

1993-09

Ondas, canales y mensajes

Romo-Gil, Cristina

Romo-Gil, C. (1993). Ondas, canales y mensajes. Tlaquepaque, Jalisco: ITESO.

Enlace directo al documento: <http://hdl.handle.net/11117/420>

Este documento obtenido del Repositorio Institucional del Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente se pone a disposición general bajo los términos y condiciones de la siguiente licencia:

<http://quijote.biblio.iteso.mx/licencias/CC-BY-NC-ND-2.5-MX.pdf>

(El documento empieza en la siguiente página)

O

*ondas, canales
y mensajes*

Un Perfil de la Radio en México

Cristina Romo



O

*ndas, canales
y mensajes*

Un perfil de la Radio en México

Ondas, canales
y mensajes

Un perfil de la Radio en México

Cristina Romo



Primera edición: 1991
Primera reimpresión: 1993

© D.R. 1991. Instituto Tecnológico
y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO).
Departamento de Extensión Universitaria
Fuego 1031, Jardines del Bosque,
Guadalajara, Jalisco, México, C.P. 44520.
Impreso y hecho en México.
Printed and made in Mexico

ISBN 968-6101-16-0

Presentación

Hay quienes dicen que la radio está de moda. Lo cierto es que el trabajo que ahora nos entrega Cristina Romo da fe de las tendencias en el estudio de este medio. Un buen número de los documentos revisados por la autora —cerca de 40— han sido publicados en los últimos cinco años.

El interés por el estudio del “gigante dormido”, como ha sido llamado por algunos autores, ha tenido también sus altibajos en las universidades e institutos de educación superior en México. Son pocas las instituciones que, a juzgar por los trabajos recepcionales escritos, le han dado la importancia que merece a este medio, que sigue siendo el de mayor penetración en nuestro país.

No obstante su antigüedad de 70 años en México, los estudios sobre la radio se inician en los años sesenta y no llegan a 100. En contraste, la televisión, con 40 años, ha logrado provocar que investigadores de la comunicación hayan producido ya más de 400 documentos.

Este trabajo tiene un gran mérito: es breve, preciso y consistente. En pocas páginas la autora nos transmite los principales hitos históricos y estructurales de la radio; el papel del Estado y el receptor, y la bibliografía sobre el tema. El estilo ameno de Cristina Romo nos advierte desde el prólogo ese

“aderezo personal” con el que reflexiona, analiza y sintetiza a lo largo de todo el trabajo.

Más allá de las “63 preguntas 63” —quizá la aportación más importante del libro— la autora destaca claramente cómo desconocemos tantos aspectos de la radio, no sólo los académicos, sino también los radiodifusores, los funcionarios públicos, los legisladores y, peor aún, los mismos radioescuchas. Quizás el hecho de convivir con la radio desde que nacemos nos ha «vacunado» contra sus efectos o, al menos, contra la conciencia clara del papel que juega en la sociedad actual.

Una agenda interminable de temas, inquietudes, preguntas, surgen a partir del presente estudio. La autora nos descubre una veta y nos da las herramientas para poder explotarla; nos dice por dónde hay más riqueza oculta y por dónde ya se ha explorado un poco más. En nuestras manos está aprovechar los datos aquí consignados y conocer, desde dentro, este medio del que no podemos sustraernos. Estamos seguros de que este estudio será de vital utilidad para todo aquel que pretenda investigar o cuestionar cualquier aspecto relacionado con la radio en México.

Al igual que otros trabajos similares sobre otros sistemas de comunicación, y tal como lo consigna la autora, este perfil de la radio en México forma parte del estudio que el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) y la Sociedade Brasileira de Estudos Interdisciplinares de Comunicação (INTERCOM) iniciaron con el objeto de realizar un estudio comparativo de los sistemas de comunicación en Brasil y en México, a partir del conocimiento del *status quo* de cada uno de ellos.

Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México es sólo uno más de los frutos del trabajo académico de Cristina Romo. Esperamos con ansia el resto.

Luis Núñez Gornés

Indice

Prólogo	9		
Capítulo I	13		
Esbozo histórico			
Capítulo II	25	• <i>La radio comercial</i>	30
Estructura de la radio mexicana		• <i>La radio permisionada</i>	58
Capítulo III	73	• <i>Legislación</i>	77
Papel del Estado en la radio		• <i>El Estado radiodifusor</i>	84
Capítulo IV	97	• <i>El receptor desconocido</i>	99
El receptor y otros asuntos: temas por explorar		• <i>63 preguntas 63</i>	103
Bibliografía mexicana sobre la radio	109	• <i>Presentación</i>	111
		• <i>Libros y documentos</i>	123
		• <i>Tesis universitarias</i>	132

Prólogo

Siendo la radio el medio más difundido y con 70 años de establecida en México, es tal vez la forma comunicativa menos estudiada. Apenas llegan a 90 los documentos que dan cuenta de la realidad radiofónica mexicana y de ellos solamente unos 25 son libros formalmente editados.

Este trabajo se ha elaborado a partir de la revisión de esa documentación, es decir, el conocimiento existente escrito, sobre el tema, con el aderezo personal de la observación, la reflexión, el análisis y la síntesis que me han dado dos décadas de docencia sobre este noble y desperdiciado medio de comunicación, reconocido como a la medida de las necesidades comunicativas de México. No me ha sido posible presentar un perfil descriptivo y aséptico de la radio mexicana, porque iría estudiando, durante todo este tiempo, me ha inducido a tomar postura. Así, aunque reconozco que hay cosas que funcionan bien con la radio, hay muchas otras que me gustaría de otra manera. Por ejemplo, pienso que la radio puede ser un espacio más para el ejercicio de la democracia, pero a la estructura vigente esta posibilidad no le interesa. Tal vez con ingenuidad, creo que una revisión a fondo a la Ley Federal de Radio y Televisión y una redacción que obligue a estos medios a estar más atentos a los destinatarios y menos a los anunciantes, a

sus mensajes y a sus objetivos, pueda cambiar la situación. Con frecuencia se me ocurren en el texto proposiciones referidas a la Ley, como si no supiera que las políticas de comunicación en un país, no sólo surgen de las disposiciones legales, sino también de otros factores y muy especialmente de la codicia de quienes manejan los medios y todas sus formas, con la complicidad del gobierno y la inactividad de la sociedad civil.

Este perfil de la radio en México es parte de un trabajo más amplio titulado "Estudio comparativo de los sistemas de comunicación de México y Brasil" en el que participan diez investigadores de cada país. De cualquier manera esta parte de ese trabajo tiene una estructura completa que permite su lectura independiente.

CAPÍTULO I

Esbozo histórico

La primera década de la radio en México, narrada por Felipe Gálvez en su minucioso trabajo *Los felices del alba* y que se ubica en los años veinte, fue una etapa perfectamente reconocible, en términos de Angel Faus,¹ como de *radio-difusión* y de *radio-imitación*. Se trataba, en un primer momento, de establecer el medio, difundirlo, responder al interés despertado por el nuevo invento y comenzar a emitir programas interesantes que hicieran al público comprar aparatos receptores y abrir canales a las expresiones musicales, literarias, políticas e información general. En esos primeros años, la radiodifusión toma carta de naturalización en el país.

Depende de las simpatías del autor, el atribuir la paternidad de la radio en México al joven regiomontano Constantino De Tárnava o a los hermanos médicos Pedro y Adolfo Enrique Gómez Fernández, avecindados en la ciudad de México. La industria se inclinó por De Tárnava cuando en 1971 lo homenajó como el fundador de la radio; un año después, Mejía Prieto² en su libro lo volvía a nombrar.

Indagaciones posteriores llevaron a la conclusión de que los hermanos Gómez Fernández se habían adelantado 13 días

1 Angel Faus, *La radio: introducción a un medio desconocido*, pp. 129 y 141.

2 Jorge Mejía Prieto, *Historia de la radio y la TV en México*.

al regiomontano al comenzar a emitir, desde el Teatro Ideal de la capital mexicana, un programa musical el 27 de septiembre de 1921. Este programa continuó, los sábados y domingos durante una hora, hasta enero de 1922.³

Por su parte, De Tárnava difunde con regularidad desde su natal Monterrey, todos los días de las 20 horas hasta la medianoche, a partir del 9 de octubre del mismo año.⁴

Curiosamente, el mismo día de la transmisión de los Gómez Fernández, se habían llevado a cabo unas pruebas de radiotelefonía desde el Palacio Legislativo hasta el Castillo de Chapultepec, entonces residencia del Presidente de la República.⁵

En 1922, la posibilidad de captar mensajes a través del aire pone en actividad a los mexicanos con posibilidades de fabricar, ellos mismos, sus receptores. El gobierno de Alvaro Obregón recibe numerosas solicitudes para instalar estaciones radiofónicas.⁶ Se constituye la Liga Nacional de Radio en la ciudad de México, que agrupa a los radioaficionados y radioexperimentadores⁷ y que al año siguiente se transformaría, junto con otras asociaciones, en la Liga Central Mexicana de Radio.

Ese año 1923 es, en definitiva, el despegue de la radiodifusión mexicana. En febrero sale al aire la emisora experimental 1-J y el 19 de marzo la JH. La JH, construida por José de la Herrán, fue adquirida por la Secretaría de Guerra y Marina y se considera la primera emisora formal y oficial del país.⁸ Se retiró del aire nueve meses después. A pesar de que la JH estaba transmitiendo, el director de Telégrafos Nacionales, al

3 Felipe Gálvez, *Los felices del alba (La primera década de la radiodifusión mexicana)*, pp. 110 y 111.

4 Mejía Prieto, *op. cit.*, p. 14.

5 Gálvez, *op. cit.*, pp. 110 y 111.

6 Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y las políticas del Estado mexicano*, p. 26.

7 Gálvez, *op. cit.*, p. 124.

8 *Ibid.*, p. 144.

inaugurar la emisora CYL de *El Universal Ilustrado* y La Casa del Radio, propiedad de Raúl Azcárraga Vidaurreta, el 8 de mayo, declaró que era "la primera estación transmisora de radiotelefonía de la República Mexicana".⁹

La efervescencia por la radio está en su apogeo. La Liga Central Mexicana de Radio presenta al Presidente de la República un proyecto para reglamentar la radio. En junio, la Liga organiza la Feria del Radio, en donde se exponen equipos de transmisión, aparatos receptores; se lleva a cabo el primer control remoto,¹⁰ realizado por la JH; se venden refrescos marca *Radio* y se regalan cajetillas de cigarros, con ese nombre, de la compañía cigarrera El Buen Tono para anunciar su emisora CYB, que será inaugurada el 15 de septiembre.¹¹

Desde entonces, la CYB ha estado al aire, ahora como XEB, operada por el Instituto Mexicano de la Radio, después de haber pasado por otras manos, constituida como una emisora cuidadosa de las tradiciones musicales de México y con una presencia muy distinguida, sobre todo en la década de los veinte y, posteriormente, como fuerte competencia de las poderosas estaciones establecidas a partir de 1930. "La B Grande de México", como se le ha conocido, es en consecuencia la estación más antigua en el país todavía en operación.

El periódico *El Mundo* montó también una estación, que junto con las ya instaladas y la de Monterrey, ya autorizada, sumaban cinco al final de 1923. La radiodifusión estaba establecida en México y se había optado por una estructura comercial de la misma, ya que sólo se autorizó a empresas, que copiaban el modelo norteamericano de operar, que combinaban la emisión de música, conferencias e informaciones del periódico con anuncios comerciales, principalmente de aparatos receptores. De hecho, la emisora JH se había considerado

9 *Ibid.*, p. 156.

10 *Ibid.*, p. 144.

11 Mejía Prieto, *op. cit.*, p. 28.

sólo como un experimento que pronto terminó. El periódico *Excelsior* instaló también una estación, poco después, de manera que la mayoría de las emisoras tenían ligas con empresas periodísticas, emulando lo que ocurría en el país del Norte.

De cualquier manera, el Estado comenzaba a tomar conciencia de que el nuevo medio tenía fuerza y que habría que pensar en reglamentarlo. En agosto de 1923, se crea el Departamento de Radio dependiente de la Dirección General de Telégrafos de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP).¹² A principios de 1924 el candidato a la presidencia de la República, Plutarco Elías Calles, utiliza los micrófonos de la emisora de *El Universal Ilustrado* - La Casa del Radio, para su campaña.¹³ La protesta como presidente de México fue transmitida el 30 de noviembre de ese año por la CYE —más tarde CZE y ahora XEEP— de la Secretaría de Educación Pública, en su inauguración.

El 6 de mayo de 1926, el *Diario Oficial* de la Federación publicó la Ley de Comunicaciones Eléctricas expedida por el presidente Calles “en la que dejó claramente asentado que el espacio aéreo del país quedaba, de manera indiscutible, bajo el dominio directo de la nación”,¹⁴ cuando ya operaban en el territorio nacional alrededor de 16 estaciones.

Al finalizar la década, se había pasado de la imitación de otras formas de expresión a una utilización más planeada de los recursos auditivos (voces, música y efectos sonoros), a una codificación propia y a elaborar formas expresivas radiofónicas. Se había descubierto la fuerza y la importancia de la música y se le había escogido como materia prima. La XEB era la estación líder; su alta potencia y el todavía poco congestionado éter permitían que, mucho más allá del Valle de México, se

12 Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 29.

13 Gálvez, *op. cit.*, pp. 103 y 308.

14 *Ibid.*, p. 200.

escucharan los programas musicales y los radioteatros que ahí se iniciaron.

Comienza la década de los treinta con el surgimiento de la estación más influyente que ha surcado el espacio mexicano: la XEW, que sale al aire el 18 de septiembre de 1930, con lo que se inicia la etapa del *radio espectáculo*. Su propietario, Emilio Azcárraga Vidaurreta, hermano de aquel que instaló la CYL, sería, como su emisora, el personaje más activo y emprendedor de la historia de la radio en México. Como veremos enseguida, su influencia abarcó la creación de la Cámara Nacional de la Radio en 1941, la red de emisoras más extendida en el país, la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión favorable *sólo* para los concesionarios y el establecimiento de la televisión.

La XEW, desde sus inicios, se ligó a la NBC norteamericana¹⁵ y estableció una programación bien estructurada y planeada para abarcar todos los estratos sociales y todos los niveles de edad. Se constituyó como trampolín de lanzamiento de artistas, músicos y actores y una escuela para hacer publicidad por radio. El modelo norteamericano de radiodifusión tuvo en la XEW el mejor reflejo y su influencia pudo hacerse extensiva a la mayor parte de las estaciones en el país, que en esta década se inauguraban en la mayoría de las poblaciones importantes. Si bien el modelo limita la participación social, aporta como beneficio un desarrollo inusitado de la música popular, principalmente la ranchera y romántica, y el surgimiento de algunos buenos actores y actrices que triunfarían también en otros medios.

El 1o. de enero de 1931, el Partido Nacional Revolucionario lanza al aire la XEFO para difundir "la doctrina del partido, la información diaria de su gestión y la de los gobernantes; la incorporación de las masas proletarias por medio del arte,

¹⁵ Cfr. Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, p. 95; Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 53; José Luis Ortiz Garza, *México en guerra*, p.129.

de la literatura y de la música; la comprensión y solidaridad entre todos los habitantes del país...".¹⁶

La emisora combinaba la propaganda política y los anuncios comerciales y estructuraba su emisión con programas espectaculares de música, radionovelas y reportajes, con lo cual ganaba mucho auditorio. La campaña presidencial de Lázaro Cárdenas fue totalmente cubierta por la XEFO. En 1946, cuando el partido ya es PRI, la XEFO pasaba a manos del radiodifusor privado Francisco Aguirre, para desaparecer poco después.¹⁷

En esta época de *radio espectáculo* surgen otras estaciones grandes, no sólo en la capital de la República. En Monterrey nace la poderosa XET, "El Pregonero del Norte", y la XEQ en 1938 en el Distrito Federal, propiedad de Azcárraga, ligada a la CBS.

A pesar de la oposición y los reclamos de los radiodifusores de los estados, se crean nuevas formas para controlar prácticamente toda la radio de México desde el centro y por muy pocas personas, cuando se instalan una serie de emisoras repetidoras de la XEW en diversas ciudades del país y, en 1941, por la creación de Radio Programas de México (RPM), una cadena que agrupaba a una buena cantidad de estaciones que de esta manera veían asegurada la posibilidad de conseguir puestos —escasos debido a la guerra—, programas elaborados en el centro con la participación de artistas famosos y publicidad nacional. RPM era propiedad, también, de Emilio Azcárraga V., asociado con Clemente Serna Martínez.

En 1932, se había promulgado la Ley de Vías Generales de Comunicación. El 30 de diciembre de 1936 se expide el Reglamento para Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Científicas, Culturales y de Aficionados. En ese mismo mes, por decreto presidencial se crea el Departamento de Prensa y Pu-

16 Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 55.

