

---

# Fuentes y pistas para desentrañar la historia regional de los medios masivos

FRANCISCO DE JESÚS ACEVES GONZÁLEZ\*

---

*Para llegar al lugar que no conozco,  
debo recorrer el camino que no co-  
nozco.*

*San Juan de la Cruz*

## *Preámbulo*

A principios de la década de los ochenta, sugerí como propuesta para el trabajo final de mis alumnos del curso de "Investigación de la Comunicación" en la UNIVA, que intentaran una descripción histórica del desarrollo de los medios de comunicación en Jalisco. Invariablemente, la respuesta fue la esperada: "Maestro, no existe nada escrito sobre la historia de los medios en Jalisco". En rigor, la respuesta era casi totalmente cierta.

En efecto, a excepción de los dos volúmenes del estudio sobre el periodismo tapatío, realizado por Juan B. Iguíniz (1955), el cual presenta una sucinta descripción de los diarios de Guadala-

---

\* Centro de Estudios de la Información y la Comunicación, Universidad de Guadalajara.

para durante el periodo 1809-1915, no se encontraba en las bibliotecas de nuestra ciudad ninguna otra publicación acerca del tema propuesto.

Esto lo sabía de antemano. Entonces, de lo que se trataba, pues, era de indagar sobre lo que “no existía nada escrito”. Se trataba, precisamente, de escribir lo no escrito. De reconstruir los acontecimientos, de describir los hechos, es decir, de contar la historia. Se buscaba, en concreto, realizar una investigación de tipo histórico sobre un objeto, que al parecer no había sido capaz de suscitar el interés de los historiadores.

Para quienes transitamos por el todavía novel y en muchos casos ninguneado campo de la comunicación, resulta harto frecuente encontrarnos con una serie de “vacíos” de conocimiento cuya solución necesitaría el concurso de especialistas de otras ramas de las ciencias sociales (economistas, psicólogos, antropólogos, lingüistas, historiadores...); y resulta habitual, que ante la ausencia de tales estudiosos, los comunicólogos, sin esperar autorización, decidamos improvisarnos como economistas o historiadores de la comunicación.

Tal situación, obviamente, plantea no pocos problemas. Ciertamente en el caso específico de la historia, los historiadores no son responsables de que los medios masivos, en la medida que son fenómenos cuyo pasado se mide en décadas, y por tanto, los papeles que contienen su historia no hayan logrado adquirir ese tono amarillento, ni se hayan penetrado de ese tufo a humedad, valores tan caros a los amantes de Clío; resulta entonces comprensible, que ni la prensa y menos aún la radio y la televisión, les interesen como objetos de estudio.

Pero para los comunicólogos, los medios masivos de comunicación asumen una importancia vital, se trata, nada menos, que de los espacios en que se desempeña nuestra actividad profesional. No podemos esperar, entonces, el concurso de los historiadores. Tenemos que convertirnos, necesariamente, en historiadores de los medios.

Frente a esta situación decidí realizar el intento de escribir una parte de esa historia: la correspondiente a la radio y la televisión en el estado de Jalisco en México. El camino recorrido en esta empresa, sus pistas y desvaríos, sus hallazgos, sus proble-

mas y sus desafíos es lo que pretendo exponer en el presente artículo.

No puedo proseguir sin dejar constancia de la iluminadora influencia y el estímulo recibido por la lectura de un texto de Luis González. Aunque ciertamente lo descubrí cuando la investigación se encontraba en fases muy avanzadas, resultó gratificante escuchar (leer) de un historiador tan respetable, conceptos sobre cuestiones de método, que de alguna manera ya los había hecho propios. Escribe don Luis González:

Alguna vez creí a pie juntillas en un método histórico tan visible y expedito como una supercarretera y que un historiador sólo podría resucitar el pasado mediante una minuciosa y un seguimiento fanático del método. Ahora me inclino a creer que la historia carece de un método unívoco. Los historiadores son personas que hacen cosas muy distintas de maneras muy diferentes. Llegan a donde van por muchos caminos (González 1988).

