

Universidad Nacional Autónoma de México

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

UNAM

**Tesina Análisis del Programa Radiofónico**

**“Así lo dice La Mont”**

Nombre de la alumna: Elena Ivett Díaz

Hernández

Nombre de la asesora: Adela Mabarak Celis

Seminario de Titulación de Educación Continua  
de la FCPyS



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

## **Agradecimientos**

### **María Elena Hernández**

Por invitarme a la vida y demostrarme con amor, paciencia y devoción que la verdadera medida del amor es que éste no tiene medida.

### **Adela Mabarak**

Por instruirme para hacer esto realidad.

### **Maria de la Luz**

Por presentarme con la vida.

### **Enrique Langarica**

Por el empeño mostrado para seguir el correcto camino de vida y festejar mis pequeñas victorias.

### **Irma del Carmen Menéndez Díaz**

Gracias a ti abuela, Gracias a la Vida.

### **Familias La Mont, Santamaria, Vicente Castells, González y Pérez**

Los admiro y llevo en mi corazón.

### **Marco y Yanin**

Gracias por tantos años de incondicional amistad

### **Sergio Buendía, Leonardo Cornejo, Claudia Escalera, Lourdes Martiñón**

Por siempre estar presentes y no olvidar.

### **Leonel ...**

Por autorizarme a soñar...

*Porque a todos los quiero en mi vida...*

*Cuidado con lo que quieran... no sea que lo alcancen.*

## ÍNDICE

INTRODUCCIÓN .....	5
--------------------	---

### CAPÍTULO I QUÉ ES LA RADIO

1. Definición.....	7
1.1. Función.....	8
1.2. Normatividad.....	9
1.3 Distribución del espectro radiofónico en México.....	11
1.4 Historia de la radio en México .....	14
1.5 Historia de ABC Radio.....	20
1.6 Importancia en evolución del México contemporáneo.....	21
1.7 Espectro legal.....	23
1.8 Amplitud Modulada (AM) y Frecuencia Modulada (FM).....	24

### CAPÍTULO II

#### PRESENCIA ABC RADIO EN FRECUENCIA DE AM ANTE LA PREFERENCIA POR FM

2.1 Quién es ABC Radio .....	27
2.2 Esencia ABC .....	28
2.3 El ABC de ABC .....	30
2.4 ABC Radio vs. Televisión .....	34
2.5 Puntos fuertes .....	35
2.6 ABC Radio en la era de Internet .....	36
2.7 ABC Radio digital .....	38
2.8 ABC Radio de cara al Siglo XXI.....	39
2.9 ABC joven .....	41
2.10 Compromiso ABC Radio .....	42
2.11 Frecuencia que Evoluciona .....	43
2.12 Ubicación.....	45
2.13 ABC Radio y México.....	46
2.14 Qué es un programa de radio.....	47
2.15 Cómo se produce un programa de radio .....	49
2.16 Así lo dice La Mont de radioescuchas para ABC Radio .....	50

### CAPÍTULO III. “ASÍ LO DICE LA MONT”

3	<b>Descubriendo “Así lo dice La Mont”. Datos generales</b> .....	52
3.1	<b>Historia “Así lo dice La Mont”</b> .....	52
3.2	<b>Presencia de” Así lo dice La Mont en México”</b> .....	53
3.3	<b>Quién es “Así lo dice La Mont”</b> .....	54
3.4	<b>Importancia “Así Lo dice La Mont”</b> .....	55
3.5	<b>Qué ofrece</b> .....	57
3.6	<b>Importancia de análisis</b> .....	58
3.7	<b>Bitácora diaria</b> .....	59
3.8	<b>Biografía Federico La Mont</b> .....	61
3.9	<b>Perfil Ivett Langarica</b> .....	62
3.10	<b>Estructura 2002-2007</b> .....	63
3.11	<b>Principios básicos del programa “Así lo dice La Mont”</b> .....	64
3.12	<b>Control remoto al interior de la República Mexicana</b> .....	66
3.13	<b>Intervención radioescuchas</b> .....	68
3.14	<b>Reconocimiento</b> .....	70
3.15	<b>“Así lo dice La Mont” en la web</b> .....	71
3.16	<b>Opción de desarrollo para recién egresados</b> .....	72
3.17	<b>Análisis “Así lo dice La Mont”, ¿por qué es un problema?</b> .....	73
3.18	<b>Propuesta</b> .....	76
3.19	<b>Conformación equipo, misión, visión y valores</b> .....	77
3.20	<b>Política de calidad</b> .....	79
3.21	<b>Conclusiones</b> .....	79
	<b>BIBLIOGRAFÍA</b> .....	84
	<b>CIBERGRAFÍA</b> .....	86

## INTRODUCCIÓN

El presente trabajo en su modalidad de tesina tiene por objeto dar a conocer la labor realizada por el programa noticioso y de análisis “Así lo dice La Mont”, ya que es de suma importancia reconocer la trascendencia de su colaboración con la optimización del incremento en la calidad de vida -salud, social, laboral, cultural, gobierno, entre otros, éstas últimas palabras de su titular y orquestador Federico La Mont- en municipios de México a pesar de ser un programa radiofónico de transmisión en AM sin oferta “relajada” para radioescuchas.

En el transcurso de éste escrito se da a conocer la definición de radio, historia, influencia en el desarrollo histórico de México, distribución de su espectro así como lista de múltiples opciones que nos ofrece el cuadrante en Amplitud Modulada –por sus siglas AM- en la Ciudad de México

No debe faltar mención especial para ABC Radio de Organización Editorial Mexicana (OEM) casa de “Así lo dice La Mont” por lo que se realizará un paseo por sus inicios, los retos que enfrenta en lucha por ganar espacios en mismo cuadrante y la competencia ante la presencia de FM, penetración en territorio nacional que obedece a necesidades de radioescuchas y apatía cultural, con lo cual se niega a lidiar ante opciones más cómodas y de fácil acceso a radioescuchas menos interesados en problemas políticos y sociales que consideran música, concursos, premios, bromas y chistes que los tornan más atractivos.

Analizar “Así lo dice La Mont” como punta de lanza para una nueva generación radiofónica al tratarse de un titular joven que entiende la necesidad de contemporáneos por destacar y desarrollar una exitosa carrera profesional de líderes comprometidos con México. Se explorará al mencionado programa como incubadora y, a la vez, como plataforma para recién egresados en las carreras de Comunicación, potenciales patriotas dispuestos a poner su carrera al servicio de la nación.

El presente trabajo concluye con aquellos quienes de 2002 a 2007 hicieron posible el esfuerzo informativo y de colaboración social, se exploran perfiles profesionales de conductores, se ahonda en organización operacional así como injerencia tanto comunitaria municipal e internacional que contribuyen al avance de México.

“Así lo dice La Mont” concebido como programa de radio enfocado a temas políticos evoluciona durante 13 años al abarcar diversas temáticas, asiste a comunidades apartadas de su cabecera municipal, desde San Vicente Chicoloapan en el Estado de México hasta la colonia Anapra en Ciudad Juárez, Chihuahua; no olvida dirigirse al ama de casa, profesionista independiente, estudiantes y público infantil para la mejor comprensión de su realidad política, manejo de su economía, opciones en desarrollo profesional y defensa de sus derechos fundamentales como seres humanos y ciudadanos.

Profundizar en el estudio y análisis de éste programa informativo es importante para el registro en la historia radiofónica de México pues se trata de un programa profesional con alto contenido de análisis político, económico, promotor de conciencia social en diversos rubros como salud y ecología, fundamentales para la transformación de las comunidades en el país.

*“El planteamiento es superar la concepción de la radio como mero transmisor de voz, por ende, difusor de información y promotor de música; reiterar que se trata de un medio de comunicación entre realidades y públicos”.<sup>1</sup>*

Este documento resultará de consulta interesante para estudiantes, profesionistas y todo aquel atraído por la temática radiofónica de México al proporcionarle herramientas que les ubiquen en la realidad nacional de inicios de Siglo XXI, pues la radio conquistó la credibilidad del público al despertar curiosidad de radioescuchas y revelarse como el medio de masas más ágil para hacer frente a la crisis.

---

<sup>1</sup> **BALSEBRE Armand.** El lenguaje radiofónico. Madrid, España 1994. Ed. Cátedra, signo e Imagen. 250 pp.

## CAPÍTULO I QUÉ ES LA RADIO

En éste apartado se dan a conocer la radiodifusión y su influencia en México así como presencia e importancia en la actualidad a través de su espectro y opciones en cuadrante.

### 1. Definición

Es aquí donde se conoce el conjunto que alberga a los medios de comunicación: diarios, televisión, internet y radio, éste último objeto del presente estudio y cuya función es difundir de manera masiva información, cultura, entretenimiento, educación y ciencia entre otros.

La definición lingüística de radio, proporcionada por el diccionario Esencial de la Real Academia Española: f. radiodifusión.

#### **radiodifusión.**

1. f. Emisión radiotelefónica destinada al público.
2. f. Conjunto de los procedimientos o instalaciones destinados a esta emisión.
3. f. Empresa dedicada a hacer estas emisiones.

La definición de estudiosos como Cuauhtémoc Anda Gutiérrez:

*Al conjunto de técnicas de emisión de ondas hertzianas que permiten la transmisión de la palabra y de los sonidos se les denomina: radio". La radio en realidad es la evolución de una serie de inventos previos que con Tales de Mileto identifica el principio de la electricidad, en Siglo XIX con los inventos de Maxwell, Morse, Hertz y otros, hasta que el italiano Guillermo Marconi en 1897 registra al invento de la radio en Londres, Inglaterra. El 14 de mayo de 1897\* se logra la primera experiencia en Inglaterra, al establecer comunicación a través del Canal de Bristol y el 2 de julio de ese año se otorga a Marconi la patente inglesa de telegrafía sin hilos...<sup>2</sup>*

---

<sup>2</sup> **ANDA GUTIÉRREZ** Cuauhtémoc. Importancia de la radiodifusión en México, México, Grupo Noriega Editores, Primera edición 2004. p 1.



*“Radio o radiodifusión son conceptos de realidad más compleja a saber: amalgama de dispositivos para transmitir a distancia voz y música lo que le permite estar al alcance de muchas personas”.*<sup>3</sup>

De acuerdo con el autor la radio es un conjunto de elementos físicos y técnicos que evolucionaron gracias a la intervención humana, para hacer de ellos vehículos de información y comunicación accesible para todos.

### **1.1. Función**

*La radio se erige como el medio que transmite noticias con mayor rapidez... concepción exclusivamente funcionalista que impide desarrollar una categoría de análisis más expresiva y creadora en la definición de la radio”*<sup>4</sup>

*Por otro lado:*

*La radio es protagonista de las etapas de avance de nuestra realidad nacional. Desde las primeras décadas de este siglo constituye la principal vía de acceso a la información y entretenimiento, y es el vehículo para estructurar y definir en cierta manera el sentido de identidad y el sentir de la sociedad mexicana, todo ello como una labor social y constructiva para el país.*<sup>5</sup>

Antes de cerrar el programa en punto de las 2 de la tarde llegó un boletín informativo directo de redacción donde se daba a conocer la ejecución del primo de Margarita Zavala de Calderón, posteriormente constaté que a la par de Así lo dice La Mont el Universal On Line contaba con la noticia. Éste ejemplo constará que se trata de un medio por demás rápido.

La razón por la cuál la radio sirve para educar, informar, entretener, escuchar música, acompañar, vender, formar y enseñar está dada por sus características, sus ventajas y desventajas como medio de comunicación masiva. La importancia de que los hacedores de radio las conozcamos es obvia pues esa comprensión nos ayuda a controlar el medio, a escribir para el oído, a venderlo, a disfrutar del hacer radio y

---

<sup>3</sup> **Op cit.** p 1.

<sup>\*</sup> Es curioso: 100 años y 5 días después nace **Así lo dice La Mont.**

<sup>4</sup> **LAZARFELD, P.P. Kendal.** Radio listening in America. Prentice Hall. Inc. NY.1948. p. 15

sobre todo, percatarnos de la responsabilidad que significa trabajar en éste medio electrónico. Esas características propias de la radio nos obligan a hacer radio con normas que debemos respetar.<sup>6</sup>

Normas que –dicho sea de paso- los profesionales en comunicación las hacemos nuestras con la práctica diaria e intervención en radio sin hacer de lado exigencia de titulares, directivos y público.

## 1.2. Normatividad

Indudablemente la radio, informa, comunica, divierte y levanta pasiones al gozar de alta credibilidad y estima por las audiencias cautivas.

La Ley Federal de Radio y Televisión señala en su artículo 5° que: “La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana”.<sup>7</sup> Lineamiento legal que día a día la radio desarrolla a través de sus distintas transmisiones.

En este sentido los principios fundamentales que marca el precepto citado, son atendidos de la siguiente manera:

- Afirmar el respeto a los principios de la dignidad humana y los vínculos familiares.
- Contribuir al desarrollo armónico de la niñez y la juventud, conservando las costumbres del país y sus tradiciones.
- Exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

Conforme a lo anterior, en 1960 la Cámara de Diputados dejó establecido su criterio al consignar en su exposición de motivos los siguientes:

*“...no como una alimentación a la libertad de expresión garantizada por los artículos 6 y 7 de la Constitución, sino con la convicción de que la libertad es por sí misma una responsabilidad”.*<sup>8</sup>

---

<sup>5</sup> Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México. p. 51

<sup>6</sup> VITORIA, Pilar. Producción radiofónica. p. 9

<sup>7</sup> **Ley Federal de Radio y Televisión**, en Agenda de la Comunicación 2011. Capítulo V, pág.2, Editorial ISEF

<sup>8</sup> Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado Mexicano. p. 52.

Por el interés público de la radiodifusión, se consagró un artículo específico dirigido a la función social que deben procurar radio y televisión, así como los órganos del Estado, los primeros por conducto de sus transmisiones y los segundos a través de los mensajes que hacen llegar a la población.

“Así lo dice La Mont” lo entendió y enarboló el estandarte basado en la activa participación ciudadana al proponer: controles remoto tanto en comunidades marginadas como Ciudad Alegre, San Miguel y Patos en el municipio de Chimalhuacán en el estado de México, así como en palacios municipales y con sus autoridades para responder demandas añejas de habitantes.

Con ello “Así lo dice La Mont” no sólo demostró efectividad de la radio para transmitir mensajes sino su relevancia al priorizar su papel de enlace entre autoridades y gobernados con la libertad de ejercer su responsabilidad en la seriedad de temas a tratar.

Los medios tienen –en consecuencia- una función formativa e informativa de gran importancia. Por ello al elaborar su programación y efectuar sus transmisiones atienden la responsabilidad social que les establece la ley del ramo.

Los medios apoyan las tareas sociales a cargo del Estado mediante análisis, información y diálogo reflexivo. Esa voluntad de servicio público de los medios de comunicación habrá de fructificar, como ya está sucediendo, con la aparición de públicos destinatarios más exigentes y activos que en conjunto –medios, sociedad y Estado- le den un sentido enaltecedor a la función social de los medios de comunicación.

Esto se ve reflejado en el público fiel de ABC Radio quienes no solamente siguen los programas de crecimiento espiritual como Universo Consciente o El ABC de la Magia, fomento a la unión familiar como es el caso de Gracias a la Vida, entretenimiento con Memocurrencias y Quien los quiere a Ellos, sino con el análisis político con Todos a la Grilla y Aquí Entre Nos, sin olvidar la información oportuna en manos de En la Noticia, ABC Noticias y por supuesto “Así lo dice La Mont”.

No habrá que perder de vista que la radiodifusión mexicana tiene como principal objetivo entretener e informar, y no sólo es mediante los contenidos programáticos como la radio cumple con una función social, existen casos derivados

de fenómenos o desastres naturales en los que la industria de la radiodifusión juega un papel importante al prestar un servicio social en auxilio y apoyo de las comunidades.

### 1.3 Distribución del espectro radiofónico en México

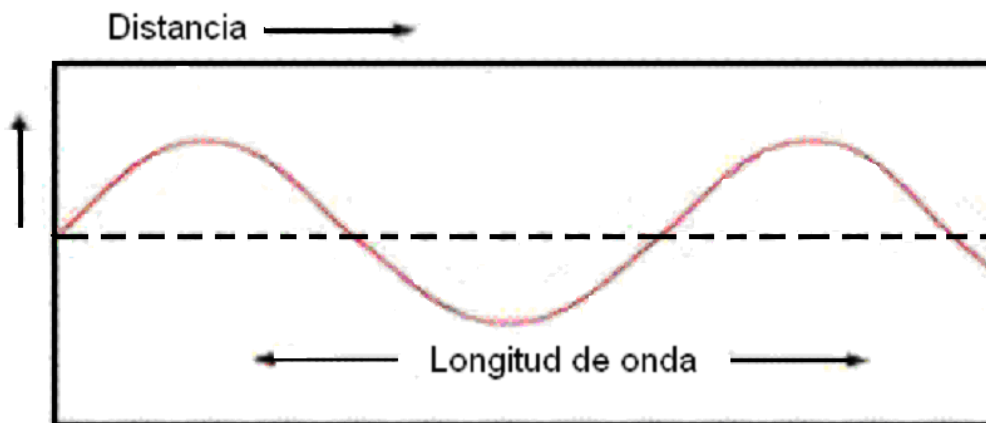
*La comprobación experimental de la existencia de las ondas de radio (como una forma de energía electromagnética) y de sus propiedades (similares a las luminosas) se realizó quince años más tarde como resultado de las investigaciones de Heinrich Hertz. En 1888 Hertz publicó los resultados de sus experimentos en el libro "Ondas electromagnéticas y su reflexión" donde confirmó plenamente los conceptos apuntados por Maxwell. El mérito de Hertz consistió en la verificación de una teoría científica. (Microsoft Encarta. Biblioteca de consulta 2003)*

*"Uno de los hallazgos más importantes de Maxwell se localiza en el concepto de campo, donde los campos magnético y eléctrico corresponden en su expresión matemática a la ecuación de onda, que lo mismo es aplicable para las ondas mecánicas que para las eléctricas y las magnéticas; de ahí fue inmediato determinar que las ondas de luz son tan solo un caso especial de electromagnetismo. De hecho Maxwell con este aserto, sintetiza el concepto de campo que Newton insinuaba en su ley de gravitación y que Faraday detectó en la electricidad y Magnetismo. Maxwell incorpora el fenómeno de la luz y ofrece una ley general de gran resonancia para el desarrollo de la ciencia física y de la tecnología que habría de venir después".<sup>9</sup>*

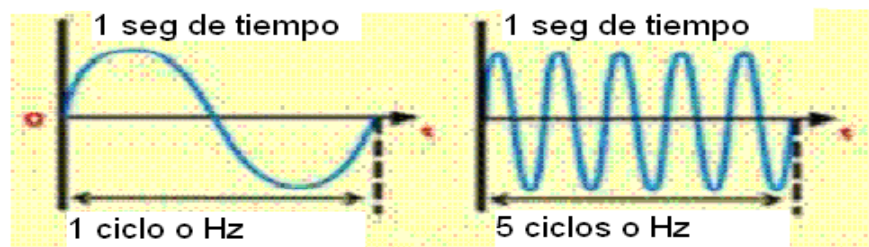
James C. Maxwell, físico escocés, con sus trabajos sobre electricidad y magnetismo, demuestra en 1864 que una perturbación que consistiera en un campo eléctrico y un campo magnético transversales podía propagarse a través del éter con la velocidad de la luz. Más tarde, en 1887, Heinrich R. Hertz produce ondas electromagnéticas mediante corriente oscilante y demuestra la exactitud de la teoría de Maxwell. La telegrafía sin hilos y la radio son derivaciones prácticas de la teoría de Maxwell y Hertz.