17 Mejía Prieto, *op. cit.*, p. 61.

blicidad, y el 25 de julio de 1937 se inicia "La Hora Nacional", programa producido por el gobierno, que se transmite desde entonces, todos los domingos a las 22 horas, en la mayoría de las estaciones. Todos estos eran intentos para que el Estado mexicano tomara parte activa en la radiodifusión, pero la fuerza de la radio comercial era incontenible y estaba ya agrupada en la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC)¹⁸ que en 1941 se transformaría en la Cámara de la Industria de Radiodifusión, cuyo primer presidente fue Emilio Azcárraga.

El 14 de junio de 1937 se inicia la radiodifusión universitaria con el nacimiento de la estación de la Universidad Nacional Autónoma de México, que era, seguramente, la única estación no comercial en el país, ya que la emisora de la Secretaría de Educación Pública había salido del aire, para volver alrededor de 30 años después. Por su parte la emisora del gobierno del estado de Jalisco, la XEJB, que sería la primera de este tipo, apareció en 1941. Aunque existe el antecedente de la XICE del gobierno del estado de Chihuahua, que salió al aire el 14 de diciembre de 1923 y tuvo una vida efímera.¹⁹

Como ya vimos un poco más arriba, la guerra dio oportunidad para el lucimiento y aprovechamiento de la situación por parte de los poderosos. La influencia norteamericana se hizo más fuerte y se manifestó en programas, anuncios e informativos.²⁰ Se habló de que había espías nazis con una radio clandestina en la ciudad de México;²¹ de algunas otras en diferentes ubicaciones. De hecho, una estación fronteriza —la XERF en Ciudad Acuña, Coahuila— era propiedad de un norteamericano germanófilo.²² Se llegó incluso a sospechar

18 Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 88.

19 Rosalía Velázquez Estrada, "El Estado y la radiodifusión", p. 97.

20 *Cfr.* Ortiz Garza, *op. cit.*, cap. VI.

21 *Ibid.*, p. 115.

22 Cristina Romo, *La otra radio: voces débiles, voces de esperanza*, p. 149.

que Azcárraga era pronazi; sin embargo, la embajada norteamericana lo desmintió.²³

El 30 de septiembre de 1946 se celebró en la ciudad de México el I Congreso Interamericano de Radiodifusores, que dio lugar a la constitución de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), establecida para defender los intereses de la radio comercial, principalmente frente a los estados que pretendieran convertirse en radiodifusores. Dos años después, durante el segundo congreso, celebrado en Buenos Aires, los radiodifusores privados mexicanos se mostraron muy entusiasmados en la aprobación de las 12 bases de la AIR, que los signantes se comprometían a defender en cada uno de sus países al legislar sobre la materia.²⁴ Algunos años después los radiodifusores mexicanos se verían muy activos influyendo para que las bases quedaran claramente incluidas en la redacción de la Ley Federal de Radio y Televisión. Esas bases pedían que la radiodifusión no fuera considerada como servicio público, se respetara la libertad de expresión, el Estado sólo controlara lo referente a la cuestión técnica, no existiera la censura, se limitara la participación del Estado como radiodifusor, las concesiones fueran por tiempo indefinido, gozaran de beneficios fiscales y no se permitiera que el Estado realizara propaganda comercial.²⁵

La década de los cincuenta recogió toda la experiencia de los años pasados; la radio era madura y parecía que podría enfrentar con éxito a la naciente televisión; sin embargo, no fue así. La mayoría de las estaciones habían descubierto que no necesitaban esforzarse mucho, que no debían competir y que se conformaban con ser el fondo musical de todas las actividades humanas; al fin las escuchaban y podían así, emitir más anuncios. A estos fines ayudaba el surgimiento de la frecuen-

23 Ortiz Garza, *op. cit.*, p. 135

24 *Cfr.* Mejía Barquera, *op. cit.*, cap. V.

25 *Ibid.*, p. 126.

cia modulada, que se inicia en el país el 30 de diciembre de 1953,²⁶ y el uso del transistor. Al final de los años cincuenta la mayor parte de las estaciones se habían convertido en *radio sinfonola*, siendo así el mejor objeto de una ley que se aprobaría en 1960.

En efecto, el 19 de enero de 1960 se publicó la Ley Federal de Radio y Televisión, que recogía fielmente aquellos 12 puntos promovidos por la AIR y que desconoce, prácticamente, que la radio, por utilizar un recurso que es de todos, debe ser un beneficio social y no un negocio para unos cuantos. Fue hasta 1973 que esta ley se reglamentó.

Durante los 10 años que median entre esa fecha y las acciones definitivas para desarrollar la radiodifusión estatal que ocurrieron a partir de 1983, se estableció el sistema de emisoras indígenas que emiten en las lenguas propias de los lugares donde operan, y se llevaron a cabo luchas sociales —que no prosperaron— para establecer radios populares, comprometidas, solicitadas principalmente por universidades de tendencia populista.

El gobierno del presidente Miguel de la Madrid dio un impulso inusitado a la radio estatal. El 23 de marzo de 1983 creó, por decreto, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), organismo descentralizado encargado de llevar a cabo las actividades radiofónicas del Estado. Actualmente el IMER opera 18 estaciones distribuidas a lo largo y ancho de la República. Se crearon sistemas estatales de radio y televisión, y se establecieron más del 80% de las emisoras no comerciales que operan en el país.

26 *Ibid.*, p. 191.

CAPÍTULO II

Estructura de la radio mexicana

- *La radio comercial*
- *La radio permisionada*

En 1990, hay en México 1003 estaciones de radio que por su forma de transmitir se dividen en 741 (74%) de amplitud modulada, 238 (23%) de frecuencia modulada y 24 de onda corta.¹ Esta clasificación no resulta ya útil para comprender a la radio mexicana puesto que la frontera entre lo que se programa en una banda y otra es cada vez más borrosa. De cualquier manera, en AM se encuentran las estaciones más escuchadas por ser su programación más popular, por emitir prácticamente sólo canciones en español; es aquí donde las estrellas de la venta de discos promovidas por la televisión «suenan» todo el día; aunque se pueden encontrar también canciones en inglés. En AM hay más estaciones dispuestas a interesar a los públicos de edad madura, campesinos, amas de casa, y es aquí donde se encuentran las emisoras que basan su actividad precisamente en programas y no sólo en la transmisión de canción-anuncios, que es la fórmula más común. Por lo general, las estaciones de radionovelas, las informativas y las que transmiten los eventos deportivos, lo hacen en la banda de amplitud modulada.

1 Datos provenientes de *Medios audio-visuales tarifas y datos*, 2 / 89 y Romo, *op. cit.*

En cambio, en la banda de frecuencia modulada es más fácil encontrar la música que interesa a los jóvenes, la moderna, el rock en todas sus formas y menos programas informativos y de comentario que en la banda de AM. Hace algunos años, todavía se podía recurrir a alguna estación de FM para utilizarla como fondo musical ambiental porque la aparición de los anuncios comerciales era más distante; ahora es igual en una banda que en otra.

El auge de las emisoras de FM ha sido impresionante; el número de ellas casi alcanza al de AM en las ciudades grandes, como México, Guadalajara y algunas de la frontera norte.

Un estudio de la Fundación Javier Barrios Sierra estima que "entre 1980 y el año 2010, el número de estaciones de radio pasará de 819 a entre 1200 y 1500, y que prácticamente todo el crecimiento será logrado por las estaciones de Frecuencia Modulada".²

Todavía la AM es una radio más hablada, con más participación de los locutores y de los presentadores de discos, a diferencia de la FM que puede ser mera reproductora de música grabada.

Por su parte, la onda corta no tiene mucho arraigo en el país; las pocas estaciones que hay son, por lo general, repetidoras de alguna otra y en ocasiones están fuera del aire. Existen 17 emisoras concesionadas de OC, todas ellas repetidoras. Hay seis permisionadas, de las cuales cuatro son repetidoras y dos emiten originalmente por esa banda. La XERMX, Radio México Internacional es, por supuesto, de onda corta. La Secretaría de Comunicaciones y Transportes reporta cuatro permisionadas más que no están en operación.³

2 Federico Kuhlmann *et al.*, *Comunicaciones: pasado y futuros*, p. 142.

3 Esas frecuencias están otorgadas a la Universidad de Chihuahua, Radio Gobernación, Departamento de Educación del Estado de Guerrero y al gobierno del Estado de Jalisco.

La clasificación más definitiva para analizar las estaciones mexicanas de radio es su tipo de autorización. La Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 13, considera que las estaciones de radio pueden ser "comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas", sin embargo, no se detiene a especificar qué se entiende por cada una de ellas. Las emisoras comerciales requieren una *concesión* otorgada por el gobierno federal, a través de la Dirección General de Telecomunicaciones de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; a las demás les basta un *permiso* otorgado por la misma dependencia.

La Ley es poco explícita para distinguir entre concesión y permiso y la mayor parte de las indicaciones que hace acerca de la instalación y la operación técnica son comunes a ambas. Para las estaciones permisionadas la Ley indica en la fracción III del artículo 37, que el permiso podrá retirarse por "transmitir anuncios comerciales o asuntos ajenos para los que se concedió", sin que se establezca cuáles son esos «asuntos», aunque puede entenderse que se refieren a la cultura y a la educación, sin que haya en la Ley alguna definición de lo que significa lo cultural, lo educativo o el servicio público.

Así pues, las estaciones de radio en México, según su autorización legal, pueden ser concesionadas o comerciales y permisionadas o no comerciales. Sin embargo, a raíz de la aparición del Instituto Mexicano de la Radio, en 1983, las estaciones operadas por el Estado a través del IMER, gozan de un régimen diferente, se consideran reserva federal,⁴ según el artículo 27 constitucional, corresponde a la Nación el dominio del espacio aéreo, así, el gobierno mexicano concede y permite su utilización, pero para usarlo él mismo no necesita ninguna de esas formas legales, con lo que, al operar directamente estaciones de radio y televisión, puede, como de hecho lo hace, manejarlas comercialmente.

4 Romo, *op. cit.*, p. 137.

Desde esta perspectiva, las 1003 estaciones se dividen de la siguiente manera: 885 son radiodifusoras concesionadas, comerciales (88.5%); 100 frecuencias son permisionadas o no comerciales (9.8%), y 18 radiodifusoras son operadas directamente por el Estado a través del IMER y se consideran reserva federal (1.8%).

CUADRO 1
NÚMERO DE RADIODIFUSORAS EN MÉXICO

	AM	FM	OC	TOTAL
Concesionadas	670	198	17	885
Permisionadas	59	35	6	100
Reserva federal	12	5	1	18
Total	741	238	24	1003

La radio comercial

Por las razones históricas expuestas más arriba, y por las razones numéricas, el modelo predominante de radiodifusión en México es el comercial. Aun cuando todo el espacio está cubierto por ondas sonoras, la distribución de frecuencias en el territorio nacional responde más bien a esos intereses comerciales. Un tercio de las emisoras concesionadas está localizado en 13 ciudades grandes, con gran movimiento demográfico y mercantil y no donde podrían ser más útiles por carecerse de otros medios de comunicación y de transporte.

En los cuadros 2 y 3 se puede observar el número de radioemisoras comerciales de AM y FM en los estados de la República y las ciudades con mayor número de estaciones.

CUADRO 2
DISTRIBUCIÓN DE EMISORAS COMERCIALES POR ESTADOS

	AM	FM	TOTAL
Aguascalientes	11	1	12
Baja California	25	17	42
Baja California Sur	4	3	7
Campeche	9	1	10
Coahuila	41	12	53
Colima	8	-	8
Chiapas	21	3	24
Chihuahua	49	6	55
Distrito Federal	28	23	51
Durango	7	-	7
Guanajuato	37	7	44
Guerrero	18	3	21
Hidalgo	6	-	6
Jalisco	43	19	62
Estado de México	7	2	9
Michoacán	29	4	33
Morelos	4	9	13
Nayarit	12	1	13
Nuevo León	26	15	41
Oaxaca	17	2	19
Puebla	18	11	29
Querétaro	9	4	13
Quintana Roo	5	-	5
San Luis Potosí	19	7	26
Sinaloa	32	4	36
Sonora	45	7	52
Tabasco	12	3	15
Tamaulipas	44	14	58
Tlaxcala	3	1	4
Veracruz	56	15	71
Yucatán	13	4	17
Zacatecas	12	-	12
	670	198	868

Fuente: *Medios audiovisuales, tarifas y datos*, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., junio de 1989.

CUADRO 3	
CIUDADES CON MÁS ESTACIONES COMERCIALES DE RADIO	
Ciudad de México	51
Guadalajara	41
Monterrey	36
Tijuana	19
Ciudad Juárez	18
Mexicali	18
Puebla	16
Tampico	16
Veracruz	16
Chihuahua	15
León	15
San Luis Potosí	15
Torreón	15
	291

Fuente: *Medios audiovisuales, tarifas y datos, op. cit.*

Los dueños, las cadenas y la Cámara

El régimen de concesiones que rige a la radio comercial y que se basa principalmente en lo estipulado por la Ley Federal de Radio y Televisión, ha permitido la concentración de propiedad, uso y destino de la radio, en un grupo reducido de empresarios mexicanos, que si bien no forman una estructura oligopólica en cuanto a la propiedad, sí lo son respecto a la forma de operar y controlar la radio.

Según la Ley Federal de Radio y Televisión, las concesiones se otorgan a personas físicas y morales de nacionalidad mexicana; por un periodo de 30 años, renovable cada vez que

ocurra su vencimiento, y sin que se les obligue a nada, en especial en cuanto a contenido, función o servicio social, cultural o educativo. Esta situación permite que los concesionarios sean, generalmente, entidades o membretes corporativos que no indican con certeza la propiedad de la concesión. De esta manera, en una misma empresa o grupo hay diversos concesionarios.

Como la legalización de la mayor parte de las estaciones radiodifusoras ocurrió hace poco más de 30 años, en 1989 se vencieron 421 concesiones⁵ y, aunque la sociedad civil demandó a través de muy diversos foros e instancias que las frecuencias se redistribuyeran, la Ley fue estrictamente aplicada y las concesiones se refrendaron. Una de las demandas más insistentes es la publicación de los nombres de los verdaderos dueños de la radio. La estructura de operación no solamente oculta la propiedad, sino que obliga a empresarios, que quisieran operar más libremente, a agruparse en cadenas, porque de lo contrario podrían desaparecer. La mayoría de las estaciones radiodifusoras están asociadas principalmente por razones de venta de tiempo y contratación de anuncios, y aunque la cadena no es la propietaria de cada una de las estaciones que la forman —aunque con seguridad las que aparecen con su nombre en el Distrito Federal lo son— esta estructura permite ocultarse a los grupos oligopólicos. Son 20 las organizaciones comerciales que operan desde el Distrito Federal, agrupan a la mayor parte de las emisoras del país, controlan la contratación de anuncios y, en consecuencia, a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

5 Enrique Velasco Ugalde, *Catálogo nacional de radiodifusoras a las que les caducan sus concesiones en 1989*.

Algunas de estas cadenas y grupos son los siguientes:

CUADRO 4	
PRINCIPALES CADENAS Y GRUPOS COMERCIALES DE ESTACIONES RADIOFÓNICAS EN MÉXICO	
Grupo ACIR	121
Radiodifusores Asociados de Innovación y Organización, S.A. (RADIO SA)	95
Organización Impulsora de Radio, S.A. de C.V. (OIR)	87
Presencia de Radio, S.A.	82
PROMOFIRME	56
Corporación Mexicana de Radio-difusión, S.A. (CMR)	32
Radorama	27
Organización Estrella de Oro	27
Radio Programas de México (RPM)	26
Frecuencia Modulada Mexicana	26
Representaciones Comerciales Integrales (RECISA)	22
Radio Cadena Nacional (RCN)	18

Las cinco primeras cadenas agrupan a 44% de las estaciones comerciales. En esta lista están también cadenas tradicionales

que han ido perdiendo asociadas, como son Radio Programas de México (RPM) y Radio Cadena Nacional (RCN). De alguna de las cadenas enlistadas se sabe que sí son propietarios de las emisoras que agrupan, como es Frecuencia Modulada Mexicana, con 26 estaciones en el país. Las cadenas o grupos de estaciones tienen una movilidad extraordinaria. Exceptuando a ACIR y OIR, los nombres de las cadenas y el número de afiliadas cambia con frecuencia. El grupo OIR cuenta también con 40 emisoras en el sur de Estados Unidos.⁶

En 30 ciudades, fuera del Distrito Federal, operan 45 pequeños grupos que conjuntan a más de cuatro estaciones cada uno y que, por lo general, son del mismo propietario. Resalta entre estos la Organización Estrella de Oro con 18 estaciones en Monterrey.