### *Por los senderos de la historiografía comunicacional*

Ciertamente, al despuntar la década de los ochenta, los estudios que ofrecían una visión histórica sobre los medios de comunicación masiva en México se podían contar con los dedos de las manos. Aunque habría que encontrar sus antecedentes en los trabajos elaborados por Enrique Maza (1969) y Julio del Río Reynaga (1972), se pueden (deben) considerar entre los pioneros en el estudio de los medios masivos a Felipe Gálvez (1976), Fátima Fernández Christlieb (1982) y Fernando Mejía Barquera (1981), por señalar solamente a quienes nos sirvieron de inspiración.

Sin embargo, estos estudios se concentraban casi exclusivamente en el desarrollo histórico de los medios "a nivel nacional", que en buen cristiano significa, en el centro de México, es decir en el Distrito Federal. No existían evidencias de estudios de esta naturaleza en el ámbito regional.

Por otra parte, algunos de los textos mencionados, solamente los conocimos en el transcurso de la investigación, de tal manera que sus aportaciones metodológicas, las cuales detecté en el escudriñamiento de los textos, las fui incorporando a lo largo del recorrido investigativo.

*Para empezar se necesita curiosidad  
y algo (un marco contextual) más*

Los manuales de metodología, en ese entonces el que usé de cabecera fue el de Ezequiel Ander-Egg (1980), recomiendan iniciar la investigación definiendo un marco teórico que le sirva de sustento. Por tratarse de una indagación histórica entendí que lo conducente era elaborar un marco contextual. El trabajo se realizó y cobró cuerpo en una tesis de licenciatura (Aceves 1986), sin embargo, al pasar de la seguridad de los caminos bibliográficos, a la densa espesura de un territorio casi virginal, me enfrenté al hecho de que partía —casi— de cero.

Ciertamente la ubicación del fenómeno regional en un contexto nacional y supranacional permitió establecer algunas referencias en el estudio, pero nada más.

Lo que interesaba saber, y me había impulsado a consultar una extensa bibliografía, permanecía aún desconocido.

*Para escribir una historia solamente  
se necesita encontrar a quien la tiene*

Sabía que la historia debería estar por alguna parte y que esos lugares no eran muchos. En concreto, sabía que la podría encontrar en el cerebro de sus protagonistas que aún vivían, y también suponía que podría estar en las páginas de los diarios que recogen la historia cotidiana.

En principio, el testimonio de los protagonistas parecía un camino adecuado. Sabía, por la experiencia de los alumnos, lo difícil que resultaba concertar entrevistas con los responsables de los medios. Entre paréntesis, habría que mencionar que el campo de la comunicación presenta un perfil muy peculiar, que se caracteriza por la extrema cautela y la exagerada discreción, con que los propietarios de los medios se refieren a su actividad pública. Existen verdaderos sótanos impenetrables en estas empresas.

Sin embargo, intenté algunas entrevistas. Conseguí hablar con uno de los técnicos del Canal 4 que laboraba ahí desde su nacimiento. Los resultados fueron desalentadores. Descubrí que

casi nada podía recuperar de la entrevista. Entre otras cosas, por la imprecisión de las fechas en algunas modificaciones que se habían realizado en el Canal, podría ser 1963 o 1965. Pero sobre todo, descubrí que no tenía preguntas que formular. En efecto, por paradójico que pueda parecer, no podía elaborar preguntas inteligentes, sobre algo que me era totalmente desconocido. No, si lo que pretendía era una reconstrucción de los hechos.

El testimonio de los protagonistas resulta útil para conocer las intenciones y la valoración que los mismos tuvieron sobre los acontecimientos investigados. Pero poco sirven, para el establecimiento preciso de los acontecimientos relevantes y de las fechas en que sucedieron. Una entrevista realizada por Luis Rojas (1986) a uno de los pioneros de la radiodifusión jalisciense, Don Salvador Galindo, ilustra claramente esta situación. En su testimonio, el entrevistado afirmó:

Mire usted, la primera estación comercial que hubo aquí fue XEA, que era propiedad de los señores Palos Sauza, Eso fue por el año de 1923... luego, don Eladio Sauza, "el del tequila", solicita una concesión, se la otorgan y nace XED en el año de 1935... en aquel entonces existían las radio-rocolas RE 45, que costaban 840 pesos y contaban con radio fonógrafo...