---

<sup>9</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit, p. 5



Representación de onda electromagnética de longitud  $\lambda$  (un ciclo), medida de cresta a cresta del campo eléctrico.

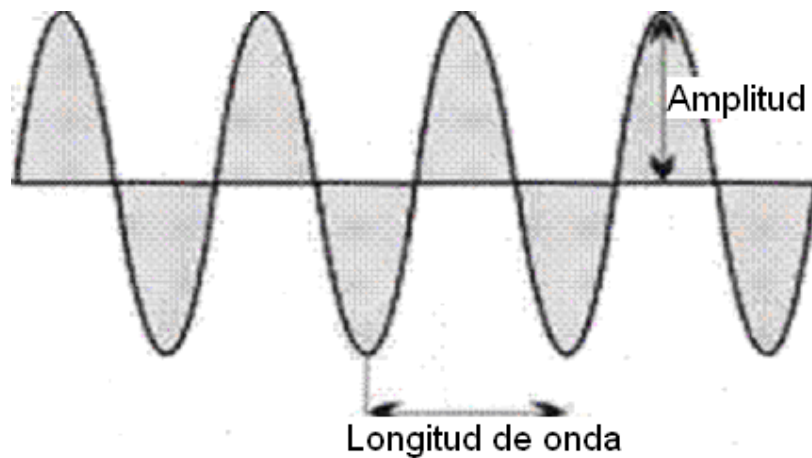


Onda electromagnética con una frecuencia de un ciclo o hertz por segundo mientras que en la tercera aparece la misma onda, pero ahora con cinco ciclos o hertz por segundo de frecuencia misma que constituye un fenómeno físico en el que se repite cíclicamente, un número determinado de veces, el ciclo completo o longitud de onda, durante un segundo de tiempo y puede abarcar desde uno hasta millones de ciclos o hertz (Hz) por segundo.

Para una mayor comprensión empezaremos por conocer lo que es una onda de radio u onda Hertziana.

Las ondas de radio o hertzianas se producen cuando una corriente alterna atraviesa un conductor (antena) generando un campo electromagnético alrededor de éste. La energía electromagnética se almacena alternativamente en el campo y en el conductor, pero si la corriente alterna continúa fluyendo llega un momento en que la energía ya no regresa al conductor sino que es radiada al espacio convirtiéndose en radiofrecuencia. Es –prácticamente- una fuga de energía.

### Onda electromagnética



La radiofrecuencia (energía electromagnética) está constituida por flujo constante de ondas electromagnéticas que se propagan en el espacio con características similares a las ondas luminosas y caloríficas. Una onda electromagnética se representa como ciclo senoidal, que puede ser medida como la distancia entre picos ( crestas ) del campo eléctrico o entre valles.

La obra de Marconi trasciende en el desarrollo de la radio, televisión y generación de ondas de distinta longitud que dan lugar a la aparición del radar, desarrollo de la comunicación vía satélite, fibra óptica y sus efectos correspondientes en el invento del bulbo, transistor, microcircuitos y chips –estos- no tendrían razón de existir si no hubiese sido excitada la necesidad de la investigación científica de las comunicaciones, en cuanto al invento y desarrollo del láser sigue también la esencia del invento marconiano, en tanto que se trata de una transmisión a través del espacio de ondas confinadas.

## Espectro radioeléctrico

Tipo de Onda	Rango de Frecuencias	Denominación	Longitud de Onda	Aplicaciones
VLF Frecuencias muy bajas	3-30 kHz	Onda muy larga	100-10 km Ondas megamétricas	Navegación aérea y marítima
LF Frecuencias bajas	30-300 kHz	Onda larga	10-1 km ondas kilométricas	Navegación, comunicaciones AM
MF Frecuencias medias	300-3.000 kHz	Onda corta	100-10 m ondas hectométricas	Radiodifusión AM, telefonía
HF Frecuencias altas	3-30 MHz	Onda corta	100-10 m ondas decamétricas	Radiodifusión FM, TV, Telefonía.
VHF Frecuencias muy altas	30-300 MHz	Onda ultra corta	10-1 m ondas métricas	TV, radar, radiodifusión, FM comercial
UHF Frecuencias ultraaltas	300-3.000	Onda ultra corta	1.000-100 mm ondas decimétricas	TV, comunicación por satélite, navegación, radar.
SHF Frecuencias superaltas	3-30 GHz	Microondas	100-10 mm ondas centimétricas	Comunicación por satélite, radar.
EHF Frecuencias extraaltas	30-300 GHz	Microondas	10-1 mm ondas milimétricas	Comunicación por satélite, radar.

### 1. 4 Historia de la radio en México

En este apartado se dan a conocer el desarrollo y los principales promotores de la radio en México.

*La solicitud de una patente en 1896 por Marconi abrió las puertas de las comunicaciones por radio. Si a Marconi se le considera el padre de la radio en un sentido industrial y práctico, James Clerk-Maxwell lo es en sentido teórico. Maxwell que en 1873 publicó su libro "Tratado de electricidad y Magnetismo" demostró teóricamente la existencia de la energía electromagnética basándose en demostraciones matemáticas y en la observación del comportamiento de la luz.<sup>10</sup>*

<sup>10</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit, p. 2.

El autor hace saber que el mundo del Siglo XXI tiene una enorme deuda con Marconi pues sus parámetros de inteligencia y versatilidad rebasan a los alcanzados por otros genios.

*En el año 2095, cuando se celebre el segundo centenario de la comunicación inalámbrica seguramente se entenderá mejor el genio de Marconi; se comprenderá con más profundidad su aportación a la humanidad.<sup>11</sup>*

La radio en México desde sus inicios demuestra ser uno de los principales vehículos para la difusión ideológica del sistema político del Estado. Los autores consultados establecen la relación mantenida por industriales de la radio con el gobierno cuya principal característica es la cordialidad en todos los períodos presidenciales a excepción con Lázaro Cárdenas donde las políticas siempre fueron alianza entre radiodifusores y Estado.

*Durante la Feria Nacional del Radio celebrada el 16 de junio de 1923 en el Palacio de Minería, se advirtió -de inmediato- que la palabra radio permeó diversos campos de la vida cultural y económica de la capital, prueba de ello fue que patrocinadores de la muestra, embotelladores de aguas minerales, fabricantes de aparatos de trasmisión y recepción, autos y cigarrillos la empleaban por igual.<sup>12</sup>*

Ejemplos son la Hora de la Radio Cerveza Don Quijote de las 20 a 21 horas de lunes a viernes por la XEW o los sorteos de la Lotería Nacional para la Beneficencia Pública.

*Aunque existen tantos y tan dispersos experimentos y transmisiones radiofónicas -que resulta difícil otorgar a alguien el título de "primer radiodifusor de México"- se cuenta con el registro de varios de los acontecimientos que contribuyeron a colocar las bases de una actividad que habría de devenir en un imprescindible medio de comunicación para la sociedad.<sup>13</sup>*

---

<sup>11</sup> **ANDA GUTIÉRREZ**, op. cit. p. 13.

<sup>12</sup> **ANDA GUTIÉRREZ**, op. cit. P. 15.

<sup>13</sup> **SÁNCHEZ DE ARMAS, Miguel Ángel**. (coord.) Apuntes para una historia de la radio mexicana.



Cuauhtémoc Anda Gutiérrez y Francisco Anda y Ramos reconocen en Constantino de Tárnava al pionero de la radiodifusión en México al instalar en la Ciudad de Monterrey en 1919 la primera estación experimental del país. Para el 7 de octubre de 1921 se consolida su esquema radiofónico al inaugurar la TND (Tárnava Notre Dame) aunque se atribuye la primera transmisión radiofónica -plenamente confirmada en la Ciudad de México- el 27 de septiembre de 1921 a Adolfo Gómez Fernández quien pone a funcionar con la ayuda de su hermano Pedro un transmisor de 20 watts de potencia con el patrocinio del empresario Pedro Barra Villela. Para sus experimentos instalan el equipo en la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México y transmiten un breve programa radiofónico integrado por 2 canciones. La estación se mantiene hasta enero de 1922 lapso en el que transmite en un horario de 20 a 21 horas.

*En una cabina construida en la planta baja del desaparecido teatro Ideal en la Ciudad de México. La estación propiedad de los hermanos Adolfo y Pedro Gómez, así como de Francisco Barra Villela.<sup>14</sup>*

En 1923 se inauguran las emisoras CYL denominadas “El Universal Ilustrado, La Casa del Radio” y la CYB, conocida con las siglas XEB de la compañía cigarrera El Buen Tono.

Radio Educación fue creada el 30 de noviembre de 1924 por iniciativa del entonces secretario de Educación Pública, José Vasconcelos, con el propósito de aprovechar el potencial de la radio en beneficio de las tareas educativas y culturales del país. La novel estación de radio inició transmisiones con la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles, bajo las siglas CYE Cultura y Educación.

Después de superar diversos tropiezos derivados de sucesos políticos y administrativos, la radiodifusora inició un nuevo ciclo en 1968. La estación, ahora adscrita a la Dirección General de Educación Audiovisual de la SEP, retomó sus transmisiones con un precario equipo técnico a través de los 1060 kilohertz de amplitud modulada bajo las siglas XEEP.

Emilio Azcárraga Vidaurreta visualizó la necesidad de contar con una radiodifusora que brindara emisiones de calidad.

---

<sup>14</sup> **ANDA GUTIÉRREZ**, op. cit. p. 17

*En la década de los 20 Don Emilio ya colaboraba con la firma grabadora de México Music Co, que con su capital y participación de la cadena radiofónica estadounidense National Broadcasting Company (NBC), fundó en 1930 la XEW que el 18 de septiembre de ese año inicia transmisiones: “La Voz de la América Latina desde México.”<sup>15</sup>*

Desde el inicio de sus transmisiones marca una nueva etapa en la industria por su programación, alcance y potencia. Fundada por Emilio Azcárraga Vidaurreta y considerada toda una tradición dentro de la radio del país al impulsar a la radiodifusión comercial a su consolidación durante el cuarto del siglo siguiente, representa para muchos la Época de Oro de la Radio en México.

En Berna, Suiza, se adoptan y distribuyen las siglas de llamada para todas las emisoras del mundo. A México le otorgan: CYA a CZZ. En 1924 los ingenieros Jorge Grajales y Francisco Javier Staboly instalan una emisora para la SEP concebida por José Vasconcelos, quien desde el inicio de su gestión ve en ella un apoyo importante para llevar adelante programas educativos que el país reclamaba. Dicha emisora llevó a los hogares de cientos de mexicanos los pormenores de la ceremonia de protesta como presidente de la República del general Plutarco Elías Calles.

El 26 de abril de 1926 se definen las bases legales sobre las que operarían los sistemas telegráfico, radiotelegráfico y telefónico del país, en esa fecha se expide la Ley de Comunicaciones Eléctricas, ordenamiento legal mediante el cual la nación mexicana amplía a los aires los alcances del artículo 27 constitucional, donde tiene dominio imprescriptible e inalienable.

El 1° de enero de 1931 sale al aire XEFO, radiodifusora del Partido Nacional Revolucionario –y según Fernando Curiel en su ensayo La radio estatal (y lo que se espera de ella)- obvia respuesta a la W. Para enero de 1937 se expide el reglamento para las estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y aficionados.

En 1941 Radio Programas de México surge como una nueva estructura radiofónica al unirse al primer grupo de estaciones de radio con fines comerciales, fundada por Emilio Azcárraga y Clemente Serna Martínez. A fines de ésta década

---

<sup>15</sup> **ANDA GUTIÉRREZ**, op. cit. p. 21

gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión en México comienza a experimentarse con la Frecuencia Modulada (FM).

En 1942 nace el Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales, de Experimentación Científica y de Aficionados (Diario Oficial, 20 de mayo de 1942),

En 1949 Federico Obregón Cruces inicia pruebas en FM, en 1952 instala la primera estación de éste tipo, la XHFM-FM, misma que permanece hasta el año de 1957.

El 5 de enero de 1953 se expide el reglamento de los Certificados de Aptitud para el manejo de las estaciones radioeléctricas, el 25 de enero se publica una reforma al Reglamento de las Estaciones, ésta faculta al Estado para realizar el debido control, vigilancia, interventoría, monitoreo, etcétera de las radiodifusoras al aire.

En 1958 los círculos oficiales plantean la necesidad de una ley sobre radiodifusión por lo que en 1960 ya negociada por los abogados de la CIRT aparece la Ley Federal de Radio y Televisión que reconoce al Estado su papel como depositario del espacio electromagnético.

De 1960 a 1970 la radio se transforma al desaparecer los programas con música en vivo y ser sustituidos por grabaciones, inicia una etapa distinta con el Formato de Radio Hablada. Se funda XERED y *Monitor* inicia sus emisiones.

Posteriormente entre 1973 y 1980 con la muerte de Sarnoff en 1971 la FM en México es sinónimo de música en alta fidelidad, AM entra en crisis, por lo que FM incrementa su audiencia.

Los avances tecnológicos como los satélites Morelos permiten realizar más y mejores transmisiones. Con ellos se inicia una nueva etapa no exenta de diversos problemas como desconocimiento de su uso para radio, derechos de Satélite para TV que se pretenden aplicar inequitativamente para radio, cambio tecnológico, programático y comercial, nuevos servicios y capacitación técnica.

En 1980 se aplican los procesadores de audio XAMPLER, facilidades de producción, voz, música y ruidos, disco compacto PHILIPS, alta calidad sin ruido de fondo.

Para 1988 aparece el DAT (Digital Audio Tape) de Sony con facilidad en producción, calidad digital, ediciones electrónicas, de uso primordial en ABC Radio hasta 2005. Ante el avance de la FM, se busca mejorar el sonido de la AM con el SISTEMA NRSC de alta fidelidad.

En 1991 la FCC aprueba el sistema C-QUAM para AM estéreo, un año después el DCC (Digital Compact Cassette) de Philips surge como un sistema de grabación digital compatible para uso doméstico, El uso de la computadora en el manejo de los comerciales significa mayor eficiencia, control y menos errores.

Para 1995 todas las emisoras de AM del país están obligadas a transmitir con el sistema NRSC a partir del 1 de enero de 1996, el concepto de radio digital IN BAND-ON CHANNEL, tiene serios problemas. La FCC propone emplear la banca "S" alrededor de los 2300 MHz y el empleo de satélites para el DAB, para éste año ya existían 840 emisoras usando satélite.<sup>16</sup>

El autor invita a reflexionar sobre el significado del acontecimiento que *"sin duda y sin temor a exagerar" modificó vida, usos y costumbres de la sociedad mexicana*<sup>17</sup>, pues surgen y tienen gran popularidad compositores, músicos, artistas, interpretes, locutores, cómicos, cronistas deportivos, entre otros, que revolucionaron y desarrollaron cultura social.

---

<sup>16</sup> **ANDA Y RAMOS, Francisco de.** *La radio el despertar del gigante*, Editorial Trillas, Segunda edición, México 2003, p. 70.

<sup>17</sup> **ANDA GUTIÉRREZ**, op. cit. p. 21

## 1.5 Historia de ABC Radio



México Radio o ABC Radio, inicia sus operaciones el 27 de enero de 1964, al obtener la concesión de la emisora XEABC. Los estudios originales se encontraban en las instalaciones de la planta de transmisiones ubicada en San Sebastián Chimalpa, municipio de Los Reyes La Paz, Estado de México.

ABC Radio transmite desde 1963 en la Ciudad de México a través del 760 de AM, actualmente transmite con una potencia de 70 mil watts que proporciona amplia cobertura en el Centro de la República Mexicana.

La primera transmisión de ABC Radio se efectúa el 8 de agosto de 1964, desde 1965 hasta la fecha durante las 24 horas del día, además de la capital contaba con cobertura en el Estado de México, Hidalgo, parte de Veracruz y Guerrero, el primer entrevistado fue el cantante italiano Vianello, quien triunfaba en ese entonces con su éxito Guarda Come Dondolo.

En noviembre de 1964 se realiza el primer control remoto. Fue una corrida de toros desde el Toreo de la Aurora en Ciudad Nezahualcóyotl.

En 1968 los estudios de Los Reyes La Paz, Estado de México, se trasladan a Avenida Cuauhtémoc 35 en el quinto piso, para febrero de 1982 se mudan a la calle de Eugenia 1462, colonia Narvarte y el 31 de enero de 1994 llevan los estudios y oficinas a la calle de Gómez Farias 51 colonia San Rafael, <sup>18</sup> finalmente el 12 de marzo de 2005 inicia transmisiones formales en la Calle de Basilio Badillo numero 29 en la colonia Tabacalera -atrás de la Torre del Caballito- con el nombre de Estudios Tepeyac, inaugurando un nuevo ciclo el noticiario “Así lo dice La Mont” de 6 a 9 de la mañana.

## 1.6 Importancia en el México contemporáneo

La radio ha cambiado de acuerdo con las circunstancias, al igual que la sociedad y sus instituciones. Es así como se resume esquemáticamente su evolución:

1920-1930 Pioneros  
1930-1950 Época de Oro de la Radio  
1950-1970 Radio Rocola  
1970 Nuevos caminos  
2012 Radio digital

Evolución que –de acuerdo con Francisco de Anda Ramos- depende de diversos factores como los financieros, económicos, técnicos y condiciones sociales favorables.

La situación de México -antes del desarrollo de la radio- se percibe disperso, confuso, inclusive, sin clara definición de nacionalidad ni sociedad. Es aquí donde la radio realiza una tarea titánica -que a menos de 100 años de presentarse los primeros intentos por su desarrollo con Constantino de Tarnava y después con Emilio Azcárraga Vidaurreta- donde México se divide en un antes y un después en su evolución económica, política y social.

*Muy importante para el desarrollo de la radio en nuestro país fue 1923. en ese año se inauguran, entre otras, las emisoras CYL denominadas “El Universal Ilustrado, La Casa del Radio” propiedad de los señores Raúl Azcárraga y Félix F. Palavicini y la CYB –hoy conocida con las siglas XEB- de la compañía cigarrera El Buen Tono.<sup>19</sup>*

En sus inicios la radio sólo fue experimento para establecer comunicación a larga distancia, posteriormente evoluciona con la colaboración de todos los sectores: intelectuales, estudiantes, amas de casa, obreros, científicos, artistas, periodistas, etcétera; avanza gracias a la nueva tecnología que le permite llegar a más personas.