Por ley, todas las estaciones comerciales en México están afiliadas a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), organización patronal constituida oficialmente el 15 de diciembre de 1941 y cuyo primer presidente fue Emilio Azcárraga Vidaurreta. Como antecedente de la Cámara podemos considerar a la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales que nació en 1937, con el fin principal de agrupar y defender a las estaciones dispersas por el país, ya que uno de sus objetivos principales era "formar un frente de las estaciones radiodifusoras de los estados" y "pugnar por el mejoramiento de las condiciones generales de las mismas".⁷ Cuatro años después esta asociación se convirtió en la Cámara, atendiendo al pedido del gobierno federal de que las empresas privadas se organizaran de tal forma para establecer el diálogo con ellas. Con esta nueva organización las acciones se centralizaron en los intereses de los radiodifusores de la capital del país, aunque, casi desde su nacimiento, cuentan con delegaciones en todas las entidades federativas. Prueba

6 *La Jornada*, 24 de junio de 1990.

7 CIRT, *Radio y televisión*, Anuario oficial 1974, p. 7.

de ello es que la mayoría de los presidentes de la Cámara han sido empresarios del Distrito Federal y un alto porcentaje de ellos pertenecientes a las empresas de Azcárraga; más aún, "no ha habido presidente de la CIRT que haya tenido intereses dentro de la industria, exclusivamente en el interior del país".⁸

Pecado de origen es considerar a la actividad radiofónica como una industria y no como un servicio dentro del campo de lo cultural y educativo. La relación de los empresarios de la radio con la estructura de gobierno es mediante la Secretaría de Comercio y Fomento Industrial y no, como se antojaría, con la Secretaría de Educación Pública. No extraña, por lo tanto, constatar cómo están redactados los estatutos de la CIRT. En ellos se observa una notable preocupación por lo económico y ausencia de lo que pudiera referirse a la función social de esta «industria». Por ejemplo, una de las atribuciones del Consejo Directivo es "estudiar anualmente los problemas económicos de la Industria de la Radio y Televisión y proponer a la Secretaría de Industria y Comercio las medidas que se estimen convenientes para el mejoramiento de la Industria...".⁹

Los destinatarios y los «productos» de esta actividad económica no están previstos en su legislación, y es difícil descubrirlos en los discursos y presentaciones públicas de los dirigentes que, por lo general, son declaraciones de adhesión al Presidente de la República en turno. Por lo menos una vez al año, los radiodifusores asociados se reúnen a comer con el presidente, celebración que se transmite por todas las emisoras en cadena nacional.

En los servicios a los socios la Cámara ofrece asesoría técnica, jurídica, comercial, en la que informa sobre posibles mer-

8 Oscar Morales, "La radio comercial regional: anatomía de su poder", en María Antonieta Rebeil C. *et al.*, *Perfiles del cuadrante*, p. 59.

9 Estatutos de la CIRT, Art. 4, fracción XVI. La secretaría aquí mencionada es la misma de renglones arriba con su nombre actual.

cados y anunciantes; servicios contables e información especializada.¹⁰ No hay un servicio concreto para conocer al auditorio, sus intereses o necesidades radiofónicas.

Los nueve objetivos de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, contenidos en el artículo 5 de sus estatutos, están redactados en consonancia con la Ley de Cámaras Industriales y de Comercio. De ello, es ilustrativo revisar los tres primeros:

- 1 Representar los intereses generales de la industria de radio y televisión y de las empresas que la constituyan.
- 2 Estudiar las cuestiones que afecten a las actividades industriales de radio y televisión y proveer a las medidas que tiendan al desarrollo de las mismas.
- 3 Participar en la defensa de los intereses particulares de sus socios *sin más limitaciones* que las señaladas por la ley de las cámaras de comercio y las de industria.¹¹

Los dos primeros objetivos son iguales en los estatutos de todas las cámaras; el tercero resulta la razón de ser de la radio y la televisión y es cumplido puntualmente. Algunos ejemplos bastan para demostrarlo.

El primero, la redacción de la Ley Federal de Radio y Televisión. Su contenido es totalmente favorable a los concesionarios y en ella no existen los intereses y necesidades del pueblo mexicano, su destinatario. El investigador Fernando Mejía Barquera¹² hace una amplia relación de las actividades que los cabilderos de la CIRT llevaron a cabo para lograr las modifica-

10 *Ibid.*, Art. 78.

11 El subrayado es mío.

12 *Cfr.* Mejía Barquera, *op. cit.*

ciones en su favor del proyecto de Ley. Años más tarde, en 1980, cuando se discutió la reglamentación del Derecho a la Información en la Cámara de Diputados, lograron colocar como líder de la misma a un locutor diputado que muy hábilmente consiguió frustrar el proyecto de una ley de comunicación democrática y social.

Pero tal vez el ejemplo que mejor puede ilustrar la «defensa de los intereses» de los industriales de la radio y la televisión es el conocido como el «tiempo fiscal», cuando en tiempos del presidente Gustavo Díaz Ordaz se intentó establecer que las emisoras de radio y televisión pagaran como impuesto 25% de las ganancias que recibieran. Los radiodifusores llevaron a cabo conversaciones con la Secretaría de Hacienda, que culminaron con el acuerdo conocido como el 12.5% del tiempo, del cual se da cuenta en el apartado relativo a la legislación en este mismo trabajo.

Oscar Morales en su artículo “La radio comercial regional: anatomía de un poder”, hace un retrato muy descriptivo de los concesionarios. Dice que la radiodifusión mexicana “es una industria familiar que está formando poderosas dinastías”;¹³ de hecho, afirma que la radio está ya en manos de la segunda generación y “ya viene por sus fueros la tercera generación”. ¡Siempre son los mismos! El 19 de abril de 1990 apareció en el periódico *El Occidental* de Guadalajara una primera notificación respecto a la selección de solicitud de concesión para operar una nueva estación de frecuencia modulada en esa ciudad. De los 66 nombres de solicitantes que se enlistan, a simple vista se distinguen 26 que son antiguos radiodifusores o sus hijos.

Morales califica al grupo de radiodifusores de profundamente conservadores, tanto en lo financiero como en correr riesgos en innovar en la programación, ¡para qué cambiar si así nos escuchan! Ya en 1955 Emilio Ballí, entonces presiden-

13 Morales, *op. cit.*, p. 59.

te de la Cámara decía que “le hemos dado al auditorio lo que pide y por eso hemos progresado”.¹⁴ En lo financiero, los radiodifusores son muy seguros para manejar su economía, ya que sus gastos son muy bajos y “revierten en las emisoras lo estrictamente indispensable”;¹⁵ prefieren invertir en otros negocios o depositar en el extranjero. Por otra parte, tienen permanentemente el miedo a que la concesión les sea retirada.

El grupo de empresarios radiofónicos está muy dividido y es poco solidario. Existe claramente un grupo prepotente y centralista formado por los dueños de emisoras en el Distrito Federal y cabezas de grupos y cadenas nacionales, que dominan a la CIRT, conducen las decisiones y oportunamente colocan a su personal en la Cámara de Diputados para defender sus prerrogativas. Por otro lado y dispersos, están los pequeños radiodifusores de los estados que no pueden actuar libremente, no acceden a puestos dirigentes y deben afiliarse a algún grupo nacional para no desaparecer. De hecho, dice Oscar Morales, los radiodifusores poderosos “andan al acecho de estaciones que estén pasando mal momento para adquirirlas, de ahí que cada vez sea más difícil hallar una emisora independiente”.¹⁶

Los sindicatos

Los trabajadores, por su parte, están agrupados en sindicatos. El más importante de ellos es el Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana (STIRT), constituido en 1947 como una sección del sindicato de electricistas, formando parte de la Confederación de Trabajadores de México (CTM).

14 Citado por Raúl Cremoux, *TV o prisión electrónica*, p. 19

15 Morales, *op. cit.*, p. 61.

16 *Ibid.*, p. 60.

Actualmente, con su propia estructura y al amparo de la CTM, reúne en su seno a la mayor parte de los trabajadores de la industria de la comunicación electrónica, tanto estatal como privada.

El STIRT se rige por un Estatuto que fue reformado por última vez en abril de 1986 y que está constituido por unos principios y 17 capítulos con 95 artículos, y un Contrato-Ley que se establece entre ellos mismos, la CIRT y otro sindicato afín, el SITATyR.

En los *principios*, el Estatuto del STIRT dice que la radiodifusión debe ser una verdadera comunicación social; vehículo (*sic*) de paz, que contribuya al desarrollo del país, y un medio que proyecte la imagen, los valores y la tradición del pueblo de México. Para los trabajadores de la radio y la televisión “las concesiones federales, por ser patrimonio del pueblo y por tanto bienes de la nación” deben crear fuentes de trabajo. Parece que sólo eso, ¿sólo beneficio para sus propios trabajadores? y ¿los demás trabajadores? Aquí tampoco, como ocurre con la organización empresarial, hay una referencia al servicio público que debe constituir la radiodifusión.

La estructura del sindicato prevé la formación de secciones locales y regionales, coordinadas por un Comité central. La organización de gobierno es compleja, contempla la participación en ella de mucho personal, lo que permite, junto con la organización en secciones, la diversificación de autoridades y la dilución de responsabilidad, no así del control.

A pesar de que en los *principios* establecidos en el Estatuto se dice que “el ejercicio de la libertad de expresión” es “fundamento y sostén de la democracia”, en el artículo 40 se establece que para ser Secretario del Comité Nacional está prohibido “militar en alguna organización contraria a los principios, programas de acción y táctica de lucha que sustenta el sindicato” —léase otro partido que no sea el oficial—. Y en la fracción III del artículo 74 se lee que los agremiados al STIRT

tienen como obligación "cumplir con sus deberes ciudadanos, actuando de conformidad con el ideario de la Revolución, *afiliándose al partido político* a que pertenezca la Confederación de Trabajadores de México".¹⁷

Las definiciones, objetivos, perfiles de trabajadores y plazas se establecen en el Contrato-Ley que convienen cada dos años, por una parte, los empresarios a través de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión y por otra, el STIRT y el Sindicato Industrial de Trabajadores y Artistas de Televisión y Radio, Similares y Conexos de la República Mexicana (SITATyR), que es el sindicato de empresa -es decir controlado, patrocinado y apoyado por ella- perteneciente a Televisa. Algunas otras empresas tienen también su propio sindicato. Existe una buena dosis de rivalidad entre los dos sindicatos mayoritarios.

En el Contrato-Ley, además de las condiciones de trabajo, salarios y prestaciones, se establece el control absoluto de las «plazas» en las empresas de radio y televisión; se distingue entre trabajadores de base, trabajadores eventuales, trabajadores de tiempo y por obra determinada, los cuales deben ser sindicalizados o con permiso del sindicato, de los empleados de confianza. Estos últimos no tienen nada que ver con la producción y emisión de programas y son el personal directivo, de la administración, de ventas y sus secretarías. Como puede observarse, la distribución de tareas queda bien definida: la parte económicamente productiva está en manos de la empresa, y la función radiofónica en manos de los trabajadores, que como decíamos antes, la manejan en su propio beneficio y no para cumplir una función de servicio público.

En la práctica, tanto la empresa como el sindicato tienen una actitud de no intervención en las obligaciones de unos y de otros, y se logran poner de acuerdo con mucha facilidad; los empresarios cumplen satisfactoriamente con su tarea de

17 El subrayado es mío.

vender tiempo, y el sindicato con su manejo de plazas, cobros de cuotas y lograr puestos políticos. De hecho los dirigentes del sindicato y distinguidos miembros de él han ocupado gubernaturas, curules, escaños y otros puestos de gobierno.

La programación

El promedio de la emisión diaria de las estaciones de radio en México es de 16 horas. Según una investigación llevada a cabo en 1977 por Serafina Llano y Oscar Morales,¹⁸ esas 16 horas se dividen de la siguiente manera:

CUADRO 5	
TIPO DE MENSAJE	TIEMPO
1 Música (incluye programas musicales)	9:55'24"
2 Anuncios pagados	2:58'53"
3 Noticieros	0:46'40"
4 Programas de concurso	0:19'01"
5 Anuncios no pagados del gobierno	0:17'58"
6 Programas del gobierno	0:13'01"
7 Noticieros deportivos	0:10'33"
8 Anuncios no pagados de particulares	0:08'39"
9 Radionovelas	0:07'19"
10 Programas infantiles	0:07'02"
11 Programas de comentarios	0:06'45"
12 Programas educativos o culturales	0:06'34"
13 Toros y deportes	0:05'39"
14 Servicios sociales o culturales	0:03'31"
15 Programas cómicos	0:02'45"
16 Programas religiosos	0:02'45"
17 Otros (incluye encadenamientos y posibles errores de medición)	0:18'09"

18 Serafina Llano y Oscar Morales, *La radiodifusión en México*, p. 163.

Sin embargo ese cuadro sirve sólo para ilustrar la hipótesis de que las estaciones fueran todas iguales y programaran todas las posibilidades radiofónicas. La verdad es que la mayoría de las emisoras siguen el esquema de pieza musical/corte comercial/pieza musical/corte comercial... hasta el fin de la emisión. Una inequívoca *radio-tocadiscos*. Ciertamente en algunas de las estaciones hay otros programas y en todas cortes para identificación, por lo menos cada media hora.

En las ciudades donde hay más de cinco estaciones, por ejemplo, las radiodifusoras se especializan tratando de dirigirse a un público más definido, bien sea por la clase social o por la edad, suponiendo que los gustos musicales cambian de acuerdo con esos criterios; así, esta especialización no va más allá de programar música de un mismo género y estilo. En las poblaciones pequeñas, con una o poco más de una estación, la programación es más variada tratando de abarcar a toda la audiencia.

A pesar del gran número de estaciones en algunas ciudades (México 54, Guadalajara 43, Monterrey 38)¹⁹ el número de opciones radiofónicas es bastante reducido. Existe un gran desperdicio de esfuerzo al encontrar varias emisoras dedicadas a lo mismo, que en ocasiones coinciden en el mismo momento con la misma melodía. Queda más que claro que el énfasis no está en la programación propiamente dicha, sino en abrir espacios para la emisión de anuncios comerciales.

19 Estos números incluyen las emisoras concesionadas y permisionadas.

Encontramos no más de 14 opciones en la radio mexicana y éstas son:

Estaciones que sólo programan música:

mexicana tradicional
ranchera y norteña nuevas
moderna popular en español
moderna popular en inglés
rock de vanguardia en español e inglés
tropical
romántica moderna en español
instrumental fuera de moda
canto nuevo - jazz
clásica y semiclásica

Estaciones que, aunque complementan su emisión con música, ponen más énfasis en:

información
radionovelas
deportes
programación a base de «programas»

Después de un largo periodo de una radio sinfonola, en los últimos años de la década de los ochenta, la programación de la radio mexicana ha sufrido algunas interesantes transformaciones. Los años noventa se inician con una radio que arriesga un poco más en la emisión de música; la selecciona según cada estación, como se dice arriba; la música en inglés se concentra casi exclusivamente en la FM, y se intentan programas para hacer atractiva la emisión musical. En cuanto a la información periodística se nota un esfuerzo mayor; hay más preocupación por emitir noticieros, y se abren los espacios largos en donde,

a modo de revista se hacen entrevistas, comentarios, se intenta el reportaje y se editorializa. Asimismo se han incrementado los programas de comentario con analistas de la realidad nacional e internacional. Por su parte, las radionovelas continúan su trayecto hacia la extinción, lo mismo que las emisiones deportivas, que se han transformado más bien en programas de comentario.

La programación musical. Sin duda, el principal mensaje y la razón por la que la audiencia está atenta a la radio, es la música. Es un hecho que la radio es la gran promotora de la industria discográfica. La música popular mexicana se ha desarrollado gracias a ella; lo que conocemos como tal, nació en los años treinta y cuarenta, cuando la programación radiofónica era en vivo y había un gran empeño por presentar compositores, cantantes de calidad y novedades musicales entre las que destacaría, de ser cierta la versión, la invención del mariachi, tal como lo conocemos ahora, al incorporarle Emilio Azcárraga instrumentos más sonoros y atractivos para la emisión radiofónica.

Según el estudio de Llano y Morales, la media de programación musical en cada radiodifusora es de casi 11 horas diarias,²⁰ y se programan alrededor de 180 melodías cada día.²¹ Los programadores piensan en términos de 10 melodías por hora y los compositores e intérpretes piensan en términos de tres minutos por pieza, para conseguir su difusión por la radio.²²

20 Llano y Morales, *op. cit.*, p. 119.

21 *Ibid.*, p. 120.

22 Jorge García Negrete, "Elementos para una lectura posible de la radio (aproximaciones al verosímil de la programación musical de la radio comercial)", *Foro Nacional sobre la radio en México*, UNAM-FCPS, abril de 1989, México.

