México, 25 de noviembre, 1948.
- “Radio Club XEMX”, periódico *Novedades*, Sección Radiópolis, México, 15 de junio, 1950, pp. 8.
- Ayala Bravo, Roberto, *Musicosas*, México, Editorial Selecciones Musicales, 1962.
- Bohorquez, Enrique, “Radio”, periódico *ESTO*, año VII, núm. 1771 al 1779, sección “Radio”, México, 1° de junio, 1948 al 9 de junio, 1948.
- *Boletín Radio Comunicación*, Grupo Acir, mayo – junio, México, 1987.
- *Boletín Radiofónico*, año I, núm. 36, México, 7 de noviembre, 1947.
- *Boletín Radiofónico*, Especial Tercer Aniversario, México, Marzo, 1957.
- *Boletín Radiofónico*, Especial Cuarto Aniversario, México, Marzo, 1958.
- *Boletín Radiofónico*, época II, año VI, núm. 300, México, 22 de octubre, 1959.
- *Boletín Radiofónico*, Especial 7° Aniversario, México, Octubre 1961.
- *Boletín Radiofónico*, año VIII, núm. 458, edición extraordinaria, México, Noviembre, 1962.
- *Boletín Radiofónico*, época II, año XI, núm. 530, México, 26 de marzo, 1964.
- Boletín XELA, num. 391, Radio Metropolitana, México, 24 de agosto, 1959.
- Cardona, Rafael, “Cita en el Aire”, *La Prensa*, año XXVIII, núm. 10,769, sección “Cita en el aire”, México, 27 de junio, 1957.
- *Carnet Musical*, XELA, Radio Metropolitana, vol. III, num. 9, México, 1° de diciembre, 1947.
- *Diccionario de la Lengua Española*, Esencial, LAROUSSE Editorial S.A., 39ª reimp., 1994, pp. 403.
- *Diccionario Porrúa de la Lengua Española*, Editorial Porrúa, S.A., México, 1993.
- *Diccionario XELA de Términos Musicales*, Radio Metropolitana, México, 1959.

- “*Las grabadoras de discos olvidan que existe la música mexicana, nos dijo Roberto Aguilar*”, periódico *El Nacional*, 2ª Sección, 1ª Plana, año XXI, tomo XXVI, núm. 7279, 2ª época, México, 23 de junio, 1949.
- Flores Rivera, Salvador, *Álbum de Oro de la Canción*, Editorial Flores Rivera, México, 1949 a 1951.
- Herce Félix, *Guía musical del radio oyente*, Laboratorios Picot, Inc. (Suc. México), Segunda Edición, 1945.
- *La voz de Londres*, Boletín Semanal de la BBC de Londres, México, 30 de enero de 1994 a 13 de mayo de 1951.
- *Mass + Medios, Directorio*, Medios y Medios, S.A. de C.V., año V, núm. 20, México, Julio-Octubre, 1998.
- *Exclélsior*, núm. 676, Suplemento Dominical “El Buho”, México, 23 de agosto, 1998.
- *Novedades*, año XV, núm. 3837, sección “Radiópolis”, México, 15 de junio, 1950.
- “*Perfiles en el Aire. Notas informativas por Q*”, periódico ESTO, año VII, núm. 1771 al 1785, sección “Radio”, México, 1º de junio, 1948 al 15 de junio, 1948.
- *Quincena Musical*, Boletín de la BBC de Londres, México, 7 de octubre de 1945.
- *Radio T.V. Selecciones*, año IV, núm. 45, México, 30 de mayo, 1953.
- *Radio T.V. Selecciones*, año VIII, núm. 96, México, 30 de junio, 1957.
- *The BBC Diary*, Charles Letts & Co. Ltd., Gran Bretaña, 1947.

LIBROS Y REVISTAS ELECTRÓNICOS

- Covi Druetta, Delia, *El siglo de la comunicación* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/siglo.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].