*El 18 de septiembre de 1930 inicia transmisiones la XEW, emisora que marca a la vez el final de un periodo y el inicio de una nueva etapa en la*

---

<sup>18</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit. p. 222

<sup>19</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit. p. 17

*historia de la radiodifusión mexicana. La W es la primera estación que desarrolla estrategias de publicidad para incidir en las costumbres y pautas de consumo cotidiano de la población, la primera que entiende que para tener éxito económico la radio debe convertirse en un referente cotidiano para las personas, es decir que información, entretenimiento y compañía serán buscados por la gente en la radio.*<sup>20</sup>

El 1 de enero de 1937 inicia sus operaciones el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP), organismo que tiene a su cargo el diseño y ejecución de la política de comunicación social del gobierno mexicano. En éste año instala 2 radiodifusoras: la XEDP en AM y la XEXA de onda corta, dos años después por disposición presidencial el DAPP desaparecería.

El Diario Oficial de la Federación publica el 19 de enero de 1960 la Ley Federal de Radio y Televisión y el 4 de abril de 1973 el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión precisa las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como encargada de vigilar que los contenidos de las transmisiones se ajusten a lo estipulado por la legislación.

En el sexenio que corre de 1988 a 1994 se impulsan nuevas tecnologías en radio y televisión. El gobierno emite diversas disposiciones jurídicas para facilitar el acceso de las empresas mexicanas a los más recientes avances tecnológicos en ésta materia

Amplitud y Frecuencia Modulada crecen gracias a cantidad y variedad de emisoras, la introducción del CD que desplaza a acetatos, transmisión vía satélite, radio en Internet, políticas gubernamentales y acciones de los concesionarios son otros elementos que intervienen sustancialmente en la transformación de la radio en México.

*Un principio consustancial a la democracia es la libertad de expresión, que presenta diversas modalidades e interpretaciones desde diferentes gobiernos, pasando de controles y acciones autoritarias hasta estados de equilibrio en que por la vía de la autorregulación los medios la han encausado.*<sup>21</sup>

---

<sup>20</sup> **SÁNCHEZ DE ARMAS Miguel Ángel (coord..)** Apuntes para una historia de la radio mexicana.

<sup>21</sup> **ANDA GUTIÉRREZ,** op. cit. p 191

El estudio que abordará éste trabajo se centra en la orientación de la radio hacia el servicio de los intereses comunitarios, cabe recordar que a la par del crecimiento en número de las emisoras igualmente se suman contenidos como noticias, música, publicidad y educación, es en éste punto donde se diversifican radiodifusoras al tener mayor campo de acción y al contar con una audiencia demandante de mayor variedad en emisiones.

### 1.7 Espectro legal

El espectro radioeléctrico, medios masivos y telecomunicaciones están regulados por la Constitución, que aunque no se refiere específicamente al espectro radioeléctrico las leyes secundarias lo tipifican como de dominio directo de la nación y como parte de las vías generales de comunicación.

El espectro radioeléctrico es un recurso natural de carácter limitado que constituye un bien de dominio público sobre el cuál el Estado ejerce su soberanía. En la Constitución de la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) su artículo 44 establece que los estados miembros deben tener en cuenta que frecuencias y órbitas asociadas, incluidos satélites geoestacionarios, son recursos naturales limitados que deben utilizarse de forma racional, eficaz y económica.

De igual manera el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones establece que el espectro radioeléctrico es *“el espacio que permite la propagación sin guía artificial de ondas electromagnéticas cuyas bandas de frecuencias se fijan convencionalmente por debajo de los 3,000 gigahertz”*.<sup>22</sup>

La Constitución Política en su artículo 27 y en las leyes secundarias, establece que el espectro radioeléctrico es propiedad de la nación y su uso y aprovechamiento se efectúa mediante su segmentación en bandas de frecuencias a través de concesiones y permisos.

Esto es: la ley establece que radio y televisión constituyen una actividad de interés público por lo que el Estado debe protegerla para el debido cumplimiento de su función social. Sin espectro radioeléctrico no hay señales ni mensajes, en una palabra:

---

<sup>22</sup> **Ley Federal de Telecomunicaciones**, en Agenda de la Comunicación 2011, Capitulo I, Pág. 1.



comunicación masiva que permita difundir ideas que ejerzan el derecho a la libertad de expresión e información.

### 1.8 Amplitud Modulada y Frecuencia Modulada

Las ondas de radio suelen clasificarse en función del valor de su frecuencia y el conjunto de todas ellas recibe el nombre de espectro radioeléctrico que a su vez se divide en bandas de frecuencia, las transmisiones AM se realizan en las bandas de frecuencia más baja.

Las emisoras de radio en AM emiten en la banda 530-1.600 kHz (onda media), y las emisoras FM lo hacen en la banda 88-108 MHz (onda muy corta). Según sea la frecuencia las ondas de radio tendrán una u otra utilidad (navegación, emisión en AM y FM, televisión, comunicación por satélite y radar como se muestra en la siguiente tabla.

#### Estaciones Amplitud Modulada

Frecuencia KHz	Estación	Nombre	Ubicación del Transmisor	Potencia kW	Grupo Radiofónico ó Dependencia
540	XEWF-AM	La Poderosa del Oriente	Tlalmanalco, Méx.	20d / 2.5n	Radorama Valle de México
560	XEOC-AM	La Mejor AM	Colonia Juárez, DF.	5.0d / 0.5n	Grupo Radio digital/MVS Radio
590	XEPH-AM	Sabrosita 590	Iztacalco DF.	25d / 10n	NRM Comunicaciones
620	XENK-AM	Radio 620	San Andrés de la Cañada, Estado de México.	50d / 5n	Sistema RASA Comunicaciones.
660	XEDTL-AM	Radio Ciudadana	San Lorenzo Tezonco, DF.	50d / 1n	Instituto Mexicano de la Radio.
690	XEN-AM	La 69	Barrio San Miguel, D. F	100d / 5n	Grupo Radio Centro.
710	XEMP-AM	Interferencia 7 Diez	Los Picos de Iztacalco DF.	10d / 1n	Instituto Mexicano de la Radio.
730	XEX-AM	Estadio W	Tulyehualco DF.	100d / 100n	Televisa Radio/Grupo Latino de Radio
760	XEABC-AM	ABC Radio	San Sebastián Chimalpa, Estado de México.	70d / 10n	Organización Editorial Mexicana.

790	XERC-AM	Formato 21	Granjas México, D.F.	50d/1n	Grupo Radio Centro
830	Xeite-am	Radio Capital	La Magdalena Atlazolpa, D.F.	25d/5n	Grupo Radiodifusoras Capital
860	XEUN-AM	Radio UNAM	Ticomán, D.F.	45d/10n	Universidad Nacional Autónoma de México
900	XEW-AM	W Radio	Ex-Hacienda Coapa, D.F.	250d/250n	Televisa Radio/ Grupo Latino de Radio
940	XEQ-AM	La Q	Tulyehualco, D.F.	50d/50n	Televisa Radio Grupo Latino de Radio
970	XERFR-AM	Radio Fórmula Cadena Nacional	Aculco, D.F.	50d/4n	Grupo Fórmula
1000	XEOY-AM	Radio Mil	Iztacalco, D.F.	50d/20n	NRM Comunicaciones
1030	XEQR-AM	Radio Centro	Granjas México D.F.	50d/5n	Grupo Radio Centro
1060	XEEP-AM	Radio Educación	Ejército de Oriente, D.F.	100d/20n	Secretaría de Educación Pública
1110	XERED-AM	Radio Red AM	Tlalnepantla de Baz, Estado de México.	100d/50n	Grupo Radio Centro
1150	XEJP-AM	El Fonógrafo	La Pradera, D.F.	50d/10n	Grupo Radio Centro
1180	XEFR-AM	Radio Felicidad	Isidro Fabela, D.F.	10d/5n	Grupo ACIR
1220	XEB-AM	La B Grande de México	San Lorenzo Tezonco, D.F.	100d/100n	Instituto Mexicano de la Radio
1260	XEL-AM	La 1260	Los Reyes Acaquilpan, Estado de México	35d/5n	Grupo ACIR
1290	XEDA-AM	Radio Trece	La Magdalena Atlazolpa	25d/1n	Radio S.A.
1320	XENET-AM	Radio Monitor	La Pradera, D.F.	20d/20n	Grupo Monitor
1350	XEQK-AM	Tropicalísima 13 50	San Lorenzo Tezonco, D.F.	5d/1n	Instituto Mexicano de la Radio
1380	XECO-AM	Romántica	Barrio Zapotla, Iztacalco, D.F.	50d/5n	Radorama Valle de México
1410	XEBS-AM	La Más Perrona	Iztacalco, D.F.	25d/10n	NRM Comunicaciones
1440	XEEST-AM	Cambio 1440	Granjas México, D.F.	25d/1n	Grupo Siete Comunicación
1470	XEAI-AM	Radio Fórmula 1470	Granjas Esmeralda, D.F.	50d/5n	Grupo Fórmula
1500	XEDF-AM	Radio Fórmula Cadena Radio Uno	Aculco, D.F.	50d/5n	Grupo Fórmula

1530	XEUR-AM	La Jefa / Voz de Paz	Barrio Zapotla, Iztacalco, D.F.	50d/1n	Grupo Siete Comunicación
1560	XEINFO-AM		Tlalnepantla de Baz, Estado de México.	50d/10n	Eduardo Henkel
1590	XEVOZ-AM	Radio Fiesta 1590	Los Reyes Acaquilpan, Estado de México	20d/10n	Radorama Valle de México

<sup>23</sup> <http://www.mexicoradiotv.com/> Fred Cantu's mexicoradiotv.com Mexico DF. Lista Estaciones de Radio. Viernes 5 de marzo de 2010. 21 horas 20 minutos.

---

<sup>23</sup> <http://www.mexicoradiotv.com/> Fred Cantu's mexicoradiotv.com Mexico DF. Lista Estaciones de Radio. Viernes 5 de marzo de 2010. 21 horas 20 minutos.

## CAPÍTULO II PRESENCIA ABC RADIO EN FRECUENCIA DE AM ANTE LA PREFERENCIA POR FM

Este punto aborda presencia y evolución de ABC Radio en la radio mexicana.



### 2.1 Quién es ABC Radio

ABC Radio es la cadena radiofónica con 24 estaciones de enlace nacional y alto grado de información noticiosa, política, deportiva, de investigación, salud, reportajes y entretenimiento que ofrece un análisis en su contenido con barras especializadas integradas por comentaristas, periodistas y conductores de alcance y reconocimiento nacional y local, respaldados por la agencia de noticias Informex de Organización Editorial Mexicana.

Las estaciones de ABC Radio combinan la programación de su ciudad con enlaces nacionales seleccionados según el gusto local.

ABC Radio cuenta con el respaldo de Organización Editorial Mexicana (OEM), la empresa periodística más grande e importante de América Latina, que publica más de setenta diarios en toda la República Mexicana.

ABC Radio está integrada a Estudios Tepeyac, compuesto por las firmas de comunicación de OEM:

**Espectaculares Televisivos ETV** ([www.etv.com.mx](http://www.etv.com.mx)) que ofrece la única televisión de alta definición en exteriores.

**ABC Radio** de México para el mundo a través de [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx)<sup>24</sup> que ofrece al cibernauta información de los diversos programas que trasmite tanto en radio como en la web, perfil de sus periodistas, objetivos de Organización Editorial Mexicana y ABC Radio e interactúa con seguidores a través de las redes sociales.

<b>Directorio</b>	
<b>Cargo</b>	<b>Nombre</b>
Presidente y Director General del Consejo de Organización Editorial Mexicana	Mario Vázquez Raña
Director Nacional	Mario Vázquez Ramos
Director General	Luis Felipe Adame
Gerente Administrativo	José Antonio Martínez Ramírez
Gerente de Comercialización	Rita Núñez
Jefa de Información	Yolanda Mercado Ángel
Productor General	Milton Carlos Partida Mendoza
Coordinador Técnico	Felipe Alanís García
Continuidad	Lilia González Sánchez
Coordinador de ABC Radio en Internet	José Alberto López Sustaita

## 2.2 Esencia ABC

- I. **La potencia.** En un principio se operaba con 5,000 watts. El 16 de octubre de 1978 cambió a 20,000 y el 6 de diciembre de 1993 se obtuvo la autorización para aumentar a 50,000. Desde 1999 ABC Radio transmite con 70,000 watts de potencia.
  
- II. **Los cambios de identificación.** La estación se identificó al aire a través del tiempo, con los “slogans”: Los Reyes de la Popularidad, Una Estación Potente, Radio ABC Internacional, La Estación de la Palabra, ABC Radio de lo Común hacemos algo Diferente y desde la puesta en marcha de Estudios Tepeyac: **“ABC Radio , Comunicación con Sentido”**.

<sup>24</sup> [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx), lunes 5 de abril de 2010.

- III. **Los noticiarios:** Desde el inicio de la radiodifusora se toma en cuenta la importancia de los noticiarios como fuente de información y servicio a los radioescuchas al pasar a formar parte de Organización Editorial Mexicana (OEM) se consolidan con el apoyo de corresponsales nacionales y extranjeros con más de 70 periódicos del grupo. El actual contexto de la emisora presta especial atención a los acontecimientos que se desarrollan en el plano internacional, para enfocarlos de una manera práctica y positiva hacia el entorno nacional.
- IV. **Las Emisiones del recuerdo:** También tuvieron cabida en la programación La Hora Francesa, La Hora Italiana, La Hora Alemana, La Hora Española y La Hora Judía, que cumplieron con el cometido de difundir música, noticias y culturas de esos países, así como acercar a dichas colonias radicadas en México a sus respectivas raíces.
- V. **La Estructura:** Don Mario Vázquez Raña es el Presidente y Director General del Consejo de OEM, grupo al que pertenece ABC Radio. OEM cuenta con 60 periódicos en toda la República Mexicana, un canal de televisión en Durango (Canal 12) y ABC Radio que es la voz de la Organización.<sup>25</sup>



<sup>26</sup> Fachada ABC Radio en la Calle de Gómez Farías No. 50, Colonia San Rafael hasta marzo de 2005.

<sup>25</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit. p. 222  
<sup>25</sup> Agenda 2003, OEM.

## 2.3 El ABC de ABC

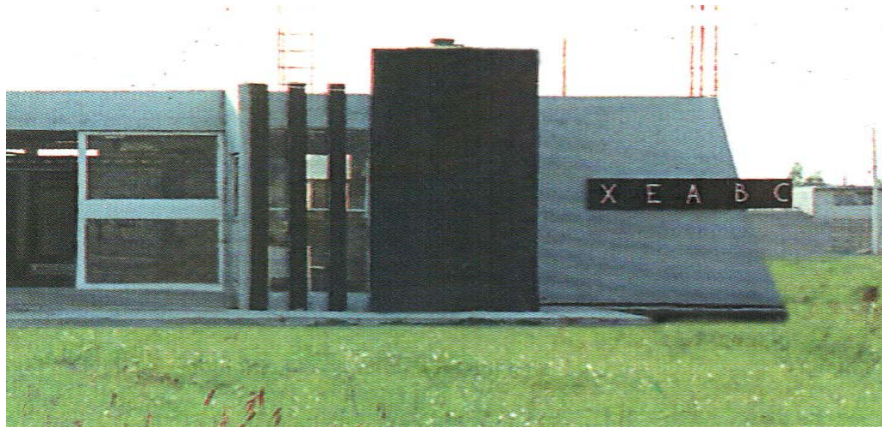
### Cobertura

Estaciones que forman parte de ABC Radio en toda la República Mexicana

<b>SIGLAS</b>	<b>FRECUENCIA</b>	<b>LUGAR</b>
XE ABC	760 AM	Distrito Federal
XE KG	820 AM	Córdoba, Ver.
XE ACZ	960 AM	San Luis Potosí, S.L.P.
XE ABCJ	1440 AM	Guadalajara, Jal.
XH TAC	91.5 FM	Tapachula, Chis.
XE TOT	1190 AM	Tampico, Tamps.
XE ABCA	820 AM	Mexicali, B.C.
XE AV	580 AM	Guadalajara, Jal.
XE EG	1280 AM	Puebla, Pue.
XE VC	700 AM	Córdoba, Ver.
XE MM	940 AM	Mexicali, B.C.
XE NX	1290 AM	Mazatlán, Sin.
XE KV	740 AM	Villahermosa, Tab.
XE VOX	970 AM	Mazatlán, Sin.
XH KV	88.5 FM	Villahermosa, Tab.
XE FRT	890 AM	Comitán, Chis.
XE ZUM	1050 AM	Chilpancingo, Gro.
XH CTS	95.7 FM	Comitán, Chis.
XE XC	960 AM	Taxco, Gro.
XH IGA	93.9 FM	Iguala, Gro.
XH TAC	91.5 FM	Tapachula, Chis.
XE QG	670 AM	Querétaro, Qro.
XE TXO	92.9 FM	Taxco, Gro.
XE JH	1460 AM	Xalapa, Ver.

27

<sup>27</sup> <http://www.oem.com.mx/abcradio/cobertura.asp> 1 de abril de 2010, 20 horas.



<sup>28</sup>ABC Radio en San Luis Potosí

### Programación Lunes A Viernes

Programa	Horario de Transmisión	Conductor
Universo consciente	0:00 a 1:00 horas	Martín Aparicio
Voces del periodista	2:00 a 3:00 horas	Celeste Sáenz de Miera
Tiempo compartido	3:00 a 4:00 horas	Gerardo Daniel
Ya salió El Sol	5:00 a 7:00 horas	Armando Díaz, Ivonne de la Cruz y Beatriz Pérez Dávila
En la noticia	7:00 a 9:00 horas	Carlos Ramos Padilla
En Análisis	9:00 a 10:00 horas	Eduardo Andrade Sanchez
Aquí entre nos	10:00 a 11:00 horas	Jorge Saldaña, Beatriz Pérez Dávila y Laura Pérez Cervantes
El ABC de la magia	11:00 a 12:00 horas	Karen Lara
Así lo dice La Mont	12:00 a 14:00 horas	Federico La Mont
En la Noticia	14:00 a 15:00 horas	Miguel Ángel López Farías
ABC Noticias	15:00 a 16:00 horas	Miguel Bárcena
Todos a la grilla	16:00 a 17:00 horas	Héctor Lechuga, Mauricio

<sup>28</sup> Agenda 2003, OEM.