De la programación musical en las estaciones de AM, los citados investigadores²³ reportan los siguientes porcentajes en cada uno de los géneros musicales:

CUADRO 6	
MÚSICA	%
- Moderna en español	33.7
- Ranchera	23.6
- Tropical	20.6
- Moderna popular en inglés	19.7
- Norteña	16.6
- Romántica actual mexicana	15.4
- Antigua mexicana	12.5
- Moderna instrumental	11.7
- Clásica o semiclásica	8.5
- Jazz y blues	8.4
- Antigua extranjera	7.9
- Folklórica latinoamericana	5.0

Como puede observarse en el cuadro 6, la música popular en español en sus diversas modalidades es la más transmitida y tal vez la más escuchada por ser, precisamente, la más promovida, lo que no quiere decir que sea la de mejor calidad.

Una de las grandes proveedoras de cantantes y de canciones de moda es la televisión. Los programas de variedades que transmite el canal 2 de la televisión privada, planeados, diseñados, manejados, comprados y vendidos y conducidos por Raúl Velasco son los principales fabricantes de «estrellas». No hace falta tener talento y ser buen cantante. Con serle simpático al locutor citado basta para recibir la mayor promo-

23 Llano y Morales, *op. cit.*, pp. 12, 121, 122, 129, 133.

ción posible, asegurar que se programen sus canciones en la radio y lograr las ventas más altas de sus «éxitos». Así, hay estaciones de radio que, deliberadamente o no, son la caja de resonancia de esos programas televisivos, ya que las compañías disqueras, dueñas del destino de esos artistas, proveen a las estaciones de todo el material discográfico que haga falta y además de los obsequios y pagos necesarios para que esos discos se programen con frecuencia. Algunos programadores reciben un pago por parte de esas compañías, que en el medio recibe el nombre en inglés de «payola», así como invitación a los espectáculos de lujo en donde se presentan las «estrellas» y algún otro tipo de bienes y servicios. Por lo tanto, se transmite lo que las disqueras quieren y éstas lo que la televisión les dicta. Dice Víctor Roura que “lo no visto no vale la pena oírse”, al referirse a los videoclips. Ya no se sabe si el público tiene otras expectativas que no sean éstas.

La programación musical se hace a partir de jugar con tres tipos de canciones, los éxitos, las novedades y el catálogo. Los éxitos, como su nombre lo indica, son las canciones que se están vendiendo y solicitando más. Las novedades son las canciones que se están presentando en ese momento a través de todos los medios disponibles (la televisión, centros nocturnos, revistas, conciertos, etc.). Y el catálogo lo forman las canciones que han sido éxitos en un periodo anterior, determinado por la estación.

Según Jorge García Negrete,²⁴ las fuentes de información que se usan para legitimar la definición de cuál es la música popular que se programa en la radio son:

- 1 Las llamadas del público que solicitan la emisión de determinadas canciones, en donde tienen una gran participación los clubes de admiradores de los artistas que son apoyados por las propias disqueras.

24 García Negrete, *op. cit.*

- 2 Los promotores de las compañías grabadoras, que tienen como finalidad que sus discos se toquen más para venderse más.
- 3 Las revistas especializadas, que publican listas de popularidad.
- 4 Los informes de investigación de audiencia.
- 5 La observación de las estaciones de la competencia.
- 6 Los informes de ventas de las tiendas de discos.

Con esos resultados se elabora una lista de éxitos para programar combinando las novedades y los éxitos pasados. "Los diez primeros lugares se repiten con una frecuencia de dos horas. Las canciones del número 11 al 20, se repiten cada tres horas. De la 21 a la 30 se repiten cada cuatro horas. A las canciones más nuevas se les da un ciclo de repetición aún más cerrado y llegan a repetirse hasta en periodos de una hora".²⁵

Algunas emisoras intentan innovar la programación, buscando música menos comercial, reduciendo la duración de los cortes, contratando personal para locución con más sentido social o por lo menos con valor estético, pero los anunciantes se asustan, comienzan a reducir sus contratos de publicidad con la emisora, hasta que esté garantizado el *rating*. Por su parte, la empresa no aguanta la presión -aunque todavía tenga ganancias- y suspende la experiencia para regresar a la forma tradicional de radiotocadiscos, a la que sólo se le da variedad con engañosos «programas» que siguen el mismo esquema, pero haciéndole creer al auditorio que ellos hacen el programa y así nos encontramos con las complacencias, las dedicatorias, "La hora de...", "Pídala cantando", "La competencia en-

²⁵ *Idem*.

tre los grandes”, “El *hit parade*” y similares. Para lograr todo esto no hace falta más que un reducido equipo de locutores que sepa dialogar infantilmente con el que llama por teléfono y que presente las canciones en forma rápida, vacía y a gran volumen. Con eso basta.

Publicidad y anuncios. Después de la música, los anuncios comerciales son los mensajes más difundidos en la radio mexicana. Si bien Llano y Morales reportan alrededor de tres horas diarias de anuncios por emisora en su investigación, respondida por los propios radiodifusores, la simple observación de sus programas cotidianos nos indica que esa proporción es mayor. En una hora se transmiten 10 canciones de tres minutos de duración; los cortes comerciales suelen durar dos minutos y son también 10, y los otros 10 minutos se dedican a las intervenciones del locutor y otros mensajes; así vemos que los comerciales abarcan, por lo menos, un tercio de la emisión. Además, si la legislación²⁶ permite dedicar a anuncios 40% de la programación, estamos seguros que las estaciones que tienen posibilidades de vender ese tiempo lo hacen; no perdamos de vista que, como se insinuaba más arriba, la permanente difusión de discos de actualidad con cantantes de moda es también una promoción de venta y por lo tanto un anuncio comercial.

Con esos datos y un vistazo a las tarifas oficiales se puede saber, con facilidad, que las ganancias en una industria como la radio no son despreciables. El precio promedio de un anuncio de 20 segundos en estados como Jalisco y Nuevo León es de 4.30 dólares; en estados con menos potencial económico, esos 20 segundos cuestan alrededor de 2.40, y en el Distrito

²⁶ Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones de radio y televisión, Art. 42, fracción II.

Federal ese promedio asciende a 12.75. La variación en el precio es impresionantemente amplia. La XEW de la ciudad de México cobra 38 dólares por 20 segundos, mientras que la XESE de Champotón, Campeche cobra 50 centavos. Aún así, "sólo el 15% de los recursos destinados a la publicidad son absorbidos por la radio".²⁷

No hay conciencia entre los radiodifusores privados de que la radio pueda ser algo más que un instrumento para activar la circulación de capital y así lo expresan:

Estamos convencidos de que la publicidad es un elemento vital dentro del sistema social, político y económico que rige actualmente nuestro País; por lo tanto, nos corresponde no solamente admitirlo, sino también comprobarlo y hacer demostraciones tangibles de sus beneficios. Esa labor publicitaria y de comunicación que llevamos a cabo, es fundamental en el desarrollo de las nuevas generaciones. Al obtener datos, producto de un trabajo sistemático adecuado, científico y comprobable, en una palabra, al investigar, el radiodifusor queda capacitado para mejor servir a su comunidad.²⁸

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

27 Luis Aguilar Villanueva, "Opinión pública y comunicación social. La radio", en *México 75 años de Revolución, educación, cultura y comunicación II*, p. 873.

28 CIRT, "La radiodifusión, responsabilidad social".

Las emisoras de radio del país, según Llano y Morales, transmiten alrededor de una hora diaria de noticias en promedio; sin embargo, es probable que este tiempo haya cambiado, dado que al iniciarse la década de los noventa se observa un aumento notable de programas informativos, comentarios y eventos especiales.

En la década de los ochenta, las emisoras de radio volvieron a tomar conciencia de que una de sus funciones primordiales era la de informar de una manera inmediata, oportuna, concisa, de los acontecimientos ocurridos en el mundo, pero sobre todo de aquellos que sucedieron en su área de influencia directa, cosa que la televisión estaba haciendo, a pesar de las limitaciones de producción en este medio.

José Luis Gutiérrez Espíndola y Petra Lobato en su artículo "Información radiofónica: el mundo en tres minutos"²⁹ reportan que 75% de las radiodifusoras de la capital del país emiten algún servicio informativo. En Guadalajara lo hacen casi 80% de las estaciones. Sin embargo, la información periódica es una característica de la radio metropolitana, de grandes ciudades, no así de capitales estatales menos importantes o de poblaciones pequeñas, en donde, cuando mucho se retrasmite al noticiero nacional de la cadena y, en algunos casos, se leen los encabezados de la prensa de circulación nacional.

La labor informativa la encontramos en tres tipos de programas principalmente: los noticieros propiamente dichos, las barras o revistas informativas y los programas de opinión.

Los noticieros tienen una duración de alrededor de cinco minutos, suelen transmitirse cada hora a lo largo del día a través de todas las estaciones de un mismo grupo empresarial. En algunos casos también se difunden en emisoras de diversas plazas del país. Por lo regular, cada modelo informativo tiene dos o tres resúmenes durante el día con una duración mayor.

²⁹ Incluido en Rebeil *et al.*, *op. cit.*, p. 149.

En este tipo de programas las noticias se dan en forma breve siguiendo un formato o estructura más o menos definido y fijo. Con mayor frecuencia se observa la contratación de personal para tareas de reporteo y redacción periodística, lo cual quiere decir que hay un interés especial por profesionalizar esta actividad y que deje de ser un adorno en la programación. La existencia de sistemas informativos radiofónicos, estructurados y planeados es prácticamente privativa de las cadenas radiofónicas, ya que es difícil encontrarlas en emisoras pequeñas o independientes, pues es un servicio que implica un costo alto en la obtención de la información y de producción, lo cual no ocurre con la emisión de la música que se obtiene en forma gratuita; por eso los anuncios incluidos dentro de los noticieros son cobrados más alto. Existen noticieros especializados, principalmente deportivos, aunque a veces los hay de finanzas y actividades artísticas.

Como se decía más arriba, en los últimos años de la década de los ochenta se incrementó la emisión de barras informativas, con características de revista y duración de una a tres horas, en las que se incluyen entrevistas, reportajes, comentarios, charlas, noticias y controles remotos. Son conducidas por algún periodista de prestigio o que va adquiriendo fama a partir de esos programas, que se retransmiten desde la capital de la República a diversas plazas del país, aunque existen algunas experiencias locales. De las primeras hay tres programas de cobertura nacional, "Monitor" de Radio Red de RPM, conducido por José Gutiérrez Vivó; "Panorama", cuyo conductor es Guillermo Ochoa y que pasa por la mayoría de las estaciones del Grupo ACIR, y "Para empezar" que conduce Pedro Ferriz de Con, a través de todas las emisoras de Frecuencia Modulada Mexicana, S.A. Estas emisiones tienen como característica principal la información de tipo nacional, que generándose en la capital mexicana, interesan a la mayor parte del país; sin embargo, con frecuencia, se comete el error de destinar buena

cantidad de tiempo a asuntos que sólo interesan a los habitantes del Distrito Federal como es la situación momentánea del tránsito, cuya transmisión a todo el país no justifica su transporte a través del satélite Morelos. El uso del satélite por la radio está incrementando notablemente la centralización informativa.

De las experiencias fuera del Distrito Federal cabe distinguir la labor informativa que realiza Radio Metrópoli en la ciudad de Guadalajara, que desde julio de 1980 dedica la mayor parte de su programación a la información, a través de tres barras diarias, "Buenos días", "Buenas tardes" y "Buenas noches", más los noticieros y resúmenes de cada hora que produce para todas las estaciones afiliadas a la red Notisistema, siendo así no sólo una estación pionera en cuanto a horas de información, sino que se está convirtiendo en una especie de paradigma en cuanto a este tipo de programación. Aun antes de que en la ciudad de México se tomara conciencia de la información periodística, en donde alguna vez la XEX intentó ser la estación de sólo noticias, Radio Metrópoli "estación piloto de la Red Notisistema" y su antecedente Inforjal era ya "la estación de las noticias", que complementa su programación con programas conducidos en vivo sobre asuntos de actualidad y comentarios, reportajes y algo de música.

Por no tener una estructura fija o un formato definido, las barras informativas suelen mezclar todo tipo de noticias, según su asunto o procedencia, intercalándose comentarios, información meteorológica, seguidas de una larga entrevista que poco a poco va perdiendo interés, pero que sirve para llenar el tiempo comprometido. Gutiérrez Espíndola y Lobato, en su citado artículo, califican a la información radiofónica de fragmentaria, descontextualizada, centralista, oficialista, de poca pluralidad, discontinua y dispersa.³⁰

30 *Ibid.*, p. 150.

Por su parte, los programas de opinión o comentarios acerca de los contextos, causas y efectos de los acontecimientos no son muy frecuentes; más bien, esta función se intercala en los programas informativos tipo revista. Los que más se pueden encontrar son los programas de comentario sobre deportes, y de éstos prácticamente sólo el fútbol, en donde destacan la XEW y otras estaciones de Televisa Radio. En esas estaciones hay también programas de «teléfono abierto» en donde se promueve la participación, crítica y denuncia del auditorio; sin embargo, en opinión de Gerardo Estrada, director del IMER, en esos programas “se oculta que la mayoría de los conductores manipulan y dirigen a los radioescuchas haciéndoles creer que una crítica política anecdótica, fuera de contexto y reducida a la simple denuncia circunstancial, son formas de participación social”, y añade que

estas formas no son de manera alguna formas de participación social, ya que simplemente actúan como mecanismo de simplificación administrativa que suscitan clientelismos político-comerciales ocultando proyectos políticos, recurriendo a una crítica simplista y banal de los actos de gobierno, creando la ilusión de una participación, que sólo beneficia a intereses particulares.³¹

A pesar de esa opinión, los programas que tratan problemas ciudadanos, cotidianos y hasta domésticos y solicitan la participación del público, suelen tener muy buena aceptación, lo cual prueba que es por la vía de la participación, además de la atención cada vez más local y comunitaria, como la radio retomará su camino. Este tipo de programas y todos aquellos que se basan en la palabra hablada para hacer comentarios, contar anécdotas o compartir lecturas, se transmiten en las estacio-

31 Gerardo Estrada “Formas de participación social en la radio del Estado - La propuesta del IMER”, Foro nacional sobre la radio en México, UNAM-FCPS, abril de 1989, México.

nes más preocupadas por la información y han ido en aumento. Ya no es raro encontrar a algunos escritores o intelectuales de renombre en las estaciones comerciales, sobre todo en el Distrito Federal, como Jesús Silva Herzog, Eraclio Zepeda, Feliciano Béjar, Francisco Prieto.

Otra forma de información periodística son los programas a control remoto, que se han reducido a algunos actos oficiales, como son los informes de gobierno, tanto presidenciales como estatales y municipales, y la transmisión de partidos de fútbol y los de beisbol en el norte del país.

Otros tipos de programas. Además de los comerciales, la música y los noticieros, a veces podemos encontrar otras cosas.

a) La emisión de radionovelas y de programas dramáticos en general es cada vez más reducida. Llano y Morales dicen que 29% de las estaciones del país transmiten en promedio tres radionovelas a la semana;³² aunque existen todavía emisoras aisladas que destinan un tercio de su programación a los melodramas seriados. La mayoría de estas radiodifusoras pertenecen al grupo Radio Programas de México (RPM) que desde los años cuarenta ha ido a la vanguardia en cuanto a la producción y venta de radionovelas, y en la actualidad sus estaciones, que están regadas por todo el país, todavía transmiten las producciones de esos años. La producción nueva es muy escasa y sólo se limita a unas dos o tres series de bastante éxito como son "Kalimán" y "El ojo de vidrio".

Hasta los primeros años de la década de los ochenta la XEW todavía producía y transmitía radionovelas durante varias horas de la mañana. Contaba con un buen cuadro de actores y actrices con amplia experiencia. Sin embargo, el interés de la empresa por el género dramático radiofónico decayó, tal

32 Llano y Morales, *op. cit.*, p. 135.

vez por el éxito de ventas que estaban representando las telenovelas producidas por esa misma empresa en América Latina, Estados Unidos y algunos países de Europa. Sin embargo, en fechas recientes, el director de Televisa Radio ha anunciado que con la instrumentación de la estereofonía en la amplitud modulada, podrían retornar a la producción de radionovelas.³³

Algunas de las razones por las cuales la radionovela tiende a desaparecer en la radiodifusión mexicana son las siguientes: fuerte competencia de las novelas televisadas; el costo de producción de la radionovela, innecesario para lograr auditorio, ya que con la emisión de música grabada gratuita es suficiente, y el desgaste de los temas socorridos por el género y el temor de tratar temas más novedosos.