Tres afirmaciones que son básicamente incorrectas. En 1923 los hermanos Palos Sauza dirigían una estación que se encontraba ubicada en los Altos del Teatro Degollado y cuyos usuarios eran los escasos propietarios de algún aparato receptor. La identificación de XEA la recibe hasta 1931, y asume un carácter comercial hasta 1932. En el caso de la XED, inició sus transmisiones en agosto de 1932, es decir tres años antes de la fecha indicada por el entrevistado. En relación al precio de las radio-rocolas, la Radiola RC Westinghouse costaba \$220.00, cantidad que representaba casi dos años de salario mínimo. Hacia 1936, se podía adquirir a crédito un radio Westinghouse, con un enganche de solamente \$2.50.

Es muy posible que el historiador de los medios que se incline por la vía de los testimonios, termine acumulando una considerable cantidad de materiales como el arriba descrito (y criticado). Indudablemente la versión de los protagonistas es muy valiosa, pero es insuficiente para entrar a la historia.

Más que la palabra hablada, es la palabra escrita —cuando existe— la que nos permite introducirnos en forma adecuada a la historia. Afortunadamente, en el caso de los medios masivos encontramos una variedad no desdeñable de fuentes documentales.

### *De cómo zambullirse en las fuentes (documentales) y no ahogarse*

Una vez tomada la opción documental como vía de entrada para historiar a los medios, se planteó un doble problema. Por una parte, identificar dichas fuentes, y por otra parte, cómo utilizarlas.

En relación al primer problema, encontré que la fuente principal la constituían los diarios, semanarios y revistas, tanto locales como nacionales. Aunque también existían otras fuentes, que no pueden despreciarse, como los censos oficiales, y en forma especial, los documentos que alberga el Registro Público de la Propiedad.

La utilización de cada fuente, plantea la necesidad de establecer un procedimiento que permita la búsqueda y recuperación de los datos, en forma confiable y sistemática.

Cuando la historia que nos preocupa es casi desconocida, como era en mi caso, resulta muy importante obtener en primer lugar una visión panorámica lo más amplia posible, del objeto en cuestión. En este sentido, descubrí que el procedimiento que resultaba más productivo, era el de segmentar el periodo histórico en años de calendario y considerar estos años como unidades de análisis. De esta manera, la recopilación de datos se sistematizaba y simplificaba.

Opté entonces por dividir el acercamiento a las unidades de análisis en tres fases, cada una relacionada con el carácter de la publicación analizada. Distinguí, pues, tres tipos de publicación: revistas mensuales, semanarios y diarios.

En la primera fase, seleccioné algunas revistas mensuales (tanto nacionales como locales), en cuyo contenido esperaba encontrar noticias relacionadas con el objeto de estudio. Descubrí que las de tipo informativo con sección dedicada a los espectáculos, o las especializadas en espectáculos, eran las que contenían

mayores datos. Pero, también resultó útil usar revistas con cierta especialización, como las "femeninas" y las publicaciones científicas. Otra fuente documental importante la constituyeron los boletines mensuales editados por instituciones de diversa índole (empresas, cámaras comerciales, industriales, ayuntamientos, etcétera).

En la segunda fase, revisé algunos semanarios (al menos uno nacional y varios de la localidad), mediante los cuales, conjuntamente con los datos obtenidos en las revistas, establecí un primer contorno de la evolución de la radio y la televisión en el año referido.

Resulta evidente la conveniencia de este procedimiento. En la revisión de relativamente pocos ejemplares (doce en el caso de las revistas y 52 en el de los semanarios), se obtiene una visión global de todo un año. Con la elaboración de este entorno, estaba en mejores condiciones, en la medida que se habían detectado algunas fechas importantes (creación de una radiodifusora, promulgación de decretos, infraestructura tecnológica, conflictos laborales, etcétera) para la revisión de los ejemplares cotidianos.

En la tercera fase, me aboqué a la revisión de los diarios. Aunque esta revisión se realizó ejemplar por ejemplar, la búsqueda se hizo más ágil en la medida en que se habían podido detectar algunas fechas claves.

De esta manera, las fuentes hemerográficas posibilitaron elaborar un perfil bastante aproximado de las vicisitudes del desarrollo histórico de los medios de difusión.