		Hernández y Armando Díaz
Voces del periodista	17:00 a 18:00 horas	Celeste Sáenz de Miera
En la mira	18:00 a 19:00 horas	Miguel Ángel López Farías
Conoce tus derechos	19:00 a 20:00 horas	Vianey Rodríguez García
Renace	21:00 a 22:00 horas	Gerardo Medina
Selva, medicina y sus secretos	22:00 a 23:00 horas	Florentino Mandú
Club del Éxito Internacional	23:00 a 24:00 horas	Arcángel

### Programación sabatina

Programa	Horario de Transmisión	Conductor
Universo consciente	1:00 a 2:00 horas	Martín Aparicio
Tiempo compartido	2:00 a 3:00 horas	Gerardo Daniel
Ya salió El Sol	5:00 a 7:00 horas	Ivonne de la Cruz y Sergio Gutiérrez
Frecuencia laboral	7:00 a 8:00 horas	Lourdes Martínez
A la vanguardia	8:00 a 9:00 horas	Gabriela López González
Renace	9:00 a 10:00 horas	Gerardo Medina
Andadura radio	10:00 a 11:00 horas	María de Lourdes Piñasoria
Voces de mediodía	11:00 a 13:00 horas	Eduardo Ramos Fuster
Por la Plaza de las Estrellas	14:00 a 15:00 horas	Paola Funtanet y Eduardo Narvaez
Perspectiva	15:00 a 16:00 horas	José Antonio López Sosa y Roberto Martínez Castillo
Voces del periodista	16:00 a 17:00 horas	Celeste Sáenz de Miera
Entre voces	17:00 a 19:00 horas	Ivonne de la Cruz
La moviola	17:00 a 19:00 horas	Gerardo Gil Ballesteros

Punto de referencia	19:00 a 20:00 horas	Daniel Aceves
Fronteras del conocimiento	20:00 a 21:00 horas	Rodolfo Garrido
¿Quién los quiere a ellos?	21:00 a 22:00 horas	Carlos Eduardo Rico
Memocurrencias	22:00 a 23:00 horas	Memo Ríos
Música	23:00 a 24:00 horas	_____

### Programación dominical

Programa	Horario	Conductor
La ciencia y la cultura	2:00 a 3:00 horas	Héctor Cruz
Madrugando 760	3:00 a 4:00 horas	Araceli Alcántara y Hugo Barrera
Ya salió El Sol	5:00 a 7:00 horas	Beatriz Pérez Dávila y Roberto Hernández
Santa María de Guadalupe	7:00 a 8:00 horas	Eduardo Lozano y Salvador Martínez
Gracias a la vida	8:00 a 9:00 horas	Irma del Carmen Menéndez Díaz
Renace	9:00 a 10:00 horas	Gerardo Medina
Aquí entre nos	10:00 a 11:00 horas	Jorge Saldaña y Beatriz Pérez Dávila
Personajes al desnudo	11:00 a 13:00 horas	Víctor González
Te la pongo fácil	13:00 a 14:00 horas	Gloria Zabalgoitia
Famosos a la carta	14:00 a 15:00 horas	Cinthya Sánchez
Alta velocidad	15:00 a 16:00 horas	Rodolfo Sánchez Noya
Voces del periodista	19:00 a 20:00 horas	Celeste Sáenz de Miera
Touch down	20:00 a 21:00 horas	Aarón Soriano y Juan C. Garduño
El ABC de los toros	21:00 a 22:00 horas	Carlos Flores
La hora nacional	22:00 a 23:00 horas	
Una noche de amor	23:00 a 1:00 horas	Aída Luna y Raúl Neri

## 2.4 ABC Radio vs. Televisión

La velocidad de implantación de la televisión en los Estados Unidos, Inglaterra y Japón permitió creer durante algún tiempo en el declive de la radio, la cual vio decrecer su audiencia en un primer momento. Sin embargo la aparición de la televisión fue más bien un desafío que obligó a la radio a modificar sus hábitos y su estilo aprovechando el progreso técnico.

*Mientras que la televisión se desarrollaba en las sociedades industrializadas y en otros países donde reproducía sobre todo los modelos culturales occidentales, la radio se implantaba ampliamente en el Tercer Mundo donde se convierte en el principal medio de información, entretenimiento y cultura.<sup>29</sup>*

Es por ello que la radio busca ofrecer nuevas opciones a sus radioescuchas. Opciones que le permitan educarse, formarse, informarse, entretenerse y acompañarse ante el apabullante paso de la televisión que –hay que aceptarlo- en mucho supera a la radio, al contar con un arma indispensable para ganar la competencia: la imagen.

La radio no ignoró esta “aparente” desventaja por lo cual buscó entre la población diversos gustos e intereses que mantuvieran a la radio viva, y encontró –a través de las encuestas- el principal: tomar en cuenta a quienes le dan vida, no solamente directores, titulares de programa, productores, musicalizadores, creativos y locutores sino escuchar y hacer resonar la voz de los que están del otro lado del aparato radiorreceptor.

En el caso de ABC Radio –y en un país del Tercer Mundo sí en vías de desarrollo- lo anterior se cumple pues se preocupa por incluir en su programación cotidiana temas variados que motiven al radioescucha a no cambiar de estación al encontrar en el cuadrante del 760 de AM diferentes opciones que le ofrezcan instrumentos que puede implementar en su vida cotidiana, que a continuación se enumeran.

---

<sup>29</sup> ALBERT Pierre; et al. Historia de la radio y televisión. FCE. 2001, p. 136.

## 2.5 Puntos fuertes

La facilidad que otorga la radio para transmitir la noticia en el momento mismo en que se origina representa una responsabilidad y compromiso, pero a la vez una enorme satisfacción ser parte de ese importante medio informativo.

ABC Radio transmite, primordialmente, radio hablada y su programación se compone de cinco tipos de programas.

**Atención social:** Programas que atienden inquietudes particulares de amplios sectores sociales.

**Deportes:** A lo largo de toda la semana la programación de ABC Radio proporciona una de las coberturas deportivas más amplias tanto nacional como internacional.

**Entretenimiento:** Programas variados que comprenden géneros musicales del romántico al rock, temas de interés general, entrevistas, espectáculos, etcétera.

**Espiritualidad y nueva era:** Programas que tienen como tema principal la reflexión espiritual y prácticas que ayudan a su desarrollo. En ABC Radio el panorama es tan amplio en este aspecto como lo son las vías de enriquecimiento espiritual.

**Noticias y reportajes:** Con experiencia y solidez ABC Radio mantiene informado a su auditorio del acontecer diario, brindando no solo información oportuna, sino también análisis profundo y certero.<sup>30</sup>

La radio continúa su camino como el medio más afianzado tanto de sociedades desarrolladas como subdesarrolladas, el de mayor penetración mundial. Es un medio de bajo costo en la red técnica, producción, difusión y, sobre todo, continúa siendo el medio gratuito para llegar a todos.

Tan es así que está al alcance de cualquier ciudadano que desee pasar un buen rato en su compañía, lo mismo el ama de casa, campesinos del Barrio de San Lorenzo en San Vicente Chimalhuacán en el Estado de México como en las unidades de transporte Ruta 2 –o microbuses- que corren de metro Boulevard Aeropuerto hasta

---

<sup>30</sup> ANDA GUTIÉRREZ, op. cit. p. 222.

el poniente de la capital o bien salida de metro Moctezuma, lo anterior constatado en visitas realizadas en momentos indistintos.

No se requieren conexiones, ni equipos de alto costo, los receptores de pilas son asequibles a todos los públicos. Su punto fuerte está en el acompañamiento del hombre itinerante en automóvil o ciudadano a pie con un equipo de bolsillo que con unos sencillos auriculares puede seguirse en cualquier situación.

Es por ello que se asegura la población radioescucha para ABC Radio, los medios para sintonizarlo son cada vez más accesibles: radio en casa, teléfonos celulares e internet.

## **2.6 ABC Radio en la era de Internet**

*“Internet modifica todas las concepciones tradicionales. Es una plataforma para las comunicaciones, medios y servicios”*<sup>31</sup> y ABC Radio, aunque pareciera una radiodifusora pequeña en éste sentido no se queda rezagada.

[www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx) , es la dirección con la que se encuentra ubicada en el ciberespacio, igualmente desde la página de OEM se puede hacer contacto: [www.oem.com.mx](http://www.oem.com.mx) que ofrecen –además de la transmisión en vivo- programación por días y horas, las fotografías de sus periodistas más destacados, perfiles profesionales, información general de la radiodifusora y convocatorias para mover la conciencia de sus radioescuchas tanto para hacerlos partícipes como para integrar a sus familias y amigos o vecinos más cercanos a la activa participación social en diferentes temas.

*Internet impone nuevos hábitos de consumo que ahora comienzan a diferenciarse de los que conocemos para la radio. En primer lugar se detecta una multiplicación de canales que tratan de responder a la demanda de una mayor audiencia con variedad de intereses frente a la definición más acentuada de los oyentes de radio.*<sup>32</sup>

En éste sentido ABC Radio responde a las demandas tanto de sus radioescuchas cautivos e invita a nuevos usuarios –quienes navegan diariamente

---

<sup>31</sup> CEBRIÁN HERREROS, op. cit. p. 21

<sup>32</sup> RODERO ANTÓN, Emma. Producción radiofónica. p. 125

en el ciberespacio- a no despegarse de la frecuencia del 760 ahora en [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx).

Conscientes del alto contenido de competencia ABC Radio innova en sus contenidos y el acceso a ellos crea una página amigable de sencilla lectura que resalta la importancia de la radiodifusora, sus innovaciones tecnológicas y la apertura para que pequeños, medianos y grandes empresarios se anuncien a través de este medio.

El usuario de internet se diferencia del de la radio en que emplea la red en momentos concretos a la búsqueda de una información determinada lograda mediante un acceso rápido y directo.

*“Una de las diferencias más importantes entre Internet y la radio la descubrimos en la forma de difusión. La radio se encuentra sujeta a una limitación técnica que la restringe a una determinada zona de cobertura. Por muy amplia que ésta sea siempre será más reducida que la difusión por Internet”.*<sup>33</sup>

Necesidades informativas y de entretenimiento de los usuarios de Internet imponen mayor variedad en los temas abordados, es aquí donde la red se convierte en una fuente documental en la que muchos usuarios satisfacen sus necesidades escolares o profesionales o bien se tratan de inquietudes propias.

La página de ABC Radio ofrece información que va desde historia de la estación, quiénes la componen, cómo localizarlos físicamente, cómo contactar a titulares de diversas áreas, proporciona la transmisión en vivo del programa en turno, acceso a OEM en línea por medio de la liga de su sitio: [www.oem.com.mx](http://www.oem.com.mx), el horario de los programas, fotografías de los conductores, frecuencias en toda la república, invitación a radioescuchas lo que cubrirá sus necesidades de información, investigación en caso de estudiantes y especialistas o bien satisfacer necesidades personales en su espacio dedicado a facebook.

Ahora las diferencias entre el usuario de Internet y el oyente de radio es que el primero busca y el segundo recibe lo que provoca reducción de temas en la información radiofónica frente a una mayor variedad temática en la red que da cabida

---

<sup>33</sup> **RODERO ANTÓN**, Emma. Producción radiofónica. p. 126

a contenidos olvidados por la emisoras como radiodramas, seriales, cuentos radiados, productos educativos o especializados en muy variados temas.<sup>34</sup>

Contenidos que no deberían dejarse de lado ante un auditorio cautivado con gustos clásicos y el auditorio joven que desarrolla gusto por los seriales, sobra mencionar la permanencia de la emisión llamada La Tremenda Corte en Grupo Radio Centro.

Característica esencial en los hábitos de consumo de la red es el grado de interactividad que posibilita. Lo cierto es que el usuario cuenta con grandes facilidades para demandar ciertos productos lo que –de alguna manera- obliga a los emisores a ofrecer contenidos especializados, e incluso, personalizados.

En la era de internet se motiva a radioescuchas cautivos pero también se invita a nuevos radioescuchas –léase- miembros de otras generaciones para ser parte de ABC Radio pues es bien conocido que los jóvenes estudiantes son quienes más utilizan ésta herramienta, gustan de escuchar –música o voces informativas- mientras hacen tarea, investigan o juegan.

## **2.7 ABC Radio digital**

La tecnología digital se basa en la transformación de cualquier tipo de información en dígitos o números. Ésta es la razón por la que en otras lenguas se emplea el término numérico, el término digital se emplea en oposición al analógico, éste último método consiste en representar la información en un soporte continuo que admita todo tipo de valores intermedios entre dos estados.

El proceso digital conlleva varias ventajas. En primer lugar la densidad de las informaciones registradas es muy elevada, lo cual permite almacenar grandes cantidades de datos. Como la señal digital es informática puede memorizarse y por tanto es manipulable. Pero además el enorme volumen de información registrado no ocupa apenas lugar ante la disminución del espacio que ocupa la señal digital frente a la analógica, menos espacio e incluso mejor conservación, lo digital no sufre degradaciones, por lo que las informaciones contenidas se conservan siempre como en su estado original.

---

<sup>34</sup> **RODERO ANTÓN, Emma.** Producción radiofónica. p. 128

Esto propicia que las facilidades de manipulación y transporte se amplíen de forma considerable. Por último otra de sus indudables ventajas es que la señal digital resulta inmune al ruido y a las interferencias e introduce un sistema de corrección de errores en el receptor. Todas estas utilidades son de especial importancia en el medio radiofónico por cuanto permiten agilizar todo el proceso productivo.

La verdadera revolución tecnológica digital en la radio se materializará cuando todo el proceso radiofónico se encuentre digitalizado, desde la producción a la emisión. Digitalizar el proceso de producción o emisión radiofónica supone tan sólo la adquisición de equipos digitales, es decir, en esa fase primaria bastaría con la compra de lectores de discos compactos, minidisc y DAT, esto ya lo tiene ABC Radio.

Sin embargo, hoy en día ya no es suficiente con esto, por eso las emisoras comenzaron a adquirir ordenadores con software de tratamiento sonoro y programación que permiten no solo editar el sonido sino controlar toda la programación de la cadena, es decir con Pro tools.

La radio digital llega en un momento de crecimiento exponencial de la televisión, gracias también a la digitalización y compresión de las señales, la radio entra en un nuevo sistema de competitividad más complejo que el que sufrió con la llegada de la televisión.

En aquel momento la radio consigue salir adelante por la incorporación de los elementos técnicos que permitieron lanzar nuevos productos y la mejora en la calidad de otros. *En la situación actual también encuentra en las aportaciones técnicas otras capacidades para desarrollar nuevas ofertas.*<sup>35</sup>

## **2.8. ABC Radio de cara al Siglo XXI**

La radio continua siendo el medio moderno de información más difundido en el mundo, la internacionalización también se acentuó, no olvidar que en algún momento ABC Radio adoptó el nombre de ABC Internacional.

---

<sup>35</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, op. cit. p. 29



La miniaturización de los emisores los vuelve móviles y facilita la utilización de la radio en casa, camino al trabajo, viaje, carreteras con los teléfonos celulares, radio portátiles más pequeños que éstos y el Ipod.

La radio es un instrumento de liberación, es -sobre todo- un medio de información y de entretenimiento, innegable acompañamiento musical, informativo de la vida cotidiana que perdura aún después de más de 110 años de creación.

Por ello vemos que la radio está sometida a tensiones nuevas, la radio deja de ser, cada vez más, un medio aislado gestionado por una empresa y pasa a integrarse en un conjunto amplio de medios gestionados. La radio pierde autonomía y se integra en sistemas empresariales y de ofertas de contenidos multimedia.

La radio ayudada de internet es capaz de resolver inquietudes personales, gracias a sus mayores prestaciones, en especial el acceso a la gran cantidad de información más diversa que la de la radio. La red ofrece cabida a usuarios con intereses más diferenciados que la audiencia radiofónica.



Cabina de Transmisión en ABC Radio-Estudios Tepeyac.<sup>36</sup>

---

<sup>36</sup> Fotografía Ivett Díaz.

## 2.9. ABC joven

Alcanza relieve la necesidad de incorporar a los jóvenes en la información radiofónica ya que en la actualidad siguen alejados de la misma hasta la entrada en la treintena de años. Sin embargo, la radio sigue siendo un medio con fuerte atractivo para los jóvenes en programas musicales especializados. Tal estrategia deberá ampliarse para atraerlos a los programas informativos. *Es un desafío del presente pero sobre todo de preparación de la audiencia en el futuro.*<sup>37</sup>

En ABC Radio se propone su inclusión con contenidos, tratamientos y servicios informativos afines a sus intereses y no alejados de su entorno, ya que con frecuencia la información seleccionada y tratada se les presenta como algo ajeno, propio de adultos y de políticos no así cuestiones que conciernen directamente a su vida.

Y es que – a menudo- la juventud huye de la información porque no le entusiasma. Sin embargo se entrega a la música porque le envuelve y le suscita una forma de vida determinada tanto con los ritmos como con las letras; los ejemplos los tenemos con otros programas como El Panda Show, lo que fue La Carambola en Alfa Radio, ahora Toño Esquinca y la Muchedumbre, ¡Ya paráte!, entre otros.

La radio informativa no consigue llegar a ellos. No se trata de estrategias puesto que las desarrolla con la música, sino de aplicarlas al campo informativo. Se trata de una juventud que entra con facilidad en el mundo de la sociedad de la información. Su entrega a Internet es un hecho ya no solo lo hace para buscar juegos sino para navegar en busca de otras informaciones y de otros contenidos más satisfactorios.

*Es preciso apreciar lo que buscan para intentar conectar radiofónicamente con ellos sea por la difusión en Internet o sea llevando tales contenidos también a las antenas de la radio. La juventud sigue siendo una gran consumidora de medios de comunicación, pero no como los conciben los adultos sino como ellos quieren, con sus propios objetivos y pautas.*<sup>38</sup>

---

<sup>37</sup> CEBRIÁN HERREROS, op. cit. p. 23

<sup>38</sup> CEBRIÁN HERREROS, op. cit. p. 24

Actualmente la radio se ve desbordada por el espectáculo y ofertas televisivas que ganan terreno en los grandes hechos. La radio se queda con ser la primera, pero es superada por la prensa en la profundización y la televisión en el show.

*Los jóvenes –más alejados de la radio tradicional- se incorporan ahora a la oferta de la red lo cual provoca la multiplicación de direcciones sobre las temáticas más variadas, genera necesidad de ofrecer nuevos contenidos.<sup>39</sup>*

La radio está involucrada en nuevos procesos. Por una parte sufre una enorme transformación interna y, por otra, se vincula a los procesos técnicos y comunicativos generales y globales.

## **2.10. Compromiso ABC Radio**

*El compromiso de la radio como medio de comunicación y, por tanto, de sus profesionales no es con la empresa sino con la sociedad.<sup>40</sup>*

Es por ello que ABC Radio se preocupa por ofrecer a sus radio escuchas programas de diversos cortes para satisfacer variados gustos, tal es el caso de Aquí Entre Nos (análisis con Jorge Saldaña), EL ABC de la Magia (esoterismo con Karen Lara) o bien Tiempo Compartido (música juvenil con Gerardo Daniel).

Ese es su compromiso con los radioescuchas:

1. Colocar a la mano diversas opciones para satisfacer gustos, herramientas para solucionar problemas o información que proporcione armas para vivir el día a día o bien atreverse a posibilitar el acercamiento a lo imposible, para alcanzar lo posible.
2. Ser una radio incluyente que piense que las necesidades de sus radioescuchas giran primordialmente en hacerlas escuchar y de que existe la esperanza en ellos de que alguien las escucha y está dispuesto a apoyarlas.