A pesar de lo anterior, algunas instituciones como el Consejo Nacional de Población, Radio Educación y Radio UNAM han producido y emitido lo que Carlos Illescas llama la radionovela alternativa,³⁴ series dramáticas de continuación en las que se trata de conscientizar sobre un problema o bien difundir algunas buenas obras de la narrativa universal.

b) En el universo radiofónico comercial de México existen unas cuantas estaciones que organizan su emisión precisamente en «programas», entendidos como una estructura completa con unidad e intención concreta, con público y temas más bien definidos. Algunas de estas estaciones son la XEW, Radio Red y similares del grupo RPM. Teniendo su programación fraccionada en medias horas, han ido modificando el contenido de novelas hacia programas hablados, bien sean de comentarios, revistas, del hogar, de consejos, femeninos, etc. En ciudades como Guadalajara, Puebla, Monterrey y Morelia hay también

33 Jaime Almeida, "La radio de los 90s", Conferencia presentada en Expopublicitas, 17 de marzo de 1990, Guadalajara.

34 Cfr. Rebeil *et al.*, *op. cit.*, p. 165.

estaciones con programas claramente definidos como tales. En muchas estaciones llaman «programas» a una forma aparentemente novedosa de hacer lo mismo, es decir, emitir canciones, pero con el nombre de “Pídala y dedíquela”, “Viejitas y nuevitas”, que ya se mencionaban antes.

c) Los cortes entre programas o entre canciones cuentan con estos elementos: anuncios comerciales, cinco por corte; cuñas de propaganda gubernamental, promociones de beneficio social y consignas conscientizadoras, que se transmiten utilizando los tiempos legal y fiscal; la identificación de la estación y la hora, y la participación del locutor presentando las canciones, enviando saludos, solicitando llamadas telefónicas, haciendo comentarios. Los cortes suelen durar tres minutos.

Algunas estaciones, que se dirigen a un público rural y suburbano, cuentan con el servicio de «avisos» personales para suplir la carencia de otros medios de comunicación.

Perspectiva de la programación. Sin duda parece que la *radio tocadiscos* —en sentido peyorativo— de alguna manera se irá reduciendo, a medida que las radiodifusoras vayan perfilando más su auditorio. Cuando esto ocurra, y parece que estamos en vías de que así sea, la misma presentación de la música y los temas que interesan a los diversos destinatarios se convertirán en programas estructurados que propicien más la participación y recuperen al auditorio como protagonista de la programación.

Las nuevas tecnologías de emisión y recepción, como es la estereofonía en la amplitud modulada, exigirán una mejor calidad musical y una presentación menos estereotipada. La información será más analítica y menos noticiosa y habrá más programas de comentario y debate, porque el público que confundía a la radio con un tocadiscos, efectivamente se refu-

giará en sus cintas, compactos y viejos LPs. Tal vez se reduzca el público de la radio, pero será más selectivo y más activo como receptor. La radio comercial tendrá que voltear hacia «la otra radio», que como veremos más adelante, ha logrado más relación y comunicación con su audiencia y ha instituido una emisión más basada en verdaderos programas.

La radio permitida³⁵

La radiodifusión no comercial está compuesta por 100 estaciones.³⁶ 61 son estatales, 18 universitarias, siete indigenistas, siete independientes y siete repetidoras que emiten en la misma población y suelen tener las mismas siglas.

Aun cuando la forma de manejar estas difusoras es bastante heterogénea y responde a las propias políticas institucionales según el tipo, hay algunos elementos en común.

Lo que más distingue a las emisoras culturales es que «suenan diferente» y hay más respeto por la audiencia. Los locutores parecen cercanos al público y la música pasa por un proceso de selección más rígido.

Los locutores parecen estar próximos a las vivencias del público y cuidan del lenguaje; sin embargo, con frecuencia son engolados y con una impostación que indica que lo que ellos dicen sí es serio y sí es formal y, en consecuencia, alejan al público que se está animando a escuchar a la otra radio. Por for-

35 La mayor parte del contenido de este apartado aparece también en Cristina Romo, *La otra radio. Voces débiles voces de esperanza*, y en "Las radiodifusoras no comerciales en México" en *Renglones* núm. 15, diciembre de 1989, ITESO, Guadalajara.

36 En este conteo se incluyen las dos estaciones del Sistema Oaxaqueño de Radio y Televisión, la emisora del municipio de Torreón y las cinco estaciones que dejaron de ser operadas por el IMER (Quintana Roo y Tlaxcala). La XEJB de Guadalajara está contada dos veces porque la programación de sus dos frecuencias es ahora diferente. Se incluyen también Radio Tlaxcala y Radio Calpulalpan en el estado de Tlaxcala.

tuna, esta costumbre se encuentra más en algunas radios universitarias y estatales, que en las que pretenden ser llamadas «populares» y «horizontales» que intentan más comunicación con el auditorio.

En prácticamente todas, como en la radio comercial, la música es la materia prima de la emisión; sin embargo, hay un esfuerzo porque ésta sea presentada en forma de programas elaborados, esto es, con principio, fin e intención definida. Aun cuando hay todavía estaciones que programan sólo música «cultura», la mayoría la alterna con música popular y en ocasiones con música comercial de calidad.

La programación en este tipo de radio está constituida precisamente por programas, lo que hace una de las principales diferencias con la radio comercial. También, tanto programática como organizacionalmente la presión del tiempo es mucho menor. Es, diríamos, una radio sin prisas en donde el tiempo se puede alargar, si lo que está pasando al aire es interesante o todavía no culmina. Esto, en consecuencia, resulta a veces poco serio; los programas no empiezan a tiempo y la audiencia se aleja.

La generalidad de las estaciones prefieren ser voceros de eventos culturales y artísticos y no participan en política y asuntos sociales. Saben que puede haber problemas. No hay compromisos con anunciantes pero sí con financiadores, que en la mayoría de los casos son instancias gubernamentales. Resaltan por lo menos tres posiciones entre los que conducen estas radios: los progresistas, que ven al medio como la trinchera desde la cual se cambiará el sistema; la contraria, que es una posición miedosa, y la posición cultista que no se mete en ningún problema, ni en el de la creatividad, que justifica su existencia emitiendo música «cultura» y de cuando en cuando algunas cuñas sobre compositores o artistas consagrados, surtidos de la localidad, o por lo menos de héroes nacionales.

Principalmente en las indigenistas, las populares y algunas estatales, existe la inquietud por ser medios participativos. Esto se logra en las emisoras que tienen claro quién y cómo es su auditorio y han establecido otras formas de comunicación además de la radiofónica. La realidad es que son pocas las emisoras que conocen su audiencia; la mayoría la define como «público en general» y para ser otra radio se requiere un contacto con su público para transformar el mundo que lo rodea.

La radio permissionada es, sin duda, una radio subutilizada, desperdiciada. Con frecuencia no se maneja a partir de un proyecto congruente, bien planeado y con objetivos claros. Por ejemplo, al investigar respecto de éstos, se responde con vaguedades como “difundir el arte y la cultura” y “dar al escucha la opción de la cultura”, “difundir educación”, “educar y ofrecer una alternativa”, “desarrollar la enseñanza”, y cuando se inquiera por los programas que están planeados de acuerdo con esos fines, no hay precisión, del mismo modo que no hay mucha conciencia de que el establecimiento de objetivos claros pueda permitir el mejor aprovechamiento del tiempo y de los recursos disponibles, así como lograr la colaboración de otras instancias y personas.

Por su propia naturaleza, estas radios pueden ser más comunitarias, favorecer la descentralización y la regionalización y emitir contenidos más vinculados con sus oyentes. Sin embargo, para lograrlo se requiere de una actitud más consciente frente al medio que se tiene en la mano. Esto es difícil por la enorme rotación de personal debida a los bajos sueldos y a la sexenalidad.

Junto con el financiamiento, los movimientos que ocurren cada seis años por los cambios de gobierno o con mayor frecuencia, son las principales causas de los problemas más agudos de las estaciones permissionadas. Puede ocurrir que se nombre un nuevo director que cambie todo el proyecto, modifique la programación, tenga dificultades con el personal y és-

te acabe por retirarse, bien por propia voluntad o por despido. Asimismo, puede pasar que instancias superiores no se interesen por la radio y se retire el apoyo. No es raro visitar las instalaciones de alguna radio estatal y descubrirlas muy bien equipadas pero con dos o tres personas que sostienen la señal en el aire con la transmisión de un disco de larga duración.

Al parejo de esta dificultad se encuentran también los cambios frecuentes de dependencia institucional; a veces se les considera parte de las tareas educativas, en ocasiones cumpliendo funciones informativas y de comunicación social y la emisora va de una dependencia a otra. Una solución a este problema ha sido la constitución de sistemas estatales de radio y televisión o de comunicación social. En las universidades no ha habido una solución común.

Radiodifusión universitaria

La radiodifusión universitaria se inició en México en 1937 cuando el 14 de junio fue inaugurada la XEXX (ahora XEUN) Radio UNAM, que cumpliría "un amplio programa de extensión cultural, por medio del radio" y programaría: difusión del acervo musical, literatura y drama, extensión de la docencia, divulgación de la ciencia, emisiones internacionales dirigidas a los mexico-norteamericanos e información artística y científica.³⁷

El ejemplo cundió y un año después la Universidad de San Luis Potosí lanzaba al aire la XEXQ. Por su parte la Universidad Veracruzana inauguraba la XERUV en 1947. Posteriormente, en la década de los sesenta, surgen cuatro estaciones más (Guanajuato, Sonora, Oaxaca y Yucatán). La mitad de las radios universitarias actuales fue inaugurada en los años se-

³⁷ Discurso de inauguración pronunciado por Alejandro Gómez Arias, primer director. Citado por Fernando Curiel en *La radiodifusión universitaria*, p. 16.

tenta, cuando salieron al aire las correspondientes a las universidades de Sinaloa, Guadalajara, Michoacán, Durango, Baja California, Aguascalientes y Querétaro. Desde 1979 no se había otorgado otro permiso a ninguna universidad, a pesar de que varias lo han solicitado, algunas con verdadera insistencia, como son los casos de la Universidad Autónoma de Guerrero y la de Puebla. En junio de 1988, muy discretamente, la Universidad de Guerrero reinició sus emisiones radiofónicas después de luchar largo tiempo por el permiso.

Las otras tres emisoras contadas entre las universitarias son las correspondientes a los institutos tecnológicos regionales de Tijuana y Celaya y la repetidora de la Radio Universidad de Baja California en Ensenada.

En términos generales, la existencia de estas radiodifusoras responde explícitamente a la tercera función de la universidad, que es la extensión académica y la difusión cultural. La universidad como creadora de conocimientos y cultura busca los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan el espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad. Para algunas emisoras universitarias su función es "ocuparse de difundir la cultura de excelencia, dejando las expresiones populares para otras estaciones".³⁸ Tal vez esta opinión pueda resultar atinada ahora, cuando existen radiodifusoras no comerciales más populares. Sin embargo, la difusión de la cultura de excelencia se ha entendido como la emisión de la música «cult», casi exclusivamente, y no como un medio a través del cual se extiende el saber hacia los grupos que no tienen acceso a las aulas universitarias.

La situación de la mayoría de ellas es precaria. No todas las universidades tienen conciencia del valor de su emisora y no las proveen de los recursos necesarios ni les prestan la atención debida.

38 Florence Toussaint, "Radio UNAM, medio siglo", en *Proceso* Núm. 553, 8 de junio de 1987.

Con honrosas excepciones, las radios universitarias desaprovechan el caudal de conocimientos, el talento de los universitarios y, podríamos decir, la «mano de obra» de docentes y estudiantes con que cuentan en la universidad de la que son parte. Si bien es cierto que los recursos económicos son raquíuticos y que es difícil contar con ellos para contratar personal de planta numeroso y hacer producciones sofisticadas, hay por otro lado muchas posibilidades, recursos académicos, escolares y humanos para poder realizar programas de calidad. Otras instancias de la misma universidad cuentan con recursos económicos que pueden ser canalizados hacia programas radiofónicos. En la mayor parte de las universidades que cuentan con emisora y además con una escuela de comunicación, hay un divorcio completo entre ambas. ¡Lo que podrían aportar escuelas y facultades!

El Estado mexicano —evidentemente— no tiene un interés en las radios universitarias. Por una parte, las ignoró al emitir la Ley Federal de Radio y Televisión, no las enumeró entre las posibilidades de las emisoras permisionadas y no se ocupó de ellas, como lo hizo de las emisoras experimentales y las escuelas radiofónicas.

Los sondeos de audiencia colocan a las radiodifusoras universitarias siempre en últimos lugares, y es que los estudiantes de las propias universidades son los que menos escuchan las emisoras. Sin duda, el principal beneficiario de las radios universitarias está siendo el núcleo de la población que ya disfruta “de la buena música, que es poseedora de una buena discoteca y que tiene acceso fácil a los conciertos que se presentan en su localidad”.³⁹ Habría que hacer un esfuerzo para extender los beneficios.

39 Cristina Romo de Rosell, “Estructura y funciones de la radio mexicana”.

Radiodifusión estatal

En el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid (1982-1988), como ya se decía, la radiodifusión a cargo del Estado recibió el mayor impulso de que se tiene noticia en la historia mexicana. El establecimiento de sistemas estatales de comunicación social y la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) fueron la novedad del periodo.

El Estado mexicano comienza a reconocer el poder político de la radio. Sin embargo, su incursión de ninguna manera limita la presencia y el poder de la empresa comercial en el medio.

Hay que distinguir, como lo propone Antonio Pasquali, entre *servicio público* y *servicio gubernamental*. "Se trata -dice- de términos antónimos, ya que una radiodifusora de servicio público es tal sólo si disfruta de doble independencia respecto del poder económico y del poder político".⁴⁰

Según Pasquali, para que una radio se considere de servicio público debe tener las siguientes características:

- 1 Ser independiente, participativa y de alta calidad.
- 2 Alimentarse con fondos del erario público, esto es, del contribuyente. Su financiador es el público (...) de donde se deriva que sólo financiada con dinero público puede autocalificarse de "servicio público".
- 3 Tener alcance nacional. Es decir, que todos los habitantes de una nación gocen de su beneficio, lo que no significa transmisión a nivel nacional.

40 Antonio Pasquali. Intervención en la primera Mesa Redonda MEXICOM 86, Tlaquepaque, Jal., octubre de 1986.

- 4 Respetar a sus usuarios, y reconocerlos como personas inteligentes, cultivadas, sensibles...
- 5 Considerar a la cultura como sinónimo de calidad, no de "exquisitez esotérica".
- 6 Establecer redes malladas y multilaterales, propiciando la regionalización y la descentralización.
- 7 No ser repetidora de programas y mensajes ajenos, sino productora de sus propios programas.
- 8 Ofrecer alternativas a los diversos gustos y necesidades, elevando los gustos de los oyentes.⁴¹

Viendo estas características, difícilmente podremos reconocer a la radio estatal —salvo honrosas excepciones— como de servicio público. Esto se debe principalmente a la centralización, ya mencionada, y a la falta de financiamiento que hace a las emisoras de las entidades federativas recurrir al IMER, Radio Educación y en ocasiones a Radio UNAM para obtener programas con qué llenar el tiempo y reducir la emisión de música.

En el modelo de la radio estatal, encontramos varios tipos de estaciones:

- El primer tipo son las radiodifusoras dependientes de alguna instancia gubernamental; sin embargo, en esta situación sólo existen Radio Educación, en la ciudad de México, que depende de la Secretaría de Educación Pública y que ha logrado no ser absorbida por el

41 *Idem.*

sistema del Instituto Mexicano de la Radio, y las estaciones del Instituto Nacional Indigenista.

- El segundo lo constituyen las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados. Algunas de ellas forman parte de sistemas estatales de comunicación social, como son los casos de Tabasco, Estado de México, Morelos, Michoacán, Hidalgo y Tlaxcala. Otras operan a través de alguna instancia estatal con dependencia directa del gobierno del estado, como son las Emisoras Culturales del Estado de Jalisco, La Voz del Estado en Aguascalientes, Radio Gobierno en Nuevo León, la Casa de la Cultura de Campeche, la Radio Sonora, la XHVIC de Tamaulipas, la emisora del gobierno de Baja California Sur, XETNC de Nayarit, Radio Querétaro, las nuevas de Torreón, Coahuila y del Sistema Oaxaqueño, y las que dejó de operar el IMER en Quintana Roo y Tlaxcala.
- El tercer tipo lo forman las emisoras que siendo permitidas al gobierno estatal son operadas directamente por el IMER mediante un convenio de colaboración. En esta situación están las estaciones de Radio Chiapas y Radio Occidente - La Voz de Colima y Radio Mar en Campeche.
- Por último, las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio son el grupo más representativo de la radio estatal actualmente, ya que están organizadas consistentemente y tienen un estatuto legal diferente.

Emisoras indigenistas

El Instituto Nacional Indigenista inicia su experiencia radiofónica en 1979 con el establecimiento de la XEZV "La Voz de la Montaña" en Tlapa de Comonfort, Guerrero, que sería la primera de las siete emisoras indigenistas que constituyen actualmente el sistema radiofónico del Instituto.