Empero, otra fuente documental para la elaboración de la historia de los medios, de singular importancia y valor, la constituía el Registro Público de la Propiedad. Esta pista, que tomé de Fátima Fernández, resultó de una utilidad extrema. Efectivamente, en el Registro detecté las empresas que realizan actividades relacionadas con el objeto de nuestro estudio, las fechas en que se constituyeron, los propietarios de las mismas y el nombre y monto de los diversos accionistas, y en algunos casos, al acceder a los documentos originales, obtuve datos invaluable sobre diversas cuestiones tales como inventario de las empresas y protocolizaciones de las actas de asamblea de sus accionistas. Sin embargo, el rastreo de información en el Registro Público, para

quien no es empleado de alguna notaría o despacho de abogados, resulta bastante oscuro y complicado.

Los túneles informativos de esta fuente pueden extraviar a un investigador ansioso o distraído. Como siempre, el verdadero tesoro se encuentra al final del túnel, por lo que no debemos conformarnos con los hallazgos iniciales. El camino tiene muchos vericuetos, pero vale la pena intentar una descripción, en aras de aliviar el esfuerzo y ahorrar el tiempo, de los investigadores que pretendan utilizarlo.

### *Por los laberintos del Registro Público de la Propiedad*

Confieso que mi primera incursión investigativa a los archivos del Registro Público de la Propiedad, tuvo como resultado una endiablada jaqueca y un no menor sentimiento de frustración. De repente, me encontré sumergido en un mundo donde todas las personas se movían, hablaban, intercambiaban referencias, con una velocidad sorprendente y un vocabulario ininteligible. El lugar nada tenía de parecido a la tranquilidad de la sala de lectura de la hemeroteca en la Biblioteca Pública del Estado, ni a la parsimonia que los empleados exhibían generosamente, al proporcionarme los materiales de consulta. Para empezar, no había sillas, solamente una mesa central flanqueada por dos hileras de algo que parecían confesionarios, los cuales se trataban de espacios para realizar la consulta con alguna reserva. Los empleados surcaban velozmente entre los estantes y solamente de vez en cuando se acercaban al mostrador para entregar los tomos que les eran requeridos. No había oportunidad de preguntarles nada, la solicitud se hacía pergeñando en un papel cualquiera, los datos del tomo a consultar. Sin mediar palabra tomaban el papel y momentos después, si el tomo no estaba siendo utilizado, aparecían con el material solicitado.

Esta descripción se ajusta al procedimiento que existía en el Registro Público de la Propiedad del Estado de Jalisco, la situación era diferente en el caso de oficinas que contaban con sistemas de ordenamiento más avanzados, como el caso del Registro de la Propiedad del Distrito Federal. Ignoro actualmente la situación en que se encuentran los sistemas de operación de estas

oficinas en los diferentes estados, sin embargo, pienso que los mecanismos que utilicé para la indagación, pueden resultar de alguna utilidad todavía.

Para el caso de realizar una búsqueda en oficinas que cuenten con información computarizada, resulta indispensable proporcionar el nombre correcto de la razón social de la empresa a investigar. En principio, el interesado no tiene acceso al catálogo de inscripciones, por lo cual, si uno carece de información certera, la búsqueda puede resultar infructuosa. Así, la enorme ventaja de tener la información en una base de datos, se convierte en desventaja al no poder hacer en trámites normales uso de ella. El procedimiento sería solicitar por los conductos burocráticos necesarios, o mediante un "acuerdo" con el operador, la realización de búsquedas más amplias.

Para el caso de oficinas que no cuentan con información computarizada, el procedimiento es un poco más complejo. El primer paso consiste en solicitar el catálogo de las empresas registradas. A propósito, el Registro Público solamente alberga empresas constituidas mediante cualquier tipo de sociedad mercantil, por lo que resultaría inútil buscar información sobre empresas que se rigen bajo el esquema de "persona física". En el caso concreto de los medios de comunicación, un corto pero no despreciable número de estaciones radiofónicas, se encuentran en esta situación. En contraste, en virtud de las disposiciones legales que obligan a toda sociedad mercantil a registrarse, en las oficinas respectivas de la entidad en donde realizarán sus operaciones, es prácticamente seguro encontrar datos relacionados con las mismas en los Libros del Registro Público de la Propiedad.