---

<sup>39</sup> **RODERO ANTÓN**, Emma. Producción radiofónica. p. 125

<sup>40</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, op. cit. p. 23

## 2.11. Frecuencia que Evolucionan



*La radio se expande en el entorno de convergencia tecnológica-comunicativa que da origen a los servicios de las redes interactivas multimediáticas.<sup>41</sup>*

Emerge la convergencia de radio y líneas telefónicas en redes multimedia. Hasta ahora el teléfono ha sido el gran aliado de la radio para la producción, conexiones entre emisoras, corresponsales, emisión en cadena y participación de la audiencia.

*Ante todo la radio adquiere una nueva diversificación por el desarrollo de los sistemas de difusión: Ondas digitales terrestres, satélites cable e Internet. Internet no debe vincularse solo al cable ya que puede recibirse también por cualquiera de los demás sistemas de difusión incluida la telefonía móvil.<sup>42</sup>*

Pasamos por un momento de cambio complejo de la radio en general donde las nuevas radios digitales concebidas no por la técnica, sino por la innovación de contenidos y servicios que permita desarrollar, es aquí donde los autores recomiendan a la radio evitar el riesgo de su absorción total en lugar de integración armónica por otros medios más atractivos.

Frecuencia que evoluciona es una generación que recoge las aportaciones de las anteriores e incorpora nuevos impulsos, la primera generación estuvo definida por los pasos iniciales, por la ampliación de coberturas territoriales y por la incorporación creciente de contenidos.

La segunda se produce con la introducción de los transistores, la FM, la estereofonía y el magnetófono. La tercera se emprende ahora con el salto de la radio analógica a la digital.

---

<sup>41</sup> CEBRIÁN HERREROS, op. cit. p. 25

*Como todo gran cambio se produce inicialmente por una mudanza tecnológica, pero su consolidación requiere la transformación de contenidos, de lenguajes, de productos, en nuestro caso de programaciones y de programas.*<sup>43</sup>

La tercera generación se inició hace años con la reconversión técnica de la producción, archivos, redacciones y proceso de captación y elaboración de los contenidos.

El cambio es sustancial, la nueva tecnología repercute en todos los equipos por separado y en el proceso global de la radio desde la captación de los sonidos hasta la recepción por los oyentes. *Pertenece a las mutaciones la búsqueda de los fenómenos sociales y comunicativos.*<sup>44</sup>

---

<sup>42</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, op.cit. p. 27

<sup>43</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, op.cit. p. 29

<sup>44</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, op.cit. p. 29

## 2.12 Ubicación

Las oficinas centrales de Grupo ABC Radio se encuentran en La Plaza de la Información, Paseo de la Reforma y Avenida Hidalgo en el Centro Histórico de la Ciudad de México, calle de Basilio Badillo 29, colonia Tabacalera, delegación Cuauhtémoc C.P. 06030, México, D.F. teléfono (0155) 3640 5210 (conmutador).



Fachada de Estudios Tepeyac en la Plaza de la Información. Fotografía Leonel Benítez

## 2.13 ABC Radio y México

Definición acorde al Diccionario Esencial de La Lengua Española.

1. Radioyente: COM. Persona que oye la radio.
2. Radioescucha: COM. Persona que oye las emisiones radiofónicas y radiotelegráficas.

*“El oyente se libera del sincronismo y puede adoptar los ritmos que quiere en cada audición, ser libre en el modo de consumir e intercambiar mensajes sonoros”.*<sup>45</sup>

Estas son frases que ayudan a comprender y aceptar que cada oyente puede utilizar los canales sonoros de manera personal, independientemente de que el mensaje sea compartido o no por otros.

En el libro *La Radio en la Convergencia Multimedia* el autor Mariano Cebrián Herreros señala que la audiencia presenta un comportamiento pasivo, de mera recepción: *“El dial ha fomentado el zapeo para conseguir la emisora deseada..”*<sup>46</sup>.

Aseveración con la que la audiencia de ABC Radio no está de acuerdo, durante la experiencia laboral se constató que los radioescuchas están cada vez más inmersos en el acontecer nacional, empujados por el cambio – para bien o para mal lo cual no será objeto de estudio de éste trabajo- democrático logrado con el sufragio en el año 2000.

Los cambios se orientaron hacia el uso del teléfono -y poco a poco se redujeron o eliminaron los anteriores- el salto producido actualmente dirige la interactividad en diversos grados. Por lo cual la aseveración *“La radio se ha considerado como emisora pero no como receptora de las aportaciones de sus audiencias”*,<sup>47</sup> actualmente no resulta del todo cierta ante la activa intervención –se puede afirmar hasta reaccionaria- de radioescuchas.

---

<sup>45</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, Mariano. *La radio en la convergencia multimedia*. Barcelona, España 2001. Ed. Gedisa. pp. 112.

<sup>46</sup> **CEBRIÁN HERREROS**, Mariano. op. cit. p. 117

Si el oyente quiere entablar contacto con la emisora puede efectuarlo mediante su presencia en los estudios para participar como parte del público en el programa, acción a la que la producción y el propio titular de Así lo dice La Mont no es renuente, por lo que continuamente invita a radioescuchas interesados a asistir al programa de lunes a viernes de 12 a las 14 horas, también puede comunicarse por medio de una carta o –bien- llamada telefónica al número **55 18 7 760**.

Al registrar una posterior mayor apertura tecnológica en los medios de comunicación se puso a consideración la cuenta de correo electrónico [asilodicelamont@abcradio.com](mailto:asilodicelamont@abcradio.com) y [asilodicelamont@hotmail.com](mailto:asilodicelamont@hotmail.com) con la misma cuenta de messenger para que los radioescuchas, familiarizados con estos sistemas, pudieran comunicarse con la producción sin salir de sus lugares de residencia o trabajo. Estrategia de tan buenos resultados que hoy en día Así lo dice La Mont tiene mayor presencia en internet por medio del canal de video Youtube y propio dominio para transmitir televisión en [www.asilodicelamont.com](http://www.asilodicelamont.com).

## **2.14 Qué es un programa de radio**

En su IX edición la Real Academia Española define el término programa como *“una serie de distintas unidades temáticas que constituyen una emisión de radio o televisión”*.<sup>48</sup>

El concepto de programa de radio –según Pilar Vitoria- es fruto de la consideración de distintas características de la comunicación radiofónica, los factores que determinan un programa de radio –a juicio de Pilar Vitoria-<sup>49</sup> son:

- Temporalidad.- Donde los mensajes ocupan un tiempo determinado y están condicionados por ese mismo tiempo. Como es bien sabido el programa tiene un tiempo de inicio y otro de conclusión. En el caso de Así lo dice La Mont lo podemos medir desde el inicio 12 horas hasta el término 14 horas, antiguamente de 1997 hasta 2005 de 6 a 9 de la mañana.
- Límites temporales previstos.- La duración de los programas de radio se determina y limita según distintos criterios empresariales. En el caso de ABC

---

<sup>47</sup> **CEBRIÁN HERREROS, Mariano.** op. cit. p. 118

<sup>48</sup> Real Academia Española, Diccionario de la Lengua Española, tomo II. 21ª Ed. Espasa-Calpe, Madrid, 1992, p. 1674.

<sup>49</sup> **VITORIA** Pilar. Producción radiofónica. p. 107



Radio-“Así lo dice La Mont” lo conveniente es cada 15 minutos cortar con 2 a 3 minutos de comerciales, para dar a conocer productos, servicios y avisos gubernamentales–patrocinios- útiles para radioescuchas.

- Periodicidad y título.- Los programas se emiten a una hora determinada y en determinados días de la semana, se identifican por un mismo título.
- Mensaje con significación.- El programa radiofónico trasmite mensajes y no únicamente sonidos dado que el poder de representación se asienta especialmente en la palabra.
- Ideación y unidad de criterio.- El programa responde a una acción creativa a unidad de creación e intencionalidad.
- Adecuación al canal.- El programa difundido debe adaptarse a las peculiaridades del medio. Objetivo principal de Así lo dice La Mont.<sup>50</sup>

Por lo anterior y tomando en cuenta lo señalado por Merayo Pérez es preciso destacar que el programa de radio es un tiempo cuyos límites han sido previamente determinados en el que se difunden bajo un mismo título mensajes que en sí mismos y en su representación formal mantienen una unidad de criterio y adaptan con calidad a las peculiaridades requeridas por el canal radiofónico.

La programación radiofónica, como lo entiende Faus Belau, es “una ordenación coherente de los distintos programas a emitir de acuerdo con los fines de la emisora y las características de la audiencia”<sup>51</sup>

Las secciones de un programa deben responder a las exigencias de un público oyente pero no sólo en el contenido sino en el horario adecuado.

Como programa de radio Así lo dice La Mont –para cumplir con sus objetivos- es persuasivo, incluye secciones informativas, formativas (maneras, buenas costumbres, conciencia ciudadana, salud, etcétera.) y hasta entretenimiento con la inclusión de una sección cómica a cargo de Jesús Corona así como un toque musical entre cortes informativos.

---

<sup>50</sup> **Pérez Merayo.** Para entender la radio. Estructura del proceso informativo radiofónico. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, Salamanca, 1992, p. 233

<sup>51</sup> **Faus Belau,** “La radio: introducción a un medio desconocido”, en A. Merayo Pérez op cit. p. 241.

## 2.15 Cómo se produce un programa de radio

De acuerdo a lo señalado por Pilar Vitoria en su libro: Producción Radiofónica, técnicas básicas, el proceso de producción de un programa de radio se inicia con el papel del productor quien se encarga de dirigir y asignar al resto de su equipo las tareas necesarias para realizar el programa.

El investigador consulta expertos y fuentes bibliográficas resumidas, por lo general de esto se encargan sociólogos o científicos sociales que saben dónde buscar datos. Su labor consiste en recopilar y analizar todos los datos y contenidos específicos de los temas solicitados que después reportarán al productor y al guionista.

El productor de Así lo dice La Mont y titular eran –prácticamente uno mismo– crean el esquema de la estructura del programa, visitan varias veces la discoteca y fonoteca de la emisora para escuchar y discutir con el musicalizador qué tipo de música requiere el programa.

Éste último aconseja y somete a consideración del productor diversas clases de música y efectos de sonido, según lo que le haya explicado y pedido el productor del programa.

Cuando la investigación está terminada el productor visualiza todo el programa, escoge locutores o conductores, estructura final del programa, música, efectos y mensajes radiofónicos.

La batuta la toma el productor, él señala al conductor a quienes hay que entrevistar y sobre qué temas habrá que hacerlo. En éste caso el entrevistador Federico La Mont sigue instrucciones, asistentes de producción consiguen citas y él se da a la tarea de conversar con los principales actores sociales, políticos, intelectuales, etcétera designados por producción.

## 2.16 Así lo dice La Mont de radioescuchas para ABC Radio

ABC Radio considera a su audiencia selecta y fiel, debido a la diversidad de programas de gran interés que se transmiten, abriendo un nexo importante entre las estaciones y los radioescuchas, obteniendo un gran poder de convocatoria y de interacción.

Para cada sector se cuenta con un espacio: jóvenes, amas de casa, mujeres trabajadoras, los noctámbulos que viven mientras la ciudad duerme, profesionistas, trabajadores y adultos mayores por lo que se cuenta con una barra de programación de 24 horas continuas, para que cada quien escuche lo que le interesa.

*De ésta forma se abarca a todo tipo de público; la mayor parte del auditorio la componen hombres y mujeres de 35 años en adelante.<sup>52</sup>*

La población adulta que sintoniza ABC Radio se muestra interesada por su entorno social, económico, político y ambiental por lo que su presencia vía telefónica es notoria ante el desencanto propiciado por la indiferencia de autoridades y servidores públicos en diversos ámbitos, encuentran en los medios de comunicación el espacio idóneo para expresar sus más sentidas inconformidades.

La radio –a diferencia de otros- constituye el medio de comunicación más próximo al ciudadano común por lo tanto es amigable y confiable, el radioescucha sabe que con solo levantar el auricular del teléfono y marcar 8 dígitos o –bien- una lada sin costo desde cualquier teléfono público cuenta con 90 por ciento de posibilidades en que alguien conteste, tome nota, y haga escuchar su voz.

Los radioescuchas de ABC Radio están ávidos de una buena compañía durante sus labores cotidianas, trabajo, casa, transporte público, o bien en sus noches de desvelo o convalecencia, es por ello que buscan estaciones amigas que le ofrezcan opciones de identificación, en ABC Radio lo pueden encontrar.

Programas espirituales, esotéricos, cómicos, para los abuelitos, activismo político juvenil pasando por turismo, espectáculos y finalizando con información.

---

<sup>52</sup> [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx), lunes 5 de abril de 2010.

ABC Radio cuenta con una población en su mayoría adulta mayor por lo que conoce debe expandir sus horizontes, es por ello que a ultimas fechas lanza una convocatoria –a través de su página de internet- para la creación de programas infantiles.

Durante el periodo comprendido entre 2001 y 2008 se recopiló información proporcionada por los radioescuchas de Así lo dice La Mont como Margarita Sánchez, Rubén Pinto, Raúl Galeana, Gloria Oliva –entre otros- que manifestaron creer en Federico La Mont, en su honestidad, capacidad de investigación de colaboradores, análisis acertado y prontitud en atención a problemática social al tratarse de un informativo realizado por jóvenes los radioescuchas confían en su sensibilidad para abordar problemas.

Confianza de radioescuchas, soportada en llamadas diarias y comentarios externados a colaboradores, manifiesta su activa participación a través de Ivett Langarica.

Así lo dice La Mont abre canal de comunicación al poner a su disposición las líneas telefónicas 51 66 50 00 al 02 y a partir de marzo del 2005 55 18 77 60, lada sin costo y correos electrónicos, [asilodicelamont@abcradio.com.mx](mailto:asilodicelamont@abcradio.com.mx) y [asilodice@hotmail.com](mailto:asilodice@hotmail.com)

Aunque no se especialice en temas jurídicos ofrece –y cumple- hacer llegar dudas, sugerencias, comentarios a autoridades competentes para que de la mano con el equipo de Así lo dice La Mont se nutran de la demandas poblacionales y puedan desarrollar mejor su sistema de gobierno.

Radioescuchas fieles que han seguido la emisión durante años pueden constatar la capacidad de respuesta del equipo de redacción, su veracidad informativa, la oportunidad para transmitir ésta así como la oportunidad en solucionar demandas de radio oyentes.

## CAPÍTULO III. “ASÍ LO DICE LA MONT”

### 3. Descubriendo “Así lo dice La Mont”

#### Datos generales

Así lo dice La Mont: Titular Federico La Mont

Estación: ABC Radio 760 AM.

Ubicación: Basilio Vadillo #29, piso 9,

Colonia Tabacalera, C.P. 06030

Delegación Cuauhtémoc

Teléfonos: 36 40 52 16 y Fax 36 40 52 78

Transmisión: Lunes a viernes de 12 a 14 horas

Target: Adultos entre 27 y 60 años.

Nivel socio-económico: Clase media (media alta y media baja)

#### 3.1 Historia “Así lo dice La Mont”

Nace el 19 de mayo de 1997 –con un horario inicial de 6 a 9 de la mañana que posteriormente cambia de 12 a 14 horas- a iniciativa de Federico La Mont, egresado de la carrera de Relaciones Internacionales en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, veracruzano de nacimiento, personaje altamente preocupado por la coyuntura política, económica y social nacional e internacional, su proceso, resultados y principales actores al igual que sus consecuencias, heridas y expectativas.

Como casa informativa se cuenta a ABC Radio 760 de AM de Organización Editorial Mexicana con más de 70 diarios distribuidos en 26 estados de la República Mexicana y un canal de televisión en Durango (XHND-TV Canal 12), lo cual ubica a OEM como la primer empresa en América Latina con mayor circulación y número de diarios entre los que destacan La Prensa, El Sol de México, Esto, Ovaciones, sin olvidar su sector radiofónico ubicado en Estudios Tepeyac-ABC Radio con 30 estaciones cubriendo desde Tapachula, Chiapas; hasta Mexicali, Baja California.

Es OEM quien también alberga la columna informativa diaria del mismo nombre Así lo dice La Mont, eco del informativo transmitido en el 760 de AM donde se desglosa con mayor detenimiento el acontecer de interés general en 5 pasos

concluyendo con el apartado denominado *Entre Otras Cosas...* que nos pone al tanto del radiopasillo dentro del *inner circle* de la comunicación.

Es por demás reiterar inicia transmisiones en 1997 en la cabina ubicada en la calle de Gómez Farías #51, en la Colonia San Rafael, Delegación Cuauhtémoc a media cuadra de las instalaciones de OEM, entre Serapio Rendón y Sadi Carnot, en 2005 se muda a su nueva casa Estudios Tepeyac en la Calle Basilio Badillo.

De acuerdo a la experiencia recopilada durante mas de 6 años se puede constatar que Así lo dice La Mont fue un programa radiofónico hecho por jóvenes para todo tipo de público con personajes como el General José Francisco Gallardo, Rosario Ybarra de Piedra, José Luis Rodríguez Zapatero, Hugo Chávez Frías (entrevista que le valió a su titular el Premio Nacional de Periodismo 2001), la Premio Nóbel de la Paz Rigoberta Menchú Tum, sólo por mencionar algunos.

El joven equipo de producción que oscilaba –en ese entonces- entre los 18 y 28 años de edad dedicado a la recopilación de información, investigación y difusión de la misma trabajó, por secciones que mantuvieran al público de Así lo dice La Mont siempre al tanto de datos que pudieran ser herramientas útiles para su acontecer diario.

### 3.2 Presencia de “Así lo dice La Mont” en México

Al ser un noticiario radiofónico especializado en temas de coyuntura nacional Así lo dice La Mont se transmite simultáneamente a través de diversas frecuencias en más de la mitad del territorio nacional, en la siguiente tabla se da cuenta de ello.