El propósito fundamental del proyecto radiofónico del Instituto Nacional Indigenista no es la radio misma sino "contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas" y "el fortalecimiento de su cultura",⁴² y apoyar su "sentido de pertenencia étnica".⁴³

La red de emisoras indigenistas del INI la constituyen siete estaciones:

- XEZV La Voz de la Montaña, en Tlapa, Guerrero.
- XENAC La Voz de los Chontales, en Nacajuca, Tabasco.
- XETLA La Voz de la Mixteca, en Tlaxiaco, Oaxaca.
- XETAR La Voz de la Sierra Tarahumara, en Guachochi, Chihuahua.
- XEPET La Voz de los Mayas, en Peto, Yucatán.
- XEPUR La Voz de los Purépechas, en Cherán, Michoacán.
- XEVFS La Voz de la Frontera Sur, en Las Margaritas, Chiapas.

Sólo dos de ellas (XEZV y XEPET) tienen concedido el permiso de operación, pero están en vías de obtenerse los demás. Los equipos técnicos son muy buenos y se han instrumentado sistemas especiales para ahorro de energía y hay capacitación especial para mantenimiento.

42 Carlos G. Plascencia, "La radiodifusión indigenista", INI, s/l.

43 Ricardo Curiel Villaseñor y María Teresa Niehus Casillas, *Fundamentos para la radiodifusión cultural en zonas indígenas*, p. 33.

La característica principal de la radio indígena del INI es su emisión en las lenguas propias de las etnias que habitan las zonas geográficas en las cuales están instaladas, además del español. Se trata precisamente de fomentar la unidad entre los componentes del grupo de una misma comunidad lingüística, contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades y a la conservación de la cultura propia, ya que representan uno de los pocos espacios nacionales en donde los indígenas pueden expresar su pensamiento y su cultura.

El trabajo de fomento del uso de la lengua nativa y su recuperación ha llevado a elaborar manuales didácticos para sustituir los «préstamos» del español con palabras propias.

Los equipos de trabajo de las estaciones están formados por miembros de las comunidades, principalmente,⁴⁴ y en la mayoría de los casos el director es indígena. Hay un promedio de 17 personas en cada equipo. Se procura que sólo para aspectos que no están funcionando satisfactoriamente se lleve gente de fuera.

Aun cuando existe mucho respeto a la iniciativa de cada radiodifusora hay algunas características de la programación que son comunes. Por ejemplo, la importancia que se da a la música. No se trata de «recuperarla» o «rescatarla», puesto que no se considera algo muerto o perdido, sino de promover su creación y su difusión. Las estaciones se han convertido en depositarias; los compositores e intérpretes van ahí y entregan su música para asegurarse de su difusión y resguardo. No se trata sólo de guardarla, sino de difundirla. Se ha ido haciendo tradición la celebración de los aniversarios de las radios con grandes festivales musicales.

Otro elemento importante de la programación es el servicio de «avisos» que se da en las siete estaciones. La gente confía en ellas y las escucha para recibir noticias. En la Sierra Tarahumara, por ejemplo, las unidades médicas del Seguro So-

44 Del personal de la red de radiodifusoras del INI, 85% son indígenas bilingües.

cial reciben avisos y los radian a la emisora, ahorrándoles a los tarahumaras un buen trecho de camino. En Guachochi, se reciben alrededor de 2 mil avisos personales o institucionales por mes.

El 90% de los programas es elaborado en cada una de las estaciones a partir de las necesidades, deseos y expectativas de las comunidades que son visitadas con frecuencia, además de que los locutores son parte de ellas.

El tiempo no es un elemento impositivo. Se trata de radios sin prisa. Los programas a veces se alargan respetando su propio ritmo. La cadena opresora del tiempo aquí se rompe ya que no corre igual que en las ciudades o en las radios comerciales. Cómo va a ser igual, si una persona es capaz de caminar tres días o más, para llegar a la estación a llevar su «aviso» o para cantar una canción. Una locutora driqueña dice que

para los que hacemos radiodifusión en regiones indígenas, yo pediría que reflexionáramos un poco este hecho. Que si bien la radiodifusión es una técnica que no surgió de nuestros pueblos, no quiere decir que estemos obligados a importar también las formas de usarlas.⁴⁵

Emisoras operadas por patronatos

En este panorama de la radio permisionada en donde la mayoría de las emisoras son operadas —directa o indirectamente— por el Estado, a través de diferentes instituciones, se encuentran siete emisoras que funcionan en forma independiente; seis de ellas, además, son privadas.

Estas radios, al ser independientes y privadas, tienen más posibilidades de hacer una radiodifusión participativa, comu-

45 "El camino andado, XETLA 'La Voz de la Mixteca' radiodifusora cultural del Instituto Nacional Indigenista, Tlaxiaco, Oaxaca", Villahermosa, 1987.

nitaria y popular; sin embargo, no todas aprovechan la oportunidad, ni siquiera se la plantean.

En todas ellas hay detrás una asociación civil local que les da sentido, consistencia y permanencia a las experiencias. El problema de la sexenalidad, que está presente en todas las demás, en las independientes no existe, excepto en la que no es privada.

Dos de estas estaciones tienen objetivos claros y explícitos dentro de lo que podemos llamar emisoras populares regionales. Estas son Radio Cultural Campesina, en Teocelo Veracruz, permitida al Centro de Promoción Cultural A.C. y manejada por un grupo local de locutores y productores. La otra, Radio Huayacocotla, también en el estado de Veracruz es operada por Fomento Cultural y Educativo A.C., que asesoró durante diez años a la emisora de Teocelo.

Radio Mezquital, por su parte, es una emisora con cierta tradición, operada desde su inauguración por el Patronato Indígena del Valle del Mezquital, organismo dependiente del gobierno del estado de Hidalgo y que, después de haber tenido una exitosa experiencia de comunicación participativa, se encuentra ahora en un *impasse* de silencio (porque lo que emite es para no oírse).

De las otras cuatro, difícilmente podríamos encontrar cosas en común, solamente que son instrumentos de otros tantos patronatos. Estas radiodifusoras son Radio Mendel en Aguascalientes; una emisora en Monclova, Coahuila; otra más en Linares, Nuevo León, en onda corta, que se han establecido a partir de la iniciativa de una persona o de un grupo local, y la Voz Maya de México en Becal, Campeche, que al parecer tiene fines y objetivos más allá de los propiamente locales.

Sólo las radiodifusoras operadas por Fomento Cultural y Educativo tienen documentados y explicitados sus objetivos, sus fines y sus formas de operación. Ambas están ubicadas en zonas rurales y pretenden ser instrumentos, mediaciones para

la conscientización y la educación integral del pueblo, a través de una experiencia de radiodifusión horizontal y participativa. A ambas emisoras podemos considerarlas paradigmas de lo que puede ser una radiodifusión al lado del pueblo, a quien acompaña en su proceso de liberación.

CAPÍTULO III

Papel del Estado en la radio

- *Legislación*
- *El Estado radiodifusor*

Hasta aquí hemos dado un vistazo a la historia de la radio en México; hemos hecho recuentos; descrito en forma somera a la radio comercial, sus instituciones y características, y lo mismo hemos hecho con la radio no comercial. En este panorama hace falta ver el papel que el Estado mexicano juega en relación con la radiodifusión actualmente.

Como administrador y regulador de la mayor parte de las actividades nacionales, el Estado es el responsable de las actividades radiofónicas, puesto que "corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas...";¹ es el Ejecutivo Federal quien otorga las concesiones y permisos,² y es el Estado quien deberá proteger y vigilar la función social de la radio y la televisión.³

En ese contexto el Estado mexicano tiene dos funciones, principalmente. Una, la relativa a legislar sobre esta actividad, la aplicación de la ley y las disposiciones que de ella se derivan, y la segunda, su papel como radiodifusor.

1 *Ley Federal de Radio y Televisión*, Art. 1.

2 *Ibid.*, Art. 2.

3 *Ibid.*, Art. 3.

Desde 1983 las funciones normativas y las operativas están separadas. Las primeras, asignadas a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación, y las operativas al Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

La Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía se crea en 1977 durante el régimen presidencial de José López Portillo y asume las facultades que tenían la Comisión de Radiodifusión, encargada de administrar el tiempo fiscal que le corresponde al Estado; la Dirección General de Información, que tenía asignadas las funciones normativas, y la Subsecretaría de Radiodifusión, que habiendo sido creada por el presidente Luis Echeverría y ubicada en la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, era la responsable de las funciones operativas del Estado en materia de radiodifusión. También desaparece la entidad llamada Radio Gobernación, que alguna vez tuvo asignada la sigla XEXA y una frecuencia de onda corta, y que tenía como tarea la producción de "La Hora Nacional" que se grababa en su propia cabina y se radiaba desde la XEW.

La Dirección de Radio de RTC tiene como tarea la formulación y puesta en práctica de las políticas nacionales de comunicación en materia de radio. Es, en consecuencia, la encargada del aspecto normativo, de la aplicación de la ley, ya que a través de RTC "el gobierno mexicano regula las actividades de los medios electrónicos de comunicación masiva, de tal manera que realicen un servicio eficiente, de acuerdo a las leyes, y constituyan un instrumento de apoyo a la educación popular, al desarrollo tecnológico, a la difusión de la cultura y al rescate y reafirmación de los valores nacionales".⁴

4 Folleto promocional del Primer Mercado Latinoamericano y del Caribe de Radio y Televisión, octubre de 1986.

Legislación

De la Ley Federal de Radio y Televisión se desprenden las atribuciones que directamente corresponden al gobierno de México a través de diversas instancias. Estas son: otorgar concesiones y permisos;⁵ determinar la naturaleza y el propósito de las estaciones; proteger y vigilar la actividad de la radio y la televisión⁶ y promover la transmisión de programas de divulgación con fines de orientación social, cultural y cívica.⁷

El 31 de octubre de 1916 se expide el Decreto sobre el Reglamento para la Instalación y Funcionamiento de Estaciones Radiotelegráficas. A partir de ese decreto y hasta la publicación de la Ley Federal de Radio y Televisión, ocurrida el 19 de enero de 1960, se emiten 17 disposiciones jurídicas sobre la materia, entre las cuales destacan, en 1926, la promulgación de la Ley de Comunicaciones Eléctricas y la Ley de Vías Generales de Comunicación expedida en 1932 que se ocupa principalmente de los aspectos técnicos de las vías de comunicación, entendiendo dentro de ellas, los medios de comunicación colectivos y particulares y los medios de transporte. Antes de la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión, la "radiodifusión mexicana estaba regulada solamente por los trece artículos del capítulo VI de la Ley de Vías Generales de Comunicación".⁸

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

- *Ley Federal de Radio y Televisión*. Aprobada el 8 de enero de 1960 y publicada en el *Diario Oficial* el 19 de enero del mismo año.

5 *Ley Federal de Radio y Televisión*, Art. 2.

6 *Ibid.*, Art. 4.

7 *Ibid.*, Art. 6.

8 RTC/Dirección de Radio, *Compilación jurídica de radiodifusión*, p. 46.

Esta Ley está reglamentada en lo concerniente a las secretarías de Gobernación y la de Salud a través de las siguientes disposiciones:

- *Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las Transmisiones en Radio y Televisión.* Publicado en el *Diario Oficial* el 4 de abril de 1973.
- *Reglamento de Publicidad para Alimentos, Bebidas y Medicamentos.* Expedido el 19 de diciembre de 1974.

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

- *Acuerdo por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones comerciales de radio y televisión el pago de impuestos que se indica, con algunas modalidades.* Publicado el 10 de julio de 1969.
- *Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado en las radiodifusoras comerciales oficiales y culturales.* Vigente desde el 21 de agosto de 1969.

Otras leyes que afectan directamente a la radio, especialmente en su función comercial son:

- *Ley Federal de Protección al Consumidor.* Del 5 de febrero de 1976.
- *Código Sanitario.* Vigente desde el 13 de marzo de 1973.

Ley Federal de Derechos de Autor. Reformada y publicada el 21 de diciembre de 1963.

Ley Federal de Radio y Televisión

Consta de 105 artículos originales, dos adicionados⁹ y siete transitorios comprendidos en seis títulos, a saber:

Principios Fundamentales,
Jurisdicciones y Competencias,
Concesiones, Permisos e Instalaciones,
Funcionamiento,
Coordinación y Vigilancia,
Infracciones y Sanciones.

En los *Principios Fundamentales* se establece que corresponde a la Nación el dominio del espacio aéreo y en consecuencia al gobierno federal la autorización para su uso. Se establece que las actividades radiofónicas y televisivas son de interés público, sin aclarar lo que eso pueda significar, cuando lo que se esperaría es que se declarasen de servicio público.

En este mismo título se intenta hacer una definición de la función social de estos medios, que pierde fuerza al utilizar un verbo que no obliga a nadie. Este es el artículo 5:

Artículo 5. La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de las formas de conviven-

⁹ La Ley Federal de Radio y Televisión ha sido reformada en cuatro ocasiones (31-XII-69, 28-XII-74, 4-XI-80, 5-I-82) en las cuales se le han hecho 12 modificaciones, no sustanciales, entre las que destacan las de 1982 que se refieren a una atención especial a los niños.

cia humana, al efecto, a través de sus transmisiones, *procurarán*.¹⁰

- I Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;
- II Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;
- III Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana;
- IV Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

En el título relativo a *Jurisdicción y Competencias* se señalan las atribuciones de las cuatro secretarías de Estado que tienen que ver con la radio:

Secretaría de Comunicaciones y Transportes:

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

Secretaría de Gobernación:

- Vigilar las transmisiones de radio y televisión, tanto para que se mantengan en los límites del respeto, como las que se dirigen a los niños para que les sean beneficiosas.

¹⁰ El subrayado es mío.

- Coordinar las estaciones pertenecientes al gobierno federal y vigilar el uso del tiempo oficial.

Secretaría de Educación Pública:

- Promover la enseñanza a través de radio y televisión; programas de interés cultural y cívico, y la propiedad del idioma.
- Elaborar y difundir programas educativos para la infancia.
- Proteger los derechos de autor.
- Extender licencias de locutor.

Secretaría de Salud:

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

El Título Tercero se refiere a las *Concesiones, Permisos e Instalaciones*. Las primeras las otorga el Presidente de la República a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes a los ciudadanos mexicanos que, llenando los requisitos, las soliciten para establecer emisoras comerciales autorizadas para cobrar por su tiempo y transmisión. Los permisos se otorgan para operar emisoras oficiales, culturales, de experimentación y escuelas radiofónicas, que no podrán emitir propaganda comercial ni cobrar por sus transmisiones. Sin embargo, no queda clara la diferencia entre concesión y permiso. Se establecen los requisitos para solicitar una concesión, pero lo relativo a los permisos no se atiende.

De este título resalta, por un lado, la preocupación del Estado porque las concesiones se otorguen a mexicanos, como si eso garantizara la mexicanidad de los contenidos y, por otro,

la inclusión de los motivos para revocar concesiones, que se refieren sólo a lo técnico y no al contenido.

En el Título Cuarto, *Funcionamiento*, se legisla sobre horarios, suspensión de transmisiones, potencia, frecuencia, interferencia, tarifas, programación, prohibiciones en cuanto a lenguaje y tipos de programas, propaganda comercial, escuelas radiofónicas y locutores. Una mezcla que distrae, puesto que se esperarían más referencias a objetivos, contenidos y mensajes radiotelevisivos.

El Título Quinto, *Coordinación y Vigilancia*, trata de las atribuciones de un Consejo Nacional de Radio y Televisión que estaría integrado por un representante de cada una de las secretarías de Estado involucradas en estas actividades, dos representantes de la industria y dos de los trabajadores de la misma. Este Consejo tendría, entre otras, la función de "elevar el nivel moral, cultural, artístico y social de las transmisiones" (Artículo 90). Sin embargo, no hay noticias claras sobre este Consejo. Es probable que se haya sustituido por la Comisión de Radiodifusión, desaparecida para darle paso a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía.

En el Título Sexto, *Infracciones y Sanciones*, se da la lista de los actos que se consideran infracciones a la Ley.

La lectura diagonal de la Ley Federal de Radio y Televisión puede, en un momento, dar la impresión de que es adecuada y verdaderamente de «interés público»; sin embargo, una lectura cuidadosa nos hace ver que su redacción es ambigua, imprecisa y deliberadamente confusa —reléase el artículo 5—. Quedan vagas las funciones de la radio y la televisión, que siendo medios, aparecen como fines últimos, ya que el receptor prácticamente no existe.

Esta Ley no sólo está redactada para beneficio de los concesionarios, sino por ellos mismos. Si no, cómo pueden explicarse artículos como el 16, en donde el mismo concesionario tendrá prioridad al término de una concesión, o el 53, en don-

de se garantiza un mínimo en las tarifas; el 61, con el cual el concesionario puede decidir las condiciones para hacer operativo el tiempo oficial; el 67, en la fracción I en donde se les permite equilibrar los anuncios con la programación, etc.