La búsqueda en el catálogo, aunque parece una actividad sencilla, debe contemplar ciertas precauciones. La primera es que las empresas de medios se encuentran registradas con el nombre de la sociedad mercantil que las alberga, siendo esto de una importancia crucial para una búsqueda exitosa. Podría suceder que un investigador distraído, limitara la búsqueda de empresas radiofónicas, a las enlistadas en el rubro de las "R". Ciertamente encontrará a "Radio Sinfonía S.A.", "Radio Comerciales S. de R.L.", "Radio Felicidad S.A.", etcétera, sin embargo, no localizará a empresas como "Cía. Radiofonográfica de Guadala-

jera”, “XEHK La voz de Guadalajara” y “XEAV Canal 58”, inscritas bajo los rubros “C” y “X” respectivamente. Resulta, pues, altamente conveniente, que de ser posible el investigador conozca las denominaciones de las sociedades mercantiles que manejan las empresas de medios. Tratándose de la prensa escrita, la denominación mercantil se encontrará, invariablemente, en cualquier ejemplar del periódico de que se trate. No obstante, en determinadas ocasiones resulta muy difícil conocer tales denominaciones. Esto es particularmente cierto cuando se trata de empresas muy antiguas y que han dejado de operar como tales. En este caso, mi recomendación es revisar, si se tiene acceso al catálogo, con cierto detenimiento además de los rubros “R”, “T”, “C” y “E” (en donde se encontrarán la mayor parte de las empresas dedicadas al periodismo, la radio y la televisión), a las inscripciones que se encuentran en la “S” (sistema) y la “X”.

Ahora bien, una vez localizada la empresa, el catálogo proporciona tres números referidos a la inscripción, libro y folio, así como la oficina en que se encuentra el registro. Por ejemplo, la empresa “Televisión Tapatía S.A. de C.V.” proporciona los números 148 - 13 - 295 Primera Oficina. Lo que corresponde a la inscripción 148, del Libro 13, folio 295 de la Primera Oficina.

En esta primera inscripción que por sí sola puede deslumbrar al investigador, se encuentran de manera sintética todas las acciones realizadas por la empresa mencionada que se encuentran registradas en esa dependencia (acta constitutiva de la empresa, aumento de capital, otorgamiento de poderes, protocolización de modificaciones en el Consejo, etcétera). Sin embargo, es necesario advertir que se trata de una síntesis, y que todos estos registros remiten a otro material donde se presenta en forma más extensa.

Tal vez la narración de una búsqueda puede ejemplificar mejor este procedimiento. Tomemos el caso de uno de los hallazgos que me produjeron mayor satisfacción y que se relaciona con la historia de Televisión Tapatía. En la inscripción 148 del Libro 13, entre los diversos registros se encontraba uno referido a un cambio en el Consejo de Administración. La información remitía

a la inscripción 52, del Libro 54, folio 107, de la Tercera Sección, de la Primera Oficina. Al revisar el Libro 54, me encontré con una síntesis de la protocolización del acta de asamblea celebrada el 18 de enero de 1964, en la cual se eligieron los nuevos miembros del consejo. A primera vista, la información resultaba interesante, ya que por primera vez Don Alejandro Díaz Guerra, el pionero de la estación televisiva, no figuraba en el Consejo. Sin embargo, la inscripción remitía a su vez, a la copia No. 37 del Libro 2962, de los Documentos Generales.

Al examinar el Libro 2962, me topé de golpe, con una copia del acta de protocolización, en la que se reproducía en forma íntegra, fragmentos completos del Acta de Asamblea realizada el 18 de marzo de 1964. La corrección de la fecha de realización de asamblea no fue el único punto sorprendente, sino que lo extraordinario fue encontrar en el contenido del texto, una declaración verbal de Don Salvador López Chávez, otro de los pioneros de la empresa televisiva, en la que señalaba como una de las causas de los problemas financieros que enfrentaba la empresa “al enfriamiento que existe de parte de los anunciantes, tanto nacionales como locales, para proporcionar publicidad a esta empresa”. La lectura de estas líneas me emocionó profundamente, no sólo porque esta declaración corroboraba una de mis hipótesis en torno al hostigamiento hacia esta empresa local por parte de Tele-sistema Mexicano, mediante el *boicot* publicitario, sino porque esta declaración venía de un personaje, que al momento de realizar mi investigación, tenía varios años de fallecido.

Hallazgos como éste, o como el inventario de una radiodifusora establecida en los años cincuenta, o como el lento pero persistente desplazamiento de los accionistas locales de Televisión Tapatía, se encuentran en los descomunales tomos del Registro Público de la Propiedad, en diversos estados del país, esperando al osado investigador que los convierta en historia.