Horario	Frecuencia	Ciudad
12:00 a 14:00	ABC Radio 760 AM	Estado de México, Tlaxcala, Hidalgo, Querétaro, Puebla, Morelos, Oaxaca y Guanajuato
12:00 a 14:00	XHEBCJ 1140 AM HEAV 580 AM	Guadalajara, Jalisco

12:00 a 14:00	HETAC 1000 AM	Tapachula, Chiapas
12:00 a 14:00	XHTAC 91.5 FM	Tapachula, Chiapas
12:00 a 14:00	HEFRT 890 AM	Comitán, Chiapas
12:00 a 14:00	XHCTS 95.7 FM	Comitán, Chiapas
12:00 a 14:00	HECZ 960 AM	San Luis Potosí
12:00 a 14:00	XEVC 700 AM	Córdoba, Veracruz
12:00 a 14:00	XEHG 820 AM	Córdoba, Veracruz
12:00 a 14:00	XEJH 1460 AM	Xalapa, Veracruz
12:00 a 14:00	XEEG 1280 AM	Puebla, Puebla
12:00 a 14:00	XEQG 670 AM	Querétaro, Querétaro
12:00 a 14:00	XHIJA 93.9 FM	Iguala, Guerrero
12:00 a 14:00	XEXC 960 AM	Taxco, Guerrero
12:00 a 14:00	XHTXO 92.9 FM	Taxco, Guerrero
12:00 a 14:00	XEZUM 1050 AM	Chilpancingo, Guerrero
12:00 a 14:00	XEHV 740 AM	Villahermosa, Tabasco
12:00 a 14:00	XHHV 88.5 FM	Villahermosa, Tabasco
12:00 a 14:00	XEVOX 970 AM	Mazatlán, Sinaloa
12:00 a 14:00	XENX 1290 AM	Mazatlán, Sinaloa
12:00 a 14:00	XEMMM 940 AM	Mexicali, B.C
12:00 a 14:00	HEABCA 820 AM	Mexicali, B.C
12:00 a 14:00	XETO 1190 AM	Tampico, Tamaulipas.

### 3.3 Quién es “Así lo dice La Mont”

Programa radiofónico preocupado por los problemas más sentidos a nivel nacional, las carencias pendientes por atender en las cuales viven muchos sectores de nuestro país, corrupción e impunidad presentes en todos los niveles de gobierno y que inciden en el óptimo desarrollo de nuestra nación, sin olvidar los rubros de salud y esparcimiento importantes para el mejor nivel de vida de los mexicanos.

El papel que desempeña México a nivel mundial y contexto internacional en que se desenvuelve, violencia que mantiene en estado de sitio a grandes regiones que

con anterioridad no presentaban éste problema hasta una aparente colombianización de nuestra nación.

No es indiferente para nuestros radioescuchas quienes diariamente siguen la emisión, al tratarse de una audiencia ya madura o –en muchas de las participaciones– plena identificación con la radio y por lo tanto para emisiones que abordan problemas cotidianos no ajenos.

Así lo dice La Mont no desconoce el abatimiento del pueblo por lo que trata de despertar conciencias y mover acciones que propicien acabar con la indolencia provocada por la falta de educación y conciencia social.

### **3.4 Importancia “Así Lo dice La Mont”**

Se fundamenta en el interés de su creador Federico La Mont por proveer al radioescucha de herramientas necesarias para optimizar tanto desarrollo como alcance de un buen nivel de vida y también mantener “enganchado” al público radioescucha con tópicos que impidan cambiar al dial como:

**Análisis del principal tema del día** por Federico La Mont, “la de ocho”.

**Numeralía**, datos duros como estadísticas de población mundial, hambre, contaminación, pandemias, etcétera.

**Resumen informativo**, preciso, conciso y sin rodeos o extensiones innecesarias.

**Música del recuerdo**, relacionada con el tema del día (cualquier género sin que ésta resulte ofensiva o indolente con el tema a tratar).

**Entrevistas**, realizadas por su titular.

**Cápsulas informativas y educativas**, segmentos misceláneos que orientan al radioescucha en los trámites oficiales diversos por hacer y a qué instancias dirigirse.

**Enlaces**, En la Central de Abasto, salida de escuelas, con automovilistas o bien manifestantes.



**Controles remotos,** En municipios o jefaturas delegacionales tanto con titulares como gobernados, generalmente denominados con algún día de la semana y ciudadano como segundo nombre, gracias a ésta idea se instituye **Miércoles Ciudadano** en la delegación Miguel Hidalgo con el exjefe delegacional Arne Aus den Ruthen Hagg.

Importancia justificada en el interés manifestado en Así lo dice La Mont por abordar problemas latentes y que diariamente lesionan a la sociedad:

**1.- Narcotráfico:** Cáncer social de silencioso crecimiento, expansión y que amedrenta a comunidades vulnerables, denota su presencia tanto en Anapra y Lomas de Poleo en Ciudad Juárez, Chihuahua, colonias La Perla y Virgencitas en Ciudad Nezahualcoyotl o Patos en Chimalhuacán, Estado de México.

**2.- Inseguridad:** Diariamente representada no solo en asaltos, secuestros o extorsiones, sino extralimitados a ejecuciones, balaceras a plena luz del día o atentados en festejos patrios como las registradas en Sinaloa, Tamaulipas, Guanajuato e incluso Michoacán antes consideradas plazas en provincia idóneas para el retiro laboral por su tranquilidad.

**3.- Pobreza:** Látigo lacerante derivado de la mala administración de la economía nacional aunada a corrupción que algunos beneficiados ejercen desde los cargos de poder para someter a los -en teoría- más débiles. Habitantes de San Vicente Chicoloapan, colonias San Miguel y Patos en Chimalhuacán quienes en su inmensa mayoría laboran en trabajos de albañilería a largas distancias de su lugar de residencia.

**4.- Ignorancia:** Fomentada por apatía de autoridades a quienes tal vez convenga comunidades ignoren derechos, obligaciones y necesidades como preservación de la salud pasando por provisión de servicios básicos como pavimentación, suministro de energía eléctrica y agua, entre otros.

**5.- Violación a garantías comunitarias e individuales de ciudadanos,** esto traducido en voto y derechos humanos, relegación de adultos mayores, crecimiento desmedido de comercio informal, sexual y explotación laboral infantil.

**6.- Violencia intrafamiliar:** Que fragmenta a la sociedad en su pilar fundamental, desata los problemas antes mencionados y que se presentan en cualquier estrato de

la sociedad por circunstancias diversas: endeblez principios y valores humanos, angustia por subsistencia diaria, etcétera.

### **3.5 Qué ofrece**

Ser un espacio que durante 2 horas abra puertas a la información, análisis, debate, reflexión y participación ciudadana, denuncie, promueva soluciones, cultura cívica, forme y eduque sin incitar a la violencia o transgreda los derechos humanos basado en crítica sin fundamento.

Estos puentes expuestos con el objetivo primordial de informar no sólo del acontecer nacional e internacional sino particularizarlo a un nivel local como abordar el acontecer municipal, delegacional, de colonia y barrio.

Conocer la problemática desde las raíces que muy pocos alcanzan a observar, esto al salir en control remoto a lugares más apartados del desarrollo cosmopolita y apresurado que vivimos en las grandes ciudades.

Buscar la nota que sea de utilidad, en San Vicente Chicoloapan se recorrieron calles, avenidas, brechas en busca del testimonio de habitantes que externaron sus dudas y preocupaciones en rubros como economía, desarrollo, empleo, abasto de servicios básicos en viviendas, seguridad, entre otros.

Otros casos similares se descubren en Chimalhuacan, Estado de México donde –al igual que en el caso anterior- fueron expuestas las dudas más sentidas en los rubros nacionales lo que ganó audiencia dentro de la comunidad, conocieron al programa y se ganó, por lo que se denotó cooperación ciudadana para denunciar desde casos de violencia en casa hasta la existencia de narcotienditas y picaderos.

Con ello se busca promover entre quienes desconocían la información sobre – además- el acontecer nacional, también invitarlos a ejercer sus derechos, volver la vista a cosas tan fundamentales como poner su patrimonio en orden con jornadas notariales, alfabetización, cultura para denunciar actos de violencia ejercida desde el corazón del propio seno familiar y ejercer derechos ciudadanos al oponerse a la venta y consumo de drogas en su lugar de residencia que poco a poco consumen la cotidianeidad de habitantes.

Todo con el objeto de impulsar cambios que necesitan y quieren residentes de comunidades de difícil acceso no sólo en el Estado de México sino cualquier parte de la República Mexicana.

### **3.6 Importancia de análisis**

Es de imperiosa necesidad analizar “Así lo dice La Mont” para determinar si efectivamente cumple con objetivos, llega a la meta a través de procesos que debe seguir para la manufacturación de un programa de radio, pero sobre todo estar conscientes de que cumple con el espíritu que lo motiva: servir a México

Comanda “Así lo dice La Mont” su titular Federico La Mont quien es su creador, director general y quien muchas de las veces aporta el mayor numero de las ideas para enriquecimiento del espacio informativo –aunque éste último en su totalidad, no solo se dedique a informar.

“Así lo dice La Mont” se aproxima a la población para escuchar de viva voz necesidades apremiantes, se aproxima a quienes desean ser escuchados por las autoridades lo que la convierte en una sociedad más participativa y no solo pasiva ante el acontecer político y económico de su país.

Con ésta acción el radioescucha se identifica con los problemas expuestos y que algunos creían alejados de su realidad.

Originalmente “Así lo dice La Mont” cumple con los objetivos al obtener noticias frescas y en el lugar de los hechos gracias a los reporteros, redactores siempre atentos ante cualquier cambio en el acontecer nacional e investigadores que indagan la veracidad de la información.

Cumple porque está preocupado por formar, el titular demuestra que hablando se entiende la gente, se dirige a la audiencia con respeto y amabilidad. Al abordar temas delicados lo hace con una altura adecuada sin echar mano de comentarios que juzguen o “regañen”, se identifica con el problema, muestra solidaridad con visión humana.

Al tratar los temas de coyuntura nacional que en algún momento puede incidir en el trayecto de crecimiento o no del país cuestiona con imparcialidad pero a la vez es incisivo sobre lo que la audiencia está interesada por saber, entra en debate siempre en busca de respuestas, no interrumpe entrevistas, otorga espacio de expresión al entrevistado y busca terminar en una conclusión satisfactoria.

### 3.7 Bitácora diaria

#### BITÁCORA

#### ASÍ LO DICE LA MONT

#### VIERNES 14 DE OCTUBRE DE 2005

06:00	Música de bienvenida	07:00	Resúmen informativo	08:00	Resúmen informativo
06:01	Teaser	07:01		08:01	
06:02	Reporte Patricia Gutiérrez	07:02	Ingeniero Francisco Hernández	08:02	Lic. José Raúl Grajeda Domínguez
06:03	ABC Puebla	07:03	Presidente Colegiado de la UNT	08:03	Secretario de Seguridad Pública
06:04		07:04	Tema: ¿Habrá huelga en el IMSS	08:04	Del Gobierno de Chihuahua
06:05	Reporte José Morales	07:05		08:05	Tema: Trabajos del C-4
06:06	diario de Xalapa	07:06		08:06	EN CABINA
06:07	Tema: Situación en zonas de desastre	07:07		08:07	
06:08		07:08		08:08	
06:09	Lic. Ricardo Muro	07:09		08:09	
06:10	Director del Herald de Chiapas	07:10	Omar Zúñiga	08:10	
06:11	Tema: Situación en zonas de desastre	07:11	Reportero en la ALDF	08:11	Deportes Julio Íñigo
06:12		07:12		08:12	
06:13	****CORTE****	07:13	****CORTE****	08:13	****CORTE****
06:14		07:14		08:14	
06:15	Dr. Jorge G. Castañeda	07:15	Humberto Roque Villanueva	08:15	Lic. Marcelo Ebrard Casaubón
06:16	Aspirante a la candidatura Presidencial	07:16	Expresidente Nacional del PRI	08:16	Secretario Desarrollo Social GDF
06:17	independiente	07:17	Tema: Crisis en el PRI	08:17	Tema: Campaña
06:18	Tema: Denuncia ante la CIDH	07:18		08:18	
06:19	Viaje de Fox a Cumbre Iberoamericana	07:19		08:19	
06:20		07:20		08:20	
06:21		07:21		08:21	
06:22		07:22		08:22	
06:23		07:23		08:23	
06:24	Samuel Galves	07:24		08:24	
06:25	Corresponsal en Washington	07:25		08:25	Jesús Corona
06:26		07:26		08:26	Imitador
06:27		07:27		08:27	
06:28	****CORTE****	07:28	****CORTE****	08:28	****CORTE****
06:29		07:29		08:29	
06:30	Roberto Vega y Galina	07:30	Lic. Josefina Vázquez Mota	08:30	Lic. José Reyes Baeza Terrazas
06:31	Secretario General del Sindicato	07:31	Secretaría de Desarrollo Social	08:31	Gobernador de Chihuahua
06:32	del Instituto Mexicano del Seguro Social	07:32	Trabajos en las zonas de desastre	08:32	Tema: RadioTVtón
06:33	Tema: ¿Habrá huelga en el IMSS?	07:33		08:33	EN CABINA
06:34		07:34		08:34	
06:35		07:35		08:35	
06:36		07:36		08:36	

06:37		07:37		08:37	
06:38		07:38		08:38	
06:39		07:39		08:39	
06:40	Lic. Miquel González Ibarra	07:40		08:40	
06:41	Análisis	07:41		08:41	
06:42		07:42		08:42	
06:43	*****CORTE*****	07:43	*****CORTE*****	08:43	*****CORTE*****
06:44		07:44		08:44	
06:45	Profesor Domingo Hernández Hernández	07:45	Lic. Martha Lucía Micher Camarena	08:45	
06:46	Alcalde San Vicente Chicoloapan	07:46	Encargada de la Comisión	08:46	
06:47		07:47	para investigar el tráfico de influencias	08:47	
06:48		07:48	de los hijos de Marta Sahagun	08:48	
06:49		07:49	Tema: supuesta venta de documentos	08:49	
06:50		07:50	de una particular a periodistas y la comisión	08:50	
06:51	Rafael Anaya	07:51		08:51	Sr. José Remedios Ledezma
06:52	Análisis	07:52		08:52	Director de Servicios Urbanos
06:53		07:53		08:53	de la Delegación Cuajimalpa
06:54	Miguel Ángel Ramos	07:54		08:54	
06:55	Ecatepec	07:55		08:55	
06:56		07:56		08:56	
06:57		07:57		08:57	Despedida
06:58	*****CORTE*****	07:58	*****CORTE*****	08:58	*****CORTE*****
06:59		07:59		08:59	

### 3.8 Biografía Federico La Mont

Federico La Mont nació el 11 de junio de 1965 en Coatepec, Veracruz, cursó la licenciatura en Relaciones Internacionales en la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM), redactor y reportero por la Escuela de Periodismo Carlos Septién García, especialización en Periodismo Internacional por Dayton, Oregon, Estados Unidos y la Secretaría de Relaciones Exteriores en el Instituto Matías Romero, colaborador de la revista ¡Siempre!, Radio Fórmula, Agencia Mexicana de Noticias (Notimex), Televisión por Cable (TVC), TV Mexiquense, analista internacional de Proyecto 40, Vicepresidente de la Asociación Nacional de Locutores de México, acreedor al premio José Pagés Llergo, Nacional en 1996, 1997 y 1999 e Internacional de Periodismo, “La Paz, Cooperación y Solidaridad con Yugoslavia”, vicepresidente de la Asociación Nacional de Locutores de México desde 2003, analista internacional ORT Noticias en Ciudad Victoria, Tamaulipas, Radio Lobo Chihuahua, Chihuahua, Punto de Vista, León, Guanajuato, columnista de Organización Editorial Mexicana, y conductor del espacio de análisis En la Mira y el programa informativo Así lo dice La Mont, ambos en ABC Radio 760 de AM, Ciudad de México



<sup>53</sup>Federico La Mont, en cabina ABC Radio Gomez Farías.

Foto: Ivett Díaz.

### 3.9 Perfil Ivett Langarica

Nacida el 26 de septiembre de 1976 en la Ciudad de México, cursó la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM donde colabora en el Sistema de Universidad Abierta Departamento Corrección de Originales, Supervisión Electoral IFE durante elecciones año 2000, voz de talento Radorama y Radio Capital, corresponsal en Ciudad de México para el programa Punto de Vista con Jorge Almaraz, ACIR Leon, Guanajuato, ponente Semana de la Comunicación Universidad Insurgentes, locutora en el programa Gracias a la Vida, acreedora al Reconocimiento de la Asociación Nacional de Locutores en noviembre de 2005 por el mismo, voz informativa en Así lo dice La Mont y colaboradora en las mesas de debate juvenil Reflexiones y Matices de ABC Radio.



<sup>54</sup>Ivett Díaz (Ivett Langarica) en la cabina de transmisión ABC Radio-Estudios Tepeyac.

Foto: Ricardo Vega

### 3.10 Estructura 2002-2007

Titular	Federico Lamont
Voz informativa	Ivett Langarica (2001-2008) (Elena Ivett Díaz)
Producción	Emanuel Castañón- Patricia La Mont (2001) Armando Díaz Hernández (2002-2005) Ricardo Vega (2005-2007) Julio César García (2007-2008)
Reporteros Así lo dice La Mont	Sergio Díaz Sedas (Sergio Sedas) Celina Alquicira Nallely Ramírez Zoé Santamaría Erika Escalona Pamela Mayen Ana María Pérez Patraca Julio César García
Reporteros ABC Radio	Alberto Valderrabano Pedro Montes de Oca Elva Cortes Angélica Torres Ana Hernández Eliseo Cruz Sergio Ramírez José Manuel Gutiérrez
Redacción ABC Radio	Yolanda Mercado Celina Alquicira Roberto Hernández



	Rocío González Gloria Jiménez
Operación técnica	Fernando Tornero Martín Rodríguez Manuel Hernández (Control remoto)
Analistas	Humberto Hernández Hadad Miguel González Ibarra Rafael Anaya
Deportes	Alfredo Cocolletzi Omar Zúñiga Luis Castillo

### 3.11 Principios básicos del programa “Así lo dice La Mont”

*“La radio se mantiene bien integrada en la sociedad actual, a pesar de la acumulación de otros medios durante las últimas décadas, la radio ha sabido adaptarse y situarse seductora y competitiva en la convergencia multimediática de nuestros días”.<sup>55</sup>*

Y para continuar con la seducción radiofónica Así lo dice La Mont ofrece a sus radioescuchas y a todo aquel navegante del cuadrante o ciberespacio tres principios básicos: apertura, inclusión y honestidad; con lo cual el informativo pretende:

1.- Llegar al mayor número de la población consciente de la falta de instrumentos que hagan posible la recepción de información ante lo cual acceder a todos ellos como los impresos (columna Así lo dice La Mont de OEM), radio por internet, página del programa y aparatos radiorreceptores convencionales.

2.- Ante la ampliación y diversificación de radioescuchas debe abrirse a difusión de información para gustos diversos, es por eso que no solo abarca temas políticos o

<sup>55</sup> (Mariano Cebrián Herreros, la radio en la convergencia multimedia. Gedisa, Barcelona, 2001)

económicos sino también problemas sociales, finanzas personales y educación ambiental, entre otros temas.

3.- La objetividad será fundamental para dar paso a los principios antes mencionados, necesario para ganar confianza en futuros adeptos a emisión así como oportunidad, es decir, información fresca que sirva en el día a día del ciudadano común.