El investigador Fernando Mejía Barquera¹¹ afirma que los doce postulados de la Asociación Interamericana de Radio (AIR) dictaron prácticamente la letra de la Ley, y debe ser verdad cuando en la presentación del proyecto de Ley, la comisión redactora dice que "las demás disposiciones contenidas en este capítulo (de programación), se inspiran en las conclusiones de la Quinta Asamblea de la Asociación Interamericana de Radio...".¹² Como ya se había mencionado, Mejía Barquera demuestra también la presencia de personal afín a los concesionarios ocupando curules en la Cámara de Diputados auxiliados por jóvenes abogados que preparaban sus tesis profesionales sobre esta materia, en el momento de discutir y aprobar la Ley. Por su parte, Miguel Angel Granados Chapa afirma que "desde hace varias legislaturas hay inevitablemente un hombre de radiodifusión en la Cámara de Diputados o en la Cámara de Senadores".¹³ Fátima Fernández dice que "la legislación sobre radio y televisión ha sido el principal motivo de polémicas y entendimientos entre los concesionarios y el Estado, desde los inicios de la radiodifusión en México".¹⁴

A 30 años de promulgada la Ley Federal de Radio y Televisión aparece, sin duda alguna, obsoleta y no sólo por las ridículas sumas para fianzas y sanciones, que como quiera se pueden actualizar a salarios mínimos, sino por no considerar a las nuevas tecnologías, las costumbres comunicativas diferentes y sobre todo la conciencia social y las conquistas democráticas con que hemos visto iniciar la última década del siglo XX.

11 Cf. F. Mejía Barquera, *op. cit.*

12 RTC/Dirección de Radio, *Compilación jurídica de radiodifusión*, p. 49.

13 Miguel Angel Granados Chapa, "La radio en México: otros comentarios", en *Prensa y radio en México*, p. 55.

14 Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, p. 147.

La Ley Federal de Radio y Televisión junto con todas las relacionadas con la comunicación, necesitan una urgente revisión y una adecuación a las nuevas condiciones. En 1960, probablemente había menos conciencia pública, respecto a la radio y la televisión, de la que hay ahora; hoy son muchos los grupos, los foros, la documentación que demandan enérgicamente la revisión y modificaciones de esta Ley.

El Estado radiodifusor

Desde el inicio de la radiodifusión en el país, el Estado mexicano asumió el papel de radiodifusor, a pesar de que su presencia no ha sido, en el transcurso de los años, constante y fuerte. De hecho, como ya se apuntaba al principio de este ensayo, la primera radiodifusora pertenecía a la Secretaría de Guerra y Marina, y al mismo tiempo que se autorizaba a otras emisoras con la clara intención de hacer radiodifusión comercial copiando el modelo norteamericano, se lanzaba al aire la CZE de la Secretaría de Educación Pública.

Rosalía Velázquez Estrada dice que “durante los periodos presidenciales de Obregón y Calles, respectivamente, se establecieron varias estaciones difusoras gubernamentales, que tenían por objeto integrar a los mexicanos llevándoles información, educación y diversión a través de las ondas hertzianas”.¹⁵ Menciona la existencia de, por lo menos cuatro estaciones: la JH de la Secretaría de Guerra y Marina, la X-C-51 del Departamento de Aviación, la CZI de la Secretaría de Industria, Comercio y Trabajo y la propia CZE.

El papel de radiodifusor actualmente lo ejerce el Estado en las estaciones que opera el Instituto Mexicano de la Radio (IMER); indirectamente con la operación de la mayor parte de las estaciones permisionadas, ya que son manejadas por

¹⁵ Rosalía Velázquez Estrada, “El Estado y la radiodifusión”, p. 96.

instituciones estatales; la emisión semanal de "La Hora Nacional" a través de la mayoría de las radiodifusoras del país; en la radio comercial utilizando los tiempos legal y fiscal que le corresponden y, como dice Enrique Sánchez Ruiz,¹⁶ fungiendo como informador y anunciante.

*El Instituto Mexicano de la Radio*¹⁷

La creación del IMER, el 23 de marzo de 1983 es la primera acción concreta y amplia, en varias décadas, del gobierno mexicano en favor de la radiodifusión estatal para "operar, de manera integrada las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo Federal".¹⁸

El Instituto, al igual que los correspondientes de Televisión y de Cine, son organismos públicos descentralizados, con patrimonio y estatuto legal propios. Aunque actualmente el IMER está ubicado en la Secretaría de Gobernación, por una cuestión legal que debe ser revisada,¹⁹ existe la intención del gobierno federal de que pase a depender del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes de la Secretaría de Educación Pública. Esta intención habla de la voluntad de considerar a las actividades radiofónicas como lo que son, del campo de lo cultural y no de política interna.

El trabajo del IMER consiste principalmente en la operación directa de 18 emisoras y la producción de materiales, tanto para proveer a la Dirección de Radio, Televisión y Cinema-

16 Enrique Sánchez Ruiz, *Orígenes de la radiodifusión en México*, p. 14.

17 La mayor parte de la información de este apartado aparece también en *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*, *op. cit.*

18 Folleto promocional del IMER.

19 La fracción II del artículo 10 de la Ley Federal de Radio y Televisión establece que a la Secretaría de Gobernación compete "coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal".

tografía (RTC) en el aprovechamiento del tiempo oficial, como para las radiodifusoras con las cuales se tiene un convenio de colaboración.

Cuatro formas de operación se encuentran en el proyecto del IMER:

- 1 Creación de emisoras.
- 2 Rehabilitación de emisoras.
- 3 Convenios de coinversión.
- 4 Convenios de colaboración.

La creación de emisoras, por ejemplo, se ha dado utilizando la última frecuencia disponible en el Distrito Federal, al crear la XHIMER y el proyecto de las emisoras fronterizas.

La mayor parte de las radiodifusoras que opera el IMER han sido rehabilitadas. Se trata de estaciones que ya estaban funcionando, en algunos casos, en manos de RTC, otras bajo el auspicio de algún gobierno estatal, o bien en manos de sus propietarios, de quienes fueron adquiridas. Cuando las emisoras eran comerciales o propiedad de alguna instancia, el Instituto adquiere los activos fijos, se entrega la concesión y se modifica el régimen legal.

En estos casos, se hace un diagnóstico del estado en que se encuentre el equipo técnico y se actualiza. El personal se incorpora al estatuto laboral del Instituto y se capacita. La programación se modifica en función de las políticas programáticas comunes y las características y objetivos locales y regionales.

Los convenios de coinversión se establecen generalmente con los gobiernos estatales, para instrumentar radiodifusoras o para rehabilitar alguna ya existente. Esta forma de operación hace recaer en personal del Instituto las tareas administrativas, de programación y producción. Un ejemplo es el convenio de coinversión que se firmó con el gobierno de Chiapas

en donde se rehabilitó la XERA y se establecieron las emisoras de Cacaohatán y de Comitán.

Por su parte, los convenios de colaboración no incluyen inversión y administración en común. Se trata, por ejemplo, de retransmitir «El Noticiero», o el intercambio de programas. Este tipo de convenio se ha establecido con algunos gobiernos estatales, con algunas radiodifusoras universitarias e incluso con emisoras comerciales. Son 31 las estaciones que transmiten diariamente las cuatro emisiones de «El Noticiero».

En la operación, cada una de las emisoras del IMER guarda independencia administrativa, aunque las políticas de programación y de comercialización son dadas por el propio Instituto.

La política de comercialización extraña en un primer momento y confunde. Si la ley prevé sólo la existencia de emisoras concesionadas, permisionarias y escuelas radiofónicas, ¿cuál es el estatuto legal de las estaciones del IMER? Resulta que puede existir una forma diferente. Si el artículo 27 constitucional considera que el Estado es el administrador del espacio aéreo,²⁰ concede y permite su utilización a otras personas o entidades. Sin embargo, cuando el gobierno federal utiliza algunas frecuencias no es necesario «permitirse» o «concederse» a sí mismo. De esta manera las radiodifusoras que opera el Estado se consideran «reserva federal», ya que no son concesionadas ni permisionadas y pueden hacer lo que se estime conveniente. Por lo tanto, pueden establecer una política de comercialización en el entendido de que el gobierno no está dispuesto a subsidiar totalmente la radiodifusión estatal.

La comercialización tiene sus problemas y en ocasiones se cometen absurdos, como anunciar en lenguas indígenas productos que por su naturaleza no están al alcance de esos gru-

20 Artículo 27 constitucional: "Corresponde a la Nación el dominio directo de todos los recursos naturales (...) y el espacio situado sobre el territorio nacional".

pos ni por su precio, ni por su cultura. A veces parece que la venta del tiempo es lo único que interesa, ya que la documentación o folletería de presentación va dirigida a los anunciantes.

Para establecer los perfiles programáticos de las estaciones ubicadas en el Distrito Federal se estudiaron aquellos que atendía la radio comercial y se establecieron nuevas formas; así, por ejemplo, se decidió destinar una de ellas a los niños y otra a la información. En cambio, las radiodifusoras establecidas en localidades fuera del Distrito Federal, por ser una sola, se programan en forma variada. Hay horas dedicadas a los niños, a los jóvenes, amas de casa y se emite la música tradicional mexicana.

La programación se distribuye de la siguiente manera:

Cultura	48 %
Entretenimiento	20
Orientación	13
Información	12
Educación	5
Deportes	2

Actualmente el IMER opera siete estaciones ubicadas en el Distrito Federal, de las cuales cuatro (XERPM, -ahora XERIN-, XEMP, XEQK y XEB) eran privadas, que habiendo tenido dificultades, principalmente económicas, pasaron a manos del Estado. Por su parte la XERMX-OC, Radio México Internacional y la XHOF-FM eran manejadas por la Secretaría de Gobernación y el Departamento del Distrito Federal respectivamente. La XHIMER-FM es la única, en la capital de la República, que ha abierto el Instituto. La XERIN, Radio Infantil, es una emisora dedicada casi exclusivamente a atender a los niños; XEMP es Radio Información; la XEQK es la estación de

La Hora Exacta; la XEB es la estación nacional y familiar; la XHOF-FM se dirige a los jóvenes, y en la XHIMER-FM se emite música culta y programas sobre las bellas artes. Radio México Internacional tiene la misión de transmitir la voz de México hacia el mundo.

En la frontera norte el IMER maneja cuatro potentes emisoras. Estas son: XHUAN-FM en Tijuana, B.C.; XEFQ en Cananea, Son., que era propiedad de la compañía minera y que el IMER compró; XHUAR-FM en Ciudad Juárez, y la XERF en Ciudad Acuña, Coah. que fue propiedad, en los últimos años, de un rico capitalista local y antes había sido utilizada para fines políticos extranjeros, y que fue adquirida por así convenir al interés nacional.

Son tres radiodifusoras, por el momento, las que emiten en Chiapas bajo el estatuto de convenio de coinversión entre el IMER y el gobierno estatal. La XERA, con más de 15 años de vida, funcionaba bajo el auspicio del Programa de Desarrollo de los Altos de Chiapas, con permiso. Las otras dos son de nueva fundación, la XECAH en Cacaohatán y XEMIT en Comitán.

Las demás emisoras que opera el IMER son: Estéreo Istmo en Salina Cruz; Radio Mar en Campeche, de reciente creación; Radio Occidente en Colima, en convenio con el gobierno estatal, y la XELAC en Lázaro Cárdenas, Michoacán.

La Hora Nacional

La Hora Nacional es un programa de radio que se transmite todos los domingos de las 22 a las 23 horas por la mayor parte de las estaciones del país, tanto de AM como de FM. No existe una disposición jurídica que obligue a las estaciones a encadenarse a esta emisión,²¹ de tal forma que sólo 56% lo hace,²² y las estaciones que no se encadenan se retiran del aire para no representar competencia. Así, a esa hora, en la radio mexicana no se escucha otra cosa.

Los objetivos de este programa no han variado mucho desde su inicio el 25 de julio de 1937, en el contexto del gobierno nacionalista de Lázaro Cárdenas. Estos son:

- Establecer un canal de comunicación social del gobierno federal.
- Reforzar los vínculos de unidad dentro del contexto de la identidad nacional.
- Fortalecer el sentido cívico de responsabilidad de los mexicanos.
- Proporcionar orientación, educación y entretenimiento a la población.²³

Para lograrlos La Hora Nacional ha intentado diversos formatos. En un principio y de acuerdo con la estética radiofónica de la época, el programa consistía en charlas informativas y propagandísticas amenizadas con la presentación de músicos y cantantes de moda. Posteriormente se fue destinando un programa a cada secretaría de estado e incluso a cada goberna-

21 La única referencia jurídica a La Hora Nacional aparece en el artículo 17, fracción XXVII del Reglamento Interno de la Secretaría de Gobernación, donde dice "corresponde a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía producir y transmitir los programas de 'La Hora Nacional'".

22 Llano y Morales, *op. cit.*, p. 140.

23 RTC/Dirección de Radio, *La Hora Nacional-Fonoteca Nacional*, julio, 1984.

dor, al cual se le entrevistaba y se le daba la oportunidad de presentar las características, logros y problemas de su estado y sus valores artísticos. Con el paso del tiempo se fueron intentando diversos formatos y a partir de 1959 se incluyeron dramas y una estructura más de revista.

El contenido de *La Hora Nacional* se divide así: musical 52%; informativo 21%; educativo 19%; cultural 6%, y análisis 2%. En lo musical se presenta generalmente música mexicana, aunque no se descarta la extranjera, especialmente latinoamericana. Lo informativo son, principalmente, noticias de los actos de gobierno. Lo cultural y educativo se refiere en gran parte a la historia, personajes y geografía de México, que suelen presentarse en forma triunfalista.

A partir de 1986, ya bajo la responsabilidad del IMER, que lo produce, se intentó una nueva fórmula para tratar de conquistar al auditorio de los estados, casi perdido, que consiste en la media hora regional; esto es, la primera parte del programa se transmite desde la ciudad de México para todo el país y la segunda parte es producida en cada una de las capitales estatales. El resultado no ha sido del todo favorable y muchas regiones han optado por no producir su media hora y retransmitirla completa desde el centro. Existe también la propuesta de buscarle un horario de transmisión más adecuado.

No hay estudios sobre la audiencia de *La Hora Nacional* y es una preocupación de quienes la producen. La Dirección de Radio de RTC hizo en 1984 un análisis sobre la correspondencia recibida, pero esto no proporciona elementos para conocer y configurar al público; los que escriben son, sin duda, quienes escuchan el programa y según lo que dicen en sus cartas, el programa les gusta, felicitan y hacen sugerencias.²⁴

A mediados de 1988, el IMER hizo una encuesta entre los automóviles que pasaban por las casetas de cobro para entrar a la ciudad de México entre las 10 y las 11 de la noche del do-

24 *Idem.*

mingo. Encontraron que en 50% de los autos se escuchaban casetes, en el otro 50% se escuchaba el radio y a la pregunta sobre su opinión respecto a La Hora Nacional, a 55% le parecía un buen programa, a 20% regular, a 15% aborrecible y oficialista y a 5% malo.²⁵

Tal vez pasó ya la vigencia de La Hora Nacional y no sea necesaria. El pueblo de México tiene más recursos para informarse, tiene más posibilidades de asistir a la escuela y está expuesto a más distracciones. La simple observación y los sondeos nos hablan de la poca audiencia del programa.

Si no se modifica la estructura del programa y si no se hace una investigación a fondo sobre su pertinencia, no tiene ningún caso seguir con la terquedad de La Hora Nacional. El citado estudio de la Dirección de Radio de RTC proponía "realizar cambios en torno a las características formales del programa: horario, duración, origen y características de la transmisión en aras de captar una mayor audiencia",²⁶ pero esto no se ha alcanzado.

El 17 de marzo de 1990 en el programa televisivo del canal 13 "Hablemos Claro", Casio Carlos Narváez, presidente del Consejo Directivo de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión, anunciaba que la CIRT iba a colaborar en la modernización de La Hora Nacional para «capturar» al público que sólo escucha radio en comunidades pequeñas, para lo cual propondrán una «cultura capsular», ya que "la cultura es como el ejercicio, no se puede empezar por correr el maratón" (!).

Ojalá la voluntad de mejorar este programa haga a los responsables solicitar la colaboración de quienes tienen experiencia en la producción de programas participativos, respetuosos, inteligentes y no de aquéllos que conciben todo men-

25 Entrevista con Teodoro Rentería, entonces director del IMER, 2 de junio de 1988.

26 RTC/Dirección de Radio, *op. cit.*, p. 76.

saje radiofónico como la emisión de *spots* comerciales y que descalifican al auditorio por principio.