### *Los censos no contienen solamente números*

Otra fuente que esconde datos insospechados para quienes desean escribir la historia de los medios, la constituye los censos rea-

lizados por diversas dependencias oficiales. Entre éstos, resulta indispensable al menos, la consulta a los Censos Generales de Población y los Censos de Servicios.

En los primeros es posible encontrar datos acerca del número de viviendas que cuentan con aparatos receptores de radio y televisión, de tal manera que se puede reconstruir, ya por estado, municipio y localidad, el proceso de crecimiento de los medios electrónicos, así como el número de sus consumidores potenciales. Este dato se reporta en los censos de 1960 y 1970. En el caso del Censo de 1980, además de haber recibido serios cuestionamientos por parte del sector académico acerca de su confiabilidad, la información desagregada no fue publicada para todos los estados. Y en forma lamentable, en el Censo de 1990, desapareció del cuestionario la referencia a los aparatos receptores de comunicación.

En el caso del Censo de Servicios, el cual se levanta cada cinco años, es factible reconstruir con los datos que aporta en diversos cuadros estadísticos, la evolución de las empresas dedicadas a los medios masivos de comunicación. Datos referentes al número de establecimientos, personal ocupado, capital invertido, sueldos y salarios, gastos generales, permiten apreciar el comportamiento económico de las empresas de comunicación, así como observar algunas características de su desarrollo a nivel nacional, tales como concentración, centralización, desigualdad regional, etcétera.

### *Hacia una entrevista testimonial fructífera*

Al llegar a este punto, existen elementos suficientes para redactar una aproximación a la historia de los medios. Los datos obtenidos permiten configurar el desarrollo de las diferentes empresas de comunicación, así como los acontecimientos que impactaron con mayor fuerza esta evolución. El armazón del relato está casi totalmente construido, sin embargo, es posible, deseable y recomendable, adicionarle un elemento más: el testimonio de los protagonistas.

Una de las principales deficiencias que presenta la información testimonial, es que frecuentemente se queda en el plano anecdótico, sin contribuir a una visión de mayor profundidad del fenómeno en cuestión. Sin demeritar el valor que tienen las anécdotas en la medida en que perfilan con mayor nitidez algunos rasgos personales de los protagonistas, con toda su dimensión existencial y humana, es necesario destacar, que la fuente testimonial, debe ser utilizada en un doble sentido principalmente. En primer lugar, la entrevista testimonial debe permitir contrastar la información disponible con la experiencia de los actores, de esta manera, sirve para verificar nuestra información. En segundo lugar, el testimonio puede ser la única forma de reconstruir aquellos “agujeros negros” que existan después de la investigación hemerográfica y documental. Sin embargo, es necesario insistir, que es solamente cuando se tiene una panorámica lo más completa posible, cuando el investigador se encuentra mejor preparado para enfrentarse con los forjadores de la industria de los medios.

## BIBLIOGRAFÍA

- ACEVES, Francisco (1986) *La televisión en México. Una perspectiva genético-estructural*, tesis de licenciatura. Guadalajara: UNIVA.
- ANDER-EGG, Ezequiel (1980) *Técnicas de investigación social*. Argentina: El Cid Editor.
- DEL RÍO REYNAGA, Julio (1972) “Anotaciones sobre los medios de información en México”, *Ciencia Política*, núm. 69, julio-septiembre. México.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1982) *Los medios de difusión masiva en México*. México: Juan Pablos Editor.
- GÁLVEZ, Felipe (1976) *Los felices del alba. El primer decenio de la radiodifusión en México*, tesis de licenciatura. México: UNAM.
- GONZÁLEZ, Luis (1988) *El oficio de historiar*. México: El Colegio de Michoacán.
- IGUÍNIZ, Juan B. (1955) *El periodismo en Guadalajara, 1809-1915* (dos tomos). Guadalajara: Universidad de Guadalajara.

MAZA, Enrique (1969) *Los medios de información colectiva en México*. México: CIAS.

MEJÍA BARQUERA, Fernando (1981) *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (Orígenes y Desarrollo)*, tesis de licenciatura. México: UNAM.

ROJAS, Luis (1986) "El 'papi' Galindo narra anécdotas de la radiodifusión en Jalisco", *Referencia. Información sobre medios*, núm. 8, febrero. Guadalajara.