Ya no debe hablarse exclusivamente de la radio tradicional en ondas hertzianas pues hay que considerar las diversas modalidades de difusión por satélite dentro de plataformas de comunicación o de difusión directa al radiorreceptor y de distribución por cable. Durante los últimos años están surgiendo otras innovaciones de gran interés como la ciberradio o radio por internet y la radio móvil por telefonía celular, próximamente radio digital según lo señalado el 16 de junio de 2011 por el Presidente de México, Felipe Calderón Hinojosa: "que permitirá a los mexicanos recibir mas contenidos con mejor calidad de señal y que colocará al país al mismo nivel de las naciones más desarrolladas".<sup>56</sup>

Radio convencional, Ciberradio y Audioblogs o radioblogs son tres manifestaciones que expanden el desarrollo democrático de la radio desde la participación hasta la interactividad y su culminación en el diálogo e intercambios directos entre la sociedad civil. Para regenerarlas diariamente, la radio tiene que empezar por si misma, es decir, manifestarse ante la sociedad con una cultura democrática interna sólida. Difícilmente será creíble en éste terreno si no desarrolla en su interior lo que quiere fomentar en el exterior, en la sociedad.<sup>57</sup>

La inclusión obligatoria del radioescucha como principio obligatorio, motivándolo a participar con su opinión durante la emisión diaria, haciéndole saber que su aportación al espacio informativo es de fundamental importancia.

La cultura democrática tiene que traslucirse tanto en el planteamiento plural de los programas de noticias representativas de la sociedad como en los debates, con la presencia amplia de representantes de la sociedad en sus diversas dimensiones y no sólo la política, tal planteamiento conduce a ofrecer un servicio pleno a la sociedad.<sup>58</sup>

---

<sup>56</sup> <http://www.presidencia.gob.mx/discurso> Felipe Calderón, Presidente de México en los Avances de la Agenda de Radiodifusión, 16 de junio de 2011.

<sup>57</sup> Memorias de la Sexta bienal Internacional de Radio. p. 70

<sup>58</sup> Mariano Cebrián Herreros. La información audiovisual como un servicio a la sociedad, forja, Madrid 1983.

Existen planteamientos como el de los programas informativos en los cuales aparecen las exigencias generales de todo periodismo de calidad como son la veracidad, el interés general y el pluralismo.

Para la radio se plantean como principios básicos:

La objetividad, veracidad e imparcialidad de las informaciones

La separación entre informaciones y opiniones, la identificación de quienes sustentan éstas últimas y su libre expresión, con los límites marcados por la Constitución.

El respeto al pluralismo político, religioso, social, cultural y lingüístico

El respeto al honor, la fama, la vida privada de las personas y cuantos derechos y libertades reconoce la constitución

La protección de la juventud y la infancia

El respeto de los valores de igualdad recogidos en el artículo 14 de la Constitución

### **3.12 Control remoto al interior de la República Mexicana**

El primer control remoto -realizado por ABC Radio- se registra en noviembre de 1964, se trató de una corrida de toros desde el Toreo de la Aurora en Ciudad Nezahualcóyotl.

Hoy en día –y no es ninguna novedad- diversos espacios informativos o de entretenimiento realizan controles remoto en diversas partes de México, siempre y cuando su economía se los permita.

En el caso de Así lo dice La Mont se antepone el interés comunitario al económico, las salidas más frecuentes fueron al Estado de México y Morelos por la cercanía geográfica, San Luis Potosí por la filial XECZ de ABC Radio en aquella entidad, con estas acciones el titular siempre demostró que no se trataba de un comunicador más en y de la cabina, siendo fiel al término comunicador se interesó más por mantener **comunicación** con los actores de la realidad mexicana.

Los traslados corrían por cuenta del titular Federico La Mont, el operador de controles Manuel Hernández siempre con el respaldo de ABC Radio y el enlace telefónico en muchas de las ocasiones al salir a las calles y entrevistar a habitantes y trabajadores era responsabilidad de cualquiera de los colaboradores disponibles según agenda de trabajo y designación previa de responsabilidades por titular.

El control remoto a lo largo y ancho de la geografía de toda la República Mexicana en ciudades como Tijuana, Baja California; Los Cabos y La Paz, Baja California Sur; Chihuahua capital, Camargo, Ciudad Juárez en Chihuahua; Ciudad Victoria y Tampico Tamaulipas; San Luis Potosí; Xalapa, Veracruz; Otón P. Blanco, Cancún, Chetumal en Quintana Roo; Mérida, Yucatán; San Cristóbal y Tapachula, Chiapas; Chilpancingo y Acapulco, Guerrero; etcétera, se recibió invitación tanto de gobiernos estatales como locales quienes bien conocieron la responsabilidad, seriedad y objetividad de Federico La Mont al acercarse a la ciudadanía y sus demandas más sentidas.

Pero “Así lo dice La Mont” no solo sale a la zona conurbada del Distrito Federal, Estado de México, Morelos y otros estados de la República Mexicana sino también realiza transmisiones en vivo en otros países como en Colombia, Ecuador, Estados Unidos, Japón y Rumania con el objetivo principal de dar a conocer a través de sus autoridades el sector político, económico y turístico; “Así lo dice La Mont” participa en eventos de relevancia mundial como el Foro Económico Mundial celebrado en Davos, Suiza y reuniones Interparlamentarias en México.

La importancia es aproximarse a la comunidad apartada, alejada de la información con lo cual -de alguna manera- puede modificar estilo de vida, bienestar físico, administración económica, patrimonial y hasta higiene mental.

Fraternizar con diversas administraciones, distintos partidos políticos, autoridades, hermanar municipios, estados y países mostrando coincidencias que echen abajo el dicho: divide y vencerás, hacerlo para mostrar y recordar la esencia de liderazgo y objetivo común que siempre será el bienestar de gobernados al acercarlos a comunidad y palpar su realidad rutinaria.

El control remoto se convierte en columna vertebral del programa de radio al lograr alcances a nivel nacional, tiene cobertura desde Mexicali, Baja California

pasando por la Ciudad de México hasta Tapachula, Chiapas. Grupos étnicos en el territorio nacional se identifican con problemas no solo de otros grupos sino de las Ciudades más pobladas, se despierta el interés por descubrir cosas que antes les eran negadas o percibían como inalcanzables, con el control remoto la radio les lleva una región ubicada a miles de kilómetros de distancia hasta su lugar de origen.

### **3.13 Intervención de los radioescuchas.**

La radio pública se orienta al ciudadano, no al consumidor, no hay que contraponer radicalmente una cuestión con otra, pero si diferenciarlas. Todos somos usuarios y consumidores de objetos materiales e inmateriales pero por encima de ello somos usuarios.

La insistencia exclusiva en el consumo puede ser válida para la radio privada que considera la audiencia como objeto de consumo y cantidad de oyentes para incrementar los ingresos por la publicidad, la radio pública debe considerar sus audiencias como ciudadanos con sus derechos y deberes y contribuir al diálogo social, a la solidaridad y a la convivencia democrática.

La plena integración social y la copiosa participación de la audiencia en su programación otorgan a la radio una potente fortaleza para jugar un papel relevante en la cultura democrática internacional y de cada país. Las cartas, el teléfono, la presencia del público en los estudios para intervenir con el aplauso, la carcajada, el silbido o el pataleo, y la aportación de otras variantes de intercambio de la palabra han sido recursos para aproximarse a la aspiración de Bertolt Brecht de pasar a la radiodifusión unidireccional a la radiocomunicación bidireccional.

La radio es y sigue siendo dentro de los medios de comunicación tradicionales el de una participación más activa de sus seguidores hasta convertirse en coproductores de mensajes.

En la radio generalista y en la especializada se aprecia una alta participación de la audiencia

1.- mediante la presencia en los estudios de organización y producción de programas para incrementar el espectáculo sonoro.

- 2.- mediante los recorridos de la radio por las ciudades en remolques camiones y otros transportes.
- 3.- por la presencia en ferias, salones de exhibición y exposiciones rodeadas de visitantes que aportan sus opiniones y sentimientos ante lo observado.
- 4.- por la invitación y patrocinio de instituciones, asociaciones y organismos para que la radio acuda a las fiestas, celebraciones o promociones del lugar o un producto.
- 5.- por la intervención creciente de la audiencia en las tertulias y demás programas de debate.
- 6.- mediante las cartas, el envío de cintas magnetofónicas, por el teléfono fijo, móvil, correo electrónico y demás modalidades de internet aplicadas a la radio.
- 7.- en suma como resonancia del diálogo social al dar entrada a diversos oyentes para que se comuniquen familiarmente o debatan entre si, es la promoción de un aprendizaje social de convivencia.

*Llamadas del auditorio son contribución real al programa; hay que fomentar y creer en la participación real de la audiencia en la programación y en los programas concretos como protagonista.<sup>59</sup>*

Así lo dice La Mont no ignoró la importancia de la identificación del radioescucha con un programa de radio, por lo que aplicó las capacidades creativas de sus colaboradores para ofrecer a radioescuchas oídos a demandas y necesidades.

Federico La Mont, voz informativa y colaboradores – reporteros y analistas- representan figuras ciudadanas que día a día se enfrentan a problemas de rutina en la ciudad, provincia y pueblos de difícil acceso logrando con ello la identificación del radioescucha así como su preferencia al proporcionar temas relajados como la intervención de Jesús Corona, quien imita voces de personajes de permanencia en caldero político nacional e internacional, al mismo tiempo que ofrece crítica política con humor.

No totalmente Así lo dice La Mont se dedica al análisis y proporción de información -aunque en dosis pequeñas- también se preocupa en reconocer a radioescuchas preferencia y retribuir con algún detalle representativo de la época como flores en Día de las Madres, juguetes el Día del Niño, Pan de Muerto los primeros días de noviembre, rosca de reyes el 6 de enero, etcétera.

---

<sup>59</sup> Participación, interactividad y cooperación civil en radio. Memorias de la Sexta Bienal Internacional de Radio. p. 77

Premios que –si bien- no les obligan a ser radioescuchas asiduos les otorga libertad, pero sí les invita a instruirse en diferentes temas al lanzar una pregunta al aire que les comprometa adoptar una postura de público interesado en su realidad nacional.

Con lo anterior se define la importancia de la identificación del radioescucha con un programa de radio –cualquiera que éste sea- y es la permanencia de éste en el cuadrante nacional, sin nadie del otro lado del aparato radio receptor el programa de radio morirá.

### 3. 14 Reconocimiento

A radioescuchas que día a día con sus comentarios e inquietudes enriquecieron el espacio informativo Así lo dice La Mont, la lista a continuación proporcionada responde a los nombres de aquellos radioescuchas fieles –no sólo- a la sintonía del 760 de AM-ABC Radio sino a la emisión presidida por Federico La Mont, sirva pues de reconocimiento al público que jamás dejó de sintonizarnos, escuchar lo que el espacio tenía que informar pero sobre todo por participar.

Nombre	Lugar
Blanca Sánchez	Gustavo A. Madero
Gloria Jurado	Iztapalapa
Agustín Mondragón	Centro Histórico
Ernestina Peña	Ecatepec
Irma Aguilar	Gustavo A. Madero
José Sánchez	Iztacalco
Ismael Luna	Toluca
Lauro Cortés	Naucalpan
Raúl Hernández	Gustavo A. Madero
Ernesto Pereyra	Azcapotzalco
Gabriel Vergara	Huixquilucan
Marisol Chávez Aguilera	Cuautitlán Izcalli

Federico Alarcón	Iztacalco
Juan Sánchez	Naucalpan
Señora Servín	Cuauhtémoc
José Antonio Vázquez	Cuauhtémoc
Elvia Narváez	Benito Juárez
Raúl Galeana	Cuauhtémoc

### 3.15 “Así lo dice La Mont” en la web

Desde la primer quincena de febrero de 1997 Organización Editorial Mexicana puso a disposición de cibernautas su dirección en internet; [www.oem.com.mx](http://www.oem.com.mx), donde se pueden consultar los 60 periódicos editados en 26 estados del país.

OEM presentaba una liga que nos invitaba a la consulta de la pagina web de ABC Radio, aunque no nos permitía escuchar la transmisión en vivo. Fue hasta 2005 cuando ABC Radio ya contaba con su página en internet: [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx) y se apreciaba así:

Fotografía	Programa	Horario	Conductor
	ABC Noticias Así lo dice Lamont	6:00-9:00 hrs	Federico Lamont Ivette Díaz
	Esto es Deporte	6:45 , 7:45, 8:45 hrs	Alfredo Cocoltzi
	En voz alta	9:00-10:00 hrs	Flor Berenguer
	Aquí entre nos	10:00-11:00 hrs	Jorge Saldaña Laura Pérez
	ABC de la Magia	11:00-12:00 hrs	Karen Lara

60

Posteriormente ABC Radio se renovó y transformó su pagina de consulta, conserva la misma dirección en el ciberespacio y en ella podemos encontrar

<sup>60</sup> Página ABC RADIO 2002, en [www.lavela.com.mx](http://www.lavela.com.mx)



presentación, información general de la radiodifusora, frecuencias que en el interior de la República Mexicana forman parte de OEM-ABC Radio, programación diaria, fotografías de titulares de los programas noticiosos, espacio de opinión y link que nos permite escuchar la transmisión en vivo.

<sup>61</sup> Actual página web ABC RADIO [www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx), 2011

### 3.16 Opción de desarrollo para recién egresados

Se asevera es opción de desarrollo al tratarse de programa radiofónico hecho día a día, si bien existe alguien para realizar algo, es decir, que cada quien sepa qué labor le toca desarrollar, es un espacio para que de rienda suelta a su creatividad y proponer para innovar, pues en la radio aún no todo está escrito.

Quienes egresen de la carrera en Ciencias de la Comunicación y el mundo radiofónico sea más que atractivo, encontrarán en éste espacio una oportunidad real

para crecer profesional, laboral y personalmente al darse cuenta de que el campo laboral es competitivo y muchas de las veces hasta mal pagado, que para forjar una carrera como periodista, locutor, redactor o reportero habrá que picar mucha piedra y no solo darse por enterado o enterada de que cuenta con amigos, buena presencia o una hermosa voz.

El egresado podrá desarrollar potencial, si es que es de su interés el mundo de la radio equipará diversos programas, voces estaciones, programas, estilos y hasta la forma de abordar la información, su criterio ampliará su capacidad de análisis.

“Proponer”, punto toral donde muchos egresados encontrarán eco a su voz pues Así lo dice La Mont tiene la seguridad que existe talento que tanto merece ser escuchado como poner en práctica sus ideas que proceden de la sangre fresca de nuevas generaciones por destacar y contribuir en algo con su país.

### **3.17 Análisis “Así lo dice La Mont”, ¿por qué es un problema?**

A pesar de que el noticioso Así lo dice La Mont cumple con el objetivo de informar a la población no se puede estancar, tiene que pensar en aquellos radioescuchas que si bien solo buscan información y se muestran pasivos ante los problemas que no les atañen directamente -pero que son de suma importancia para otros sectores de la población- hay que buscar y proporcionar “ganchos” que los aten a la frecuencia del 760 de AM.

El informativo Así lo dice La Mont ha caído en un estado de “sueño” al escapar de sus manos puntos que no considera:

#### Fortalezas

1. **Titular joven**, interesado por la realidad política, económica y social mundial, altamente versado en historia y dominio de diversos idiomas, quien realiza análisis de escenarios en éstos temas y con ellos demuestra al público poseer alto grado de competencia ante líderes de opinión que sólo ocupan unos cuantos minutos de cualquier programa al aire sólo como meros analistas.
2. **Apertura y confianza del titular** por incluir en su equipo de trabajo a estudiantes y recién egresados con poca o nula experiencia laboral.

3. **Frescura de colaboradores** en aplicación diaria de todo lo aprendido durante la vida académica.
4. **Actualización de formatos**, basado en peticiones de radioescuchas y apertura de colaboradores.
5. **Inclusión** al aire de radioescuchas.
6. **Esfuerzo de equipo de trabajo** por crear cortinillas atractivas, consultar analistas de renombre e incluir segmento cómico.
7. **Experiencia** de titular, mesa de redacción y equipo de producción.

#### Oportunidades

1. **Competencia** de otros medios informativos: dominio de conocimientos generales de titulares, contenido de programa y manejo de información, oportunidad que puede aprovechar el capital humano para con ingenio, creatividad y responsabilidad atraer a potenciales radioescuchas para “Así lo dice La Mont”.
2. **Capital humano joven** deseoso de emprender, investigar, aplicar y difundir información.
3. **Interés de autoridades** delegacionales, municipales, estatales y federales por contribuir en difusión de proyectos, programas y planes de desarrollo para beneficio de la población.
4. **Contribución de radioescuchas** al comunicarse a los teléfonos en el estudio, envío de información y colaboraciones por medio de correos electrónicos o paquetería.
5. **Innovación** tecnológica.
6. **Migración** de banda.

#### Debilidades

1. En ocasiones el **titular llega tarde** al programa de radio
2. Abre en su lugar alguna **inexperta voz sustituta**, algún estudiante o pasante, si bien nos va, en la carrera quien se delata con un tono apresurado e inseguro al dar bienvenida, mencionar –otra vez cuando anteriormente lo hizo la cortinilla de entrada- que: “...bienvenido está usted escuchando Así lo dice La Mont”, y peor aún quemar al jefe: “... Federico La Mont ya estará por aquí con nosotros”, esto no sucede ni siquiera en ALFA 91.3 con Toño Esquinca y la Muchedumbre donde vaya que sí se notan sus ausencias.

3. **Patrocinios pagados** no cuentan con una cápsula especial fondeada con música de acuerdo al corte y enfoque deseado por dar al programa que denote frescura en contenido y energía de transmisión, la mención la hace el titular al aire, después brinca a una nota relevante para ir a comerciales y regresar con la entrevista del patrocinio como ocurre con el bufete jurídico Ramírez y Asociados.
4. Durante **lagunas por asuntos que deba atender el titular** –como despedir algún entrevistado o bien recibir la llamada de algún personaje de relevancia y difícil trato- el productor no previene que el titular se ocupará en otros asuntos por algunos segundos, es donde entran las voces sustitutas inexpertas o bien se generan lagunas que aunque de segundos parecieran no tener fin.
5. Cierre de programa lo hace con un solo estilo de música: “Rock de los 80 en Español”, por lo anterior habrá que cotejar la existencia de emisiones en la misma radiodifusora que se encargan de inyectarnos éste género musical bajo cualquier circunstancia, habrá que explorar la audioteca de la emisora, del programa y hasta las personales.

#### Amenazas

1. **Disciplina en aplicación de contenidos** en otros espacios informativos que resulten más atractivos para radioescuchas del medio día.
2. **Saturación de radiodifusora** al continuar inmediatamente con otros informativos.
3. **Demasiada apertura a juventud** puede derivar en inmadurez y poco conocimiento de principales actores, manejo de información y poca diplomacia para obtener entrevistas al aire.
4. Al tratarse de **campo competido confundirlo con carrera de velocidad** y no resistencia, es decir, tratar con visceralidad y explosividad ser los o de los mejores sin prudencia y responsabilidad.
5. **Caer en zona de confort** y evitar la competitividad por el desinterés de investigar y corroborar.