- Mejía Barquera, Fernando, *Historia mínima de la radio mexicana* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/historiarad.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].
- Mejía Barquera, Fernando, *Historia mínima de la televisión mexicana (1928-1996)* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/minima.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].
- Mosco, Vincent, *La Economía Política de la Comunicación: una actualización diez años después* [en línea], Universidad Complutense, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, 2006, p. 57-79, Dirección URL: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0606110057A.PDF> [consultado: 17 de enero de 2009]
- Olmos, Alejandro, *La Huella de los Azcárraga I y II* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, julio, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/huella.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].
- Sánchez Armas, Miguel Ángel Sánchez Armas, “Historiar a los medios” [en línea], México, *El enjambre y las abejas. Reflexiones sobre comunicación y democracia*. Fundación Manuel Buendía y Universidad Veracruzana, 2003, p. 61, Dirección URL: http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/LIBRO_EL_EJAMBRE_Y_LAS_ABEJAS.pdf [consultado: 09 de enero de 2009]
- Sánchez Ruíz, Enrique, *Dimensiones de la historia reciente de los medios masivos en México* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/dimensiones.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].
- Segovia I., Ana, *Cincuenta años de Economía Política de la Comunicación* [en línea], Universidad Complutense, *Cuadernos de Información y Comunicación*, vol. 11, 2006, p. 7-8. Dirección URL: <http://revistas.ucm.es/inf/11357991/articulos/CIYC0606110007A.PDF> [consultado: 17 de enero de 2009]

- Sosa Plata, Gabriel, *Repaso histórico al periodismo sobre radio en México* [en línea], Foro Mexicano de Historia de los Medios, Fundación Manuel Buendía, México, Dirección URL: <http://www.mexicanadecomunicacion.com.mx/Tables/fmb/foromex/repaso.htm> [consultado: 05 de enero de 2009].

LEYES Y REGLAMENTOS

- “Decreto que establece el servicio de anuncios comerciales por radiodifusión, en conexión con la Red Telegráfica Nacional”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 25 de septiembre de 1931.
- “Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 10 de julio de 1933.
- “Reglamento del Capítulo VI del Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación”, *Diario Oficial de la Federación*, 10 de julio de 1933.
- “Reglamento para estaciones radiodifusoras comerciales, científicas, culturales y de aficionados”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 30 de diciembre de 1936.
- “Ley de Vías Generales de Comunicación”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 19 de febrero de 1940.
- “Reglamento de Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales, de Experimentación, Científicas y de Aficionados”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 20 de mayo de 1942.
- “Ley Federal de Radio y Televisión”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 19 de enero de 1960.
- “Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos”, *Diario Oficial de la Federación*, 31 de diciembre de 1968.
- “Decreto que reforma los artículos 17 y 19 de la Ley Federal de Radio y Televisión”, *Diario Oficial de la Federación*, 27 de enero de 1970.
- “Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 4 de abril de 1973.
- “Decreto por el que se reforma y adiciona la Ley Federal de Radio y Televisión”, *Diario Oficial de la Federación*, 31 de diciembre de 1974.

- “Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de radio y televisión”, *Diario Oficial de la Federación*, México, 10 de octubre de 2002.

PÁGINAS WEB

ABC Radio

<http://www.oem.com.mx/abcradio/>

Antecedentes de la Radiodifusión en México

<http://medios.4t.com/about.html>

Cámara de Diputados. LX Legislatura. H. Congreso de la Unión

<http://www.diputados.gob.mx/>

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT)

<http://www.cirt.com.mx/legislacionderadioytv.html>

Diario Oficial de la Federación

<http://www.dof.gob.mx>

Diccionario de la Lengua Española

<http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

Grupo Acir

<http://www.grupoacir.com.mx>

Grupo Radio Fórmula

<http://www.radioformula.com.mx>

Instituto Mexicano de la Radio (IMER)

<http://www.imer.gob.mx/>

Instituto Nacional de Estadística. Geografía e Informática. INEGI

<http://www.inegi.gob.mx/est/contenidos/espanol/rutinas/ept.asp?t=mpob91&c=3837&e=09>

Normateca

<http://www.normateca.gob.mx>

Núcleo Radio Mil Comunicaciones

<http://www.nrm.com.mx/>

Grupo Radio Centro

<http://www.radiocentro.com>

Organización Radiorama

<http://www.radorama.com.mx>

Radio 13

<http://www.radio13.com.mx>

Radio Educación:

<http://www.radioeducacion.edu.mx/>

Radio UNAM:

<http://www.radiounam.unam.mx/>

Wikipedia

<http://www.wikipedia.org>

Universidad Juárez Autónoma de Tabasco

<http://www.ujat.mx/noticias/713/maestra.html>

Secretaría de Comunicaciones y Transportes

<http://portal.sct.gob.mx/SctPortal/>

FUENTES VIVAS

Entrevistas a Don José Roberto Aguilar González - Enero de 2003 a Diciembre de 2004.