### 3.18 Propuesta

1. **Compromiso de titular** por llegar temprano o en su caso...
2. **...en lugar de la voz inexperta en vivo** que la misma voz inexperta se foguee en la elaboración de cápsulas diarias ya sea con la nota del día, algún acontecimiento de relevancia nacional o mundial digno de mencionarse, datos que puedan interesar a radioescuchas con un tema designado por día como salud, trámites oficiales o simplemente algún dato que a la audiencia pueda enganchar.
3. La **voz informativa** o en su caso sustituta que ante la ausencia del titular debe tener claro que no se trata de una exposición en clase donde se juegue la evaluación del mes, sino comprender que quienes lo escuchan pueden ser personas que vayan en su automóvil, amas de casa que hagan las labores cotidianas del hogar, vendedores ambulantes, establecidos o radiófilos que paseen solo por gusto en el cuadrante y ese día los tengan de visita, la transmisión será determinante para no dejarlos escapar.
4. **Patrocinios pagados** necesitan cápsula de introducción, musicalizada, con información interesante, voz en off modulada y agradable de excelente dicción lo cual al paso del tiempo y mayor práctica ante el micrófono no representará un problema o deficiencia en lo sucesivo, necesita notarse no solo la potencia en los watts con los que transmite la emisora sino en la potencia de trabajo en el equipo de "Así lo dice La Mont".
5. Para evitar las **lagunas** de tiempo e incluso información el productor debe estar prevenido y apoyado por su equipo de producción ya sea en la entrada al aire del resumen informativo de la hora, alguna cápsula ya hecha sobre algún tema o mejor aún cápsula introductoria a la entrevista que sigue.
6. En cuanto a la selección musical para el cierre del programa el equipo de producción debe valorar los diversos estilos -que no solo se dirigen a quienes eran jóvenes en los 80- clásica, tango, jazz, tecno, pop, en inglés, español, música típica de otras regiones -México es riquísimo en ese aspecto- banda, etcétera, etcétera, así como valorar el contexto nacional e internacional del momento, sería recomendable.

La radio en general, no solo la pública, debe fomentar la identidad común y diversidad identitaria de los ámbitos territoriales. Tiene que ser el ámbito de lo que identifica constitucionalmente a todos, así como las diversidades culturales presentes en los diversos territorios.

La organización en una red de centros territoriales de las cadenas permite combinar la presencia de la cabecera central con las aportaciones de cada uno de los centros, la radio pública se constituye en un espacio de encuentro y fomenta lo común y lo diverso. Establece una interacción no para la divergencia, sino para el encuentro y el intercambio.

Calidad, innovación, creatividad y experimentación con su correspondiente control de cumplimiento de su servicio público frente a la radio clónica predominante en la que las cadenas ofrecen lo mismo a las mismas horas como estrategia para acumular mayor cantidad de audiencia, la radio pública debe distinguirse por la búsqueda de la innovación de sus programaciones independientemente del mercado de audiencias creado por los demás como visión de servicio, debe fomentar la imaginación y creatividad en la programación general y en los programas particulares frente a la reiteración de las estructuras de programación y de programas debe ensayar la experimentación como ideal de superación de la oferta diaria y especial debe convertirse en la avanzadilla y propuestas nuevas, ya que el mercado lo abandona en aras de sacar el máximo provecho de lo trillado.

Conocimiento continuo de la audiencia mediante la investigación de la recepción ciudadana para mejorar el servicio. Frente a la implantación de la investigación de la audiencia como cantidad de personas para potenciar la publicidad o los votos, la radio pública debe afrontar otra investigación para mejorar sus servicios. Para ello deberá averiguar los procesos de recepción: asimilación, conocimiento del entorno e intraculturización.

### **3.19 Conformación de equipo, misión, visión y valores**

Durante más de 6 años de experiencia de labor en el programa radiofónico informativo Así lo dice La Mont se constata que actualmente requiere de enormes soluciones para hacer del programa un proyecto mejor organizado desde sus raíces más profundas en la conformación de su equipo, línea editorial, obtención de información, mayor participación no solo juvenil sino del mayor número de generaciones que con su energía y experiencia engrandecerán el contenido a promover entre la población mexicana.

## **Equipo**

1. Es necesario armarlo con hombres y mujeres comprometidos primero con la veracidad en la información y conciencia de quien la recibirá para su utilidad, segundo con el tiempo de transmisión pues nada es más valioso que el tiempo en que alguien más nos presta su atención como para no darle calidad en lo que escuche.
2. Profesionales dispuestos a dar lo mejor de si para hacer cumplir los puntos antes expuestos, que amen la radio y quieran competir contra las frecuencias que continuamente innovan, refrescan y ofrecen a la audiencia opciones atractivas para quedarse con ellos.
3. Ciudadanos comprometidos con sus similares para otorgar herramientas diarias de defensa, cultura, educación, conciencia social y hasta esparcimiento para crear un puente de comunicación confiable que proporcione una puerta donde ellos estén seguros de que les recibirán.

## **Misión**

Ser el mejor noticiario radiofónico que transmita información fresca y oportuna sin fines amarillistas para promover entre radioescuchas una conciencia social que les permita ser más críticos y exigentes con sus autoridades.

## **Visión**

Ser el espacio que de voz a quienes no la tienen, denuncie injusticias, muestre el camino a quienes desconocen sus derechos, proporcione información rápida y oportuna sin fines de lucro, promueva la educación cívica entre la población y provea de opciones de entretenimiento a todos los radioescuchas.

## **Valores**

El informativo “Así lo dice La Mont” observará y practicará en todo momento honestidad, veracidad, credibilidad, sensibilidad e inteligencia que no serán negociables al seno del equipo a los que se agregarán objetividad, tolerancia, oportunidad, pasión y trascendencia para ganar un lugar más que destacado entre la preferencia del público.

### **3. 20 Política de calidad**

En “Así lo dice La Mont” Estamos comprometidos a formar e informar, educar y mostrar que problemas de unos cuantos son de todos y mientras no se ataquen serán más grandes por lo que el compromiso por promover una cultura de conciencia social, ambiental y de salud se hace más fuerte con el paso del tiempo, se prestará especial atención a la mejora continua de procesos al obtener y difundir información, adecuación a las nuevas tecnologías que ayude a avanzar en el menor tiempo, ofrecer mayores opciones de acceso y resultados al público radioescucha para ofrecer un mejor producto ante la creciente competencia en la radio nacional e internacional difundida a través de internet.

### **3.21 Conclusiones**

Es así como el presente trabajo en su modalidad de tesina pretende dar a conocer la labor realizada en y por el programa noticioso y de análisis “Así lo dice La Mont”, se reconoce la trascendencia de su colaboración con la optimización del incremento en calidad de vida en apartadas comunidades de México.

“Así lo dice La Mont” es un espacio informativo noble en su espíritu y objetivos, cuenta con un titular sumamente preparado, culto e informado de las circunstancias en que se desenvuelve la política, economía y sociedad internacional, interesado por el rumbo ambiental y de salud, por lo cual Así lo dice La Mont tiene garantizados sus contenidos y rumbos para los que inicialmente fue concebido.

Se repasó –nuevamente- un poco de la historia de la radio en nuestro país, su influencia en el desarrollo histórico de México, distribución de su espectro, número y nombre de radiodifusoras en el territorio nacional así como la lista de diversas frecuencias en que se puede sintonizar ABC Radio a lo largo del territorio nacional.

Gracias a lo anterior se conocen sus inicios, identidad, esencia, programación, puntos fuertes, retos y compromisos de ABC Radio en su batalla por ganar espacios en AM y competencia ante FM,

“Así lo dice La Mont” como plataforma de desarrollo para una nueva generación radiofónica llevada de la mano por un titular joven que entiende la necesidad de contemporáneos por destacar y desarrollar una exitosa carrera profesional de líderes



comprometidos con México, se proporcionó lista de colaboradores entre los años 2002-2007 que hicieron posible el esfuerzo informativo de contribución social y se exploraron perfiles profesionales de conductores.

“Así lo dice La Mont” concebido como programa de radio enfocado a temas políticos evoluciona desde hace 14 años de transmisión ininterrumpida sin olvidar al ama de casa, al profesionista independiente, los estudiantes y el público infantil para la mejor comprensión de su realidad política, manejo de su economía, opciones en desarrollo profesional y defensa de sus derechos fundamentales como seres humanos y ciudadanos.

Así lo dice La Mont demuestra importancia trascendental al registrarse en la historia radiofónica de México como promotor de conciencia social en diversos rubros como salud y ecología, fundamentales para la transformación de las comunidades en el país, es como se supera la concepción de la radio como mero transmisor de voz siendo difusor de información y medio de comunicación entre realidades y públicos

Es por ello que no se debe olvidar como punto primordial atacar la falta de preparación en contenidos de cada emisión radiofónica, pues ya lo señala el libro “La radio, el despertar del gigante”, una de las características de la radio moderna es que –generalmente- la programación de las emisoras requiere muy poca preparación, para el equipo de “Así lo dice La Mont” ésta observación no deberá ser ajena pues un exceso de confianza se traducirá en retraso cuyos motores pueden ser el desinterés y la irresponsabilidad debido a una caída en zona de confort.

“Así lo dice La Mont” cuenta con una audiencia sumamente familiarizada con él a lo largo de 14 años de transmisión en ABC Radio de Organización Editorial Mexicana, radioescuchas cautivos por las ideas que genera su titular, valores que cultiva en ellos y apoyo que cosecha a través de la participación activa en cada programa, sea transmitido desde el lugar que sea.

Ellos, los radioescuchas son cada vez más acuciosos e inquisitivos con lo que el equipo pueda llegar a ofrecer por lo que no sobra decir que uno de los estandartes será la imparcialidad al abordar temas de mayor polémica pero -sobre todo- la minuciosa documentación para atrapar el interés de quienes favorecen al espacio informativo con su preferencia.

Invita a la participación en su manufactura no sólo a estudiantes y recién egresados sino a todo aquel interesado –claro, siempre y cuando se trate de un agente responsable- en difundir una idea, algo que promueva la conciencia social para la resolución de problemas que generen demandas, igualmente invita a autoridades, intelectuales y todo público a buscar soluciones.

Es por ello que “Así lo dice La Mont” no debe caer en la ya mencionada zona de confort, ya sea porque está hecho por estudiantes y recién egresados que tal vez no exigirán mucho en dinero o en horas de trabajo, sino que debe tener visión para invertir un poco más económica e intelectualmente, al igual que en la administración de tiempos y visión real para cumplir con los objetivos.

“Así lo dice La Mont” practica periodismo objetivo que ante toda declaración de líder, dirigente, social o político consulta y también toma en cuenta manifestaciones y derecho de réplica de detractores, opositores y expertos en la materia abordada.

“Así lo dice La Mont” realiza un periodismo de investigación con actitud crítica de la realidad nacional e internacional, ante el citado contexto comunica al oyente aspectos de la vida cotidiana que dirigentes prefieren mantener bajo reserva.

El periodismo de investigación va más allá de la reproducción de mensajes de terceros acompañada de análisis crítico de documentos, dedica espacio a monitorear de cerca actividades de principales actores políticos y sociales para así contar con el pulso nacional, sale a comunidades apartadas y transmite vía telefónica y microondas al territorio nacional para acercar a comunidades e identificarlas con problemas y necesidades, para explorar posibles soluciones y llevarlas a culminar en resultados satisfactorios para ambas partes: autoridades y gobernados a control remoto a nivel nacional.

“Así lo dice La Mont” está satisfecho al cumplir con el compromiso social por informar –sin afán amarillista- a la opinión pública nacional sobre los problemas que México enfrenta por lo que argumenta y somete al escrutinio público declaraciones de las autoridades pues el equipo de trabajo está convencido de que la verdadera democracia requiere ciudadanos bien informados y periodistas audaces que antepongan el compromiso de informar por encima de los intereses personales.

Evita el sensacionalismo que tiende a simplificar problemas públicos complejos, el programa está dedicado a reflejar la reconstrucción de la realidad con puntos de vista novedosos y distintos enfoques de los acontecimientos.

Emplea lenguaje directo, claro y preciso lo que lo hace comprensible e interesante para el grueso de la población con lo cual responde a expectativas de la ciudadanía plural, crítica y demandante de información actualizada que saca sus propias conclusiones y formule un juicio crítico que sea punto de partida para una futura toma de decisiones.

Echar mano de todos los recursos que La Organización Editorial Mexicana puede aportar con sus más de 60 diarios al interior de la República Mexicana y equipo de profesionales para renovar la esperanza de vivir en un mejor México.

Existen programas con muchos años al aire pero que no pierden su vitalidad porque cambian sin perder la perspectiva original del programa, cuando éste último se paraliza – es decir que se estanca y no hace más por refrescarse- está condenado irremediablemente a salir de la programación.

La modernización de la radio y su incursión en la web no es ajena para Así lo dice La Mont, por lo cual también se muestra la búsqueda, inclusión y hallazgo e internet, uso de diversas herramientas en la última como lo son las redes sociales donde podrá ganar más adeptos al ampliar radio de acción sin abandonar la radio convencional pero otorgando oportunidad a usuarios de la red mundial dentro o fuera de territorio nacional.

Por lo cual queda claro que para entender el presente y mejorar para el futuro es necesario tener siempre en consideración la historia y objetivos originales con los cuales fue concebido “Así lo dice La Mont”: Honestidad, Objetividad e Imparcialidad para no perder de vista la identidad e importancia de éste programa informativo, así como tener clara su oferta con una nueva propuesta como la conformación en su equipo de trabajo, misión, visión, valores y política de calidad.

Sirva pues de reconocimiento a la trayectoria de su titular y formación de profesionistas que integraron las filas de este programa radiofónico, la tenacidad de aquellos quienes lo mantienen al aire y para los cuales es de fundamental importancia contribuir en algo a la transformación de los valores que día a día intentan por hacer

de México –aunque a veces no lo pareciera ante inusitada y desatada violencia - un mejor lugar para vivir.



Micrófono con actual logotipo de ABC Radio. Foto Ivett Díaz.

## BIBLIOGRAFÍA

AGENDA DE LA COMUNICACIÓN 2011, Editorial ISEF, Ley Federal de Telecomunicaciones, Pp. 29.

AGENDA DE LA COMUNICACIÓN 2011, Editorial ISEF, Ley Federal de Radio Televisión, Pp. 27.

ALBERT Pierre y TUDESQ Andre Jean. Historia de la radio y la televisión. Colección Breviarios, Editorial Fondo de Cultura Económica. París, Francia. 2002. Pp.169.

ALVA DE LA SELVA Alma Rosa. Radio e ideología. Ediciones El Caballito, México. Primera edición 1991. Pp. 138.

ANDA GUTIERREZ Cuauhtémoc. Importancia de la radiodifusión en México. Grupo Noriega Editores, Primera Edición, México 2004. Pp. 306.

ANDA y RAMOS Francisco. La radio el despertar del gigante. Editorial Trillas, Segunda edición 2003. Pp. 542

AVILA Raúl. De la imprenta a la internet: la lengua española y los medios de comunicación masiva. El Colegio de México, Asociación de Radiodifusores de México. México, 2006. Pp. 240.

CAMACHO Lidia. El radioarte un género sin fronteras. Editorial Trillas. México, 2007. Pp. 187.

CEBRIAN HERREROS Mariano. La radio en la convergencia multimedia. Serie Multimedia Radio. Editorial Gedisa, Primera edición Barcelona 2001. Pp. 269.

CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Declaración universal de los derechos humanos, Publicaciones Administrativas Contables Jurídicas, S.A de C.V. Pp. 168.

Diccionario Esencial de la Lengua Española. Real Academia Española. Espasa Calpe, España 2006. Pp.1631

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB Fátima. La radio mexicana centro y regiones. Ediciones Casa Juan Pablos. México, 2003. Pp. 188.

FERNÁNDEZ RUIZ Jorge y Santiago Sánchez Javier, coordinadores. Régimen jurídico de la radio, televisión y telecomunicaciones en general. Culturas y sistemas jurídicos comparados. Universidad Nacional Autónoma de México. México 2007. Pp. 424.

GARCÍA CÓRDOBA Fernando. La Tesis y el trabajo de tesis. Recomendaciones metodológicas para la elaboración de los trabajos de tesis. Editorial Limusa. México 2008. Pp. 79.

GONZÁLEZ LUNA BUENO Federico, et al. La regulación de las telecomunicaciones. Editorial Miguel Ángel Porrúa. México, 2007. Pp. 460.

LINARES Marco Julio. El guión. Elementos, formatos y estructuras. Editorial Pearson/Prentice Hall. Sexta Edición. México 2002, Pp. 280.

MATTELART Armand y Michele. Los medios de comunicación en tiempos de crisis. Editorial Siglo XXI. Octava edición, 2003. Pp. 259.

REBEIL CORELLA Maria Antonieta, Alva de la Selva Alma Rosa, Rodríguez Zárate Ignacio. Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio. Editorial Trillas México 2005. Pp. 314.

RODERO ANTÓN Emma. Producción radiofónica. Editorial Cátedra, Signo e Imagen, Primera edición, México 2005. Pp. 288.

RODRÍGUEZ RESÉNDIZ Perla Olivia y Ortega Carmona Leopoldo. Memorias de la Sexta Bienal Internacional de Radio. México 2006, Radio Educación. Pp. 279.

SOLÍS LEERÉ Beatriz, Coordinadora. Los medios electrónicos en el marco de la Reforma del Estado en México. México, Primera edición, 2002. Pp. 339.

TELLERÍA TOCA Evelio. Diccionario periodístico. Editorial Oriente, Santiago de Cuba 1986. Pp. 302.

VILLANUEVA Ernesto. Diccionario de Derecho a la Información. Miguel Ángel Porrúa-UNAM. Primera edición, agosto, 2009. Pp. 1363.

VITORIA Pilar. Producción radiofónica. Editorial Trillas. México, 1998. Pp. 124.

¿Qué legislación hace falta para los medios de comunicación en México?. AMEDI y Konrad Adenauer Stiftung, Primera edición, México, 2009. Pp. 173.

Microsoft Encarta. Biblioteca de consulta 2003

Revista Frecuencia X, Leyendo la Radio. Directora general Eugenia Santa María, Año 1, No. 5, 2006, Pp.30

Revista AM + FM, Radio Guía y Entretenimiento, Editor Félix Parral, No. 20, abril-mayo 2010, Pp.50

### **CIBERGRAFÍA**

<http://www.mexicoradiotv.com/> Fred Cantu's mexicoradiotv.com Mexico DF. Lista Estaciones de Radio. Viernes 5 de marzo de 2010. 21 horas 20 minutos.

[www.abcradio.com.mx](http://www.abcradio.com.mx), lunes 5 de abril de 2010, 19 horas.

<http://books.google.com.mx/> Apuntes para una historia de la radio mexicana, Sánchez de Armas Miguel Ángel, lunes 5 de abril de 2010.

<http://www.presidencia.gob.mx/discurso> Felipe Calderón, Presidente de México en los Avances de la Agenda de Radiodifusión, 16 de junio de 2011.