Tiempo oficial

El tiempo oficial del que puede disponer el Estado en radio y televisión está constituido por el llamado tiempo legal y el conocido como tiempo fiscal.

Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos continuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo y las emisiones serán coordinadas por el Consejo Nacional de Radio y Televisión.

Así reza el Artículo 59 de la Ley Federal de Radio y Televisión, que se completa con el artículo 61;

Artículo 61. Para los efectos del artículo 59 de esta ley, el Consejo Nacional de Radio y Televisión oirá previamente al concesionario o permisionario y, de acuerdo con ellos, fijará los horarios a que se refiere el citado artículo.

Por su parte, los artículos 12 y 13 del "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica, relativo al contenido de las transmisiones en radio y televisión" dicen lo siguiente:

Artículo 12. Es obligación de las estaciones de radio y televisión, incluir gratuitamente en su programación diaria 30 minutos, continuos o discontinuos, sobre acontecimientos de carácter educativo, cultural, social, político, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales e internacionales, del

material proporcionado por la Secretaría de Gobernación. El tiempo mínimo en que podrá dividirse la media hora no será menor de 5 minutos.

Artículo 13. Los concesionarios o permisionarios de estaciones de radio y televisión están obligados a conservar la misma calidad de transmisión que la utilizada en su programación normal, en el tiempo de que dispone el Estado.

Esto es lo que se entiende por *tiempo legal* que le corresponde al Estado, y es obligación tanto de las estaciones concesionadas como de las permisionadas. Todo lo anterior quiere decir que el Estado puede utilizar diariamente cerca de 500 horas para los fines de servicio público que se señalan en las disposiciones jurídicas.

Pero eso no es todo, también existe lo que se conoce como *tiempo fiscal*. El *Acuerdo presidencial por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios el pago de impuestos con algunas modalidades*, permite que los concesionarios de radio y televisión dejen de pagar la mitad de los impuestos a que están obligados; de acuerdo con la *Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos federales*, que “en su Artículo 9, establece un nuevo impuesto que grava con una tasa del 25 por ciento el impuesto total de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio directo de la Nación...”²⁷

Esto es, las emisoras deben pagar ese 25%, pero en la práctica pagan sólo 12.5%. El otro 12.5% lo pagan en tiempo que ponen a disposición del gobierno para su uso propio. Ese tiempo si no es utilizado, no es acumulado. Con el solo hecho de ponerlo a disposición, se considera pagado el impuesto.

²⁷ Raúl Cremoux, *La legislación mexicana de radio y televisión*, p. 129.

En la práctica, sólo las dependencias gubernamentales situadas en la ciudad de México tienen posibilidades de utilizar este privilegio, puesto que los gobiernos estatales y municipales no pueden contratar directamente el uso de esos espacios. Deben, por el contrario, hacer una solicitud a RTC para que lo autorice. Con frecuencia los interesados prefieren desistir de su intención de difundir mensajes radiofónicos.

Uno de los usos del tiempo oficial es otorgarlo a los partidos políticos, especialmente en periodos electorales, ya que la Ley Federal Electoral, en su Artículo 48, concede a los partidos la prerrogativa de "tener acceso en forma permanente a la radio y la televisión". Como ya se veía antes, es la Comisión de Radiodifusión la responsable de que ese tiempo se distribuya equitativamente.²⁸

La Ley Federal de Radio y Televisión, en el Artículo 101 que se refiere a las infracciones a esa ley, en su fracción XXII -adicionada en 1974- dice:

Constituyen infracciones a la presente ley:

XXII. No transmitir los programas que el Estado ordene en el tiempo, cuyo uso le corresponde en los términos de esta ley y otros ordenamientos.

No existen estudios actualizados que nos informen sobre el aprovechamiento de estos recursos y deberían hacerse.²⁹ La gran hipótesis para plantearlos es que los concesionarios son los únicos beneficiarios del tiempo fiscal, ya que los materiales que reciben para su emisión gratuita no alcanzan a cubrir los 30 minutos diarios legales, mucho menos los fiscales. Una propuesta sería hacer operativo el pago completo del impuesto y

²⁸ *Ley Federal Electoral*, artículos 48 y 49.

²⁹ Según Alma Rosa Alva de la Selva (*Radio e ideología*, p. 62), el 73% del tiempo disponible fue utilizado en agosto de 1981. Raúl Cremoux (*Legislación mexicana de radio y televisión*, p. 143), afirma, al año siguiente, que sólo se ha aprovechado el 29.13%.

la recaudación aplicarla a la producción de materiales para cubrir los tiempos de servicio público.

Informador y anunciante

Como se puede ver en los párrafos anteriores, el gobierno mexicano puede estar presente en la radio concesionada a través de los tiempos que le corresponden, sin embargo, buena parte de su presencia se da a través de las oficinas de prensa de las dependencias gubernamentales con el envío de boletines e información noticiosa.

Asimismo, algunas secretarías de Estado, empresas descentralizadas, paraestatales y otras dependencias, son asiduas anunciantes en la radio y la televisión. Llano y Morales afirman que “en promedio se anuncian 4 dependencias gubernamentales en cada estación”,³⁰ y señalan a la Secretaría de Gobernación como la “principal dependencia anunciante”. Sin embargo, no queda claro en el estudio si esos anuncios son pagados o no.

30 Llano y Morales, *op. cit.*, p. 152.

CAPÍTULO IV

*El receptor y
otros asuntos:
temas por explorar*

- *El receptor desconocido*
- *63 preguntas 63*

El receptor desconocido

Una vez presentado todo lo relacionado con el emisor, el capítulo IV de este trabajo debería ser La Recepción, con sus incisos: "La investigación mexicana sobre la audiencia de la radio", "Usos y gratificaciones de los radioescuchas", "La participación de las audiencias en la radio mexicana"; sin embargo, esto no puede ser porque los estudios sobre el auditorio de la radio son incompletos y sesgados hacia lo mercadotécnico, ya que, como dice Antonieta Rebeil, "Los auditorios, en el contexto de los estudios de *rating* se puede decir que quedan relegados a un papel de 'receptores' y 'de consumidores' de mensajes"¹ y no se les asigna ningún otro rol. La mayor parte de las investigaciones sobre auditorio las realizan las propias agencias de publicidad para usos concretos, en zonas precisas para obtener información útil sólo para objetivos determinados, o bien las llevan a cabo instituciones como la International Research Association (INRA), que desde hace algunas décadas proporciona la única información disponible sobre *rating* y que es sospechosa de «arreglar» resultados.

1 Rebeil *et al.*, *op. cit.*, p. 245.

En 1985 la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal realizó el "Estudio de hábitos en el D.F." en el que se relaciona información relativa al tiempo que permanece encendido un radio, el nivel socioeconómico de los escuchas y la eficacia de anunciar ciertos productos y servicios, en el que se comprueba que la radio también es escuchada por personas de altos ingresos.²

En realidad la radio es escuchada por todos los mexicanos. La CIRT reporta que en 1985 había en el país 11 millones 59 mil 378 hogares con radio (contra casi 5 millones de telehogares).³ Se calcula que 95% de los vehículos que circulan por calles y carreteras de México tienen radio, y que "el 96% de la población mexicana dispone de radiorreceptores y que el 73% escucha alguna vez la radio".⁴

Kuhlmann y sus compañeros de investigación afirman que en cuanto a número de radiohogares existe "una enorme concentración en el Distrito Federal, donde en 1980 97.9% de los hogares tenía al menos un radio y 77.9% al menos un televisor; compárese, por ejemplo, con Oaxaca, Chiapas o Quintana Roo, donde menos de la mitad de los hogares tenía radio y menos de uno de cada 13 tenía televisor".⁵ La estimación de estos autores para el año 2010 es que el número de aparatos de radio por cada cien habitantes podría aumentar a entre 45 y 60, cuando en 1980 había 30.⁶

Pareciera que el único contacto real con el auditorio, o el único papel que se le deja ejercer en la radio es a través del uso del teléfono, bien para solicitar una canción o participar en algunos de los programas que tienen teléfono abierto para escuchar quejas, opiniones o para pedir algún consejo. Por su parte, grupos interesados en la radio se han creado espacios

2 *Cfr., idem.*

3 *Ibid.*, p. 15.

4 Aguilar, *op. cit.*, p. 873.

5 Kuhlmann *et al.*, *Comunicaciones: pasado y futuros*, p. 99.

6 *Ibid.*, p. 247.

para analizar, aportar o hacerse oír. Uno de estos grupos lo constituyeron los escuchas de Radio Educación, que crearon una asociación civil y que "se canceló por el 'desgaste físico de la directiva, la nula participación de los 600 que iniciaron esta experiencia, la falta de recursos',⁷ y porque fueron demandados por difamación".⁸ La otra experiencia la conforman el grupo de investigadores, académicos, intelectuales y radiodifusores permisionarios, principalmente, que participaron en el Foro Nacional sobre la Radio en México, celebrado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, del 19 al 21 de abril de 1989 en el que se acordó la creación del Consejo Nacional de Radiodifusión, A.C. Algunos de sus objetivos son:

- 1 Establecer un compromiso entre comunicólogos y comunicadores para constituir nuevas estrategias y alternativas reales, que permitan hacer de la radiodifusión un instrumento al servicio de la sociedad.
- 2 Adoptar una actitud analítica y vigilante sobre los mensajes radiofónicos, a partir del consenso de quienes producen, estudian y escuchan la radio.
- 3 Asumir la crítica y la autocrítica como método para coadyuvar en el mejoramiento de la radio.⁹

Como respuesta a una serie de actos de censura ocurridos en varias emisoras de la ciudad de México, en los primeros días de 1990 se constituyó el Club de Radioescuchas, bajo el tema

7 Héctor Gama, "La radio: responsabilidad compartida", ponencia en Guadalajara, 1987.

8 Romo, *op. cit.*, p. 65.

9 Consejo Nacional de Radiodifusión, A.C. *Declaración de principios.*

“Unidos por la radio, organizados” y como objetivos primordiales:

- Apoyar la demanda de programas *en vivo* y con teléfono abierto;
- Preservar y generar espacios de reflexión y de crítica que sirvan de foros de expresión para la sociedad civil;
- Crear un organismo que abogue por el respeto hacia el público, por parte de quienes dirigen las radiodifusoras;
- Respalda la voz de los comunicadores y de los mensajes que tengan problemas con la censura;
- Integrar a los radioescuchas con la radio para llegar al verdadero proceso de comunicación, de modernización y de democratización de los medios".¹⁰

Precisamente porque el universo de la audiencia lo conformamos todos los mexicanos, un estudio a fondo de la recepción nos daría respuestas a algunas de las interrogantes que se presentan a continuación.

¹⁰ *La Jornada*, 6 de enero de 1990.

63 preguntas 63

Al intentar en esta monografía una descripción de la realidad radiofónica mexicana queda claro que la investigación sobre la radio en México es apenas incipiente y no contiene las respuestas a todas las preguntas que aquí han surgido, algunas a modo de conclusiones, otras de propuestas. Comenzando por las preguntas referidas al receptor. Recorramos de nuevo los temas de este trabajo.

¿Qué tipo de público prefiere, qué tipo de emisoras?

¿Hasta qué punto puede afirmarse que la FM le va ganando auditorio a la AM y por qué?

¿Qué tipo de actividades realiza la gente mientras escucha radio? O mejor ¿qué actividades son más productivas si se realizan escuchando el radio?

¿Qué tipo de personas son las que participan en los programas de teléfono abierto?

¿Cuáles son los usos y gratificaciones de los radioescuchas?

¿Qué función tiene el radio en el automóvil? ¿Por qué tiene tanto éxito?

¿Está ya agotada la investigación histórica de la radio? O ¿por qué entonces todos los que nos ocupamos de ella usamos fuentes secundarias, es decir, a los mismos autores?

¿Cómo se explica históricamente el desarrollo de la radio por regiones?

¿Qué consecuencias en los mensajes han surgido a partir de la instrumentación de algunos avances tecnológicos?

¿Por qué las fuentes de información nunca coinciden respecto al número de emisoras en el país? ¿Cuántas hay?

¿Debe seguir existiendo la diferencia entre concesión y permiso?

¿Qué relación existe entre el número de estaciones, la población y el movimiento económico en cada una de las ciudades importantes del país?

¿Quiénes son los verdaderos dueños de la radio?

Las personas que formaban la razón social cuando se otorgó una concesión ¿son las mismas que la forman ahora?

¿Son las mismas personas los titulares de la concesión y los propietarios de las emisoras, con sus instalaciones y equipos?

¿Cuántos miembros de una misma familia son concesionarios y propietarios de estaciones?

¿Quiénes manejan las cadenas?

¿Qué tipo de participación tienen en ellas los asociados?

¿Cómo se van creando y creciendo los oligopolios?

¿Vale la pena hacer un análisis de contenido de los discursos de los dirigentes de la CIRT?

¿Como se ejerce y se reconoce la fuerza política del STIRT?

¿Qué presupuesto maneja el STIRT y cómo se traduce en beneficios para sus agremiados?

¿Cuántas horas de emisión radiofónica cruzan el espacio mexicano cada día?

¿Cuántas opciones programáticas ofrece la radio del país?

¿Cómo será la programación en los años noventa?

¿Qué consecuencias en la programación traerán los adelantos tecnológicos como la estereofonía en AM y otros?

¿Qué tan beneficiosa está siendo la utilización del satélite para radio?

¿Cómo se pueden defender de la centralización las estaciones locales?

¿Cómo es la práctica de la payola?

¿Cómo se crean, sostienen y funcionan los clubes de admiradores?

¿A cuánto asciende el gasto de la publicidad en la radio?

¿Cuántos comerciales se emiten diariamente en la radio mexicana?

¿Quién es el mayor anunciante radiofónico?

¿Cuánto cuesta tener un servicio informativo eficiente, oportuno, actual y completo en la radio?

¿Qué tanto la información, análisis y comentarios periodísticos en la radio son factores de opinión pública?

¿Qué tanta credibilidad genera la información radiofónica en el público radioescucha?

¿Es oportuna la información noticiosa por radio?

¿Qué tan importante es la centralización informativa en el país?

¿Qué encuentra en las radionovelas el público que las escucha?

¿Por qué ha decaído el interés por la producción de radionovelas?

¿Cuál es el proceso de producción de una radionovela?
¿Cuánto cuesta producirlas? ¿Cómo es su ciclo de circulación?

¿Cómo se da la identificación del público con el género del radiodrama?

¿Qué funciones tiene la Asociación Nacional de Locutores?

¿Cómo mejorar y hacer más significativo el papel de los locutores?

¿Qué hacer para que la radio comercial sea más respetuosa, participativa e inteligente?

¿Cómo puede financiarse por sí misma la radio permitida?

- ¿Cómo lograr mayor participación social en la radio estatal?
- ¿Cómo hacer más inteligente y creativa a la radio universitaria?
- ¿Cómo lograr la participación de los universitarios en su radio?
- ¿Se puede ampliar el sistema de radio indigenista?
- ¿Cuáles son las principales dificultades para instalar radios municipales, regionales y comunitarias?
- ¿De verdad no es posible otra Ley Federal de Radio y Televisión?
- ¿En qué aspectos debe ser modificada la LFRT?
- ¿Cómo debe ser la consulta para la modificación de la LFRT?
- ¿Cómo se usa el tiempo oficial?
- ¿Cuánto le deben al fisco los radiodifusores por concepto del 12.5% y por otros conceptos?
- ¿Qué personas componen el Consejo Nacional de Radio y Televisión?
- ¿Qué tareas ha realizado hasta ahora este Consejo? ¿Cuáles son sus planes y proyectos?
- ¿Cómo se podría mejorar La Hora Nacional?

¿Quiénes escuchan La Hora Nacional y qué encuentran en ella?

¿Cuánto le cuesta a la nación la producción y emisión de La Hora Nacional?

¿Cuánto gasta en publicidad por radio el gobierno de México?

¿Es posible tener una mejor radio en México?

*Bibliografía mexicana
sobre la radio*

- *Presentación*
- *Libros y documentos*
- *Tesis universitarias*

Presentación

El primer texto o estudio sobre la radio aparece en México en 1960, cuando José Luis Fernández publica *Derecho de la radiodifusión* que se preparó para apoyar la redacción de la Ley Federal de Radio y Televisión con los principios y bases que convenían a la empresa radiofónica. En la década de los sesenta, Antonio Castro Leal publica un cuaderno: *El pueblo de México espera*, en el que propone una mejor utilización de la radio y la televisión, y un artículo en el libro *Los medios de comunicación de masas en México*, titulado "Radio y televisión", en el que narra su experiencia como legislador en el momento de aprobar la ley de la materia y donde hace explícita la falta de información sobre la radio y la televisión.

La documentación mexicana sobre radio está compuesta por 91 textos, de los cuales 24 son libros. Otros 25 son artículos publicados en revistas especializadas. Encontramos también nueve cuadernos con tema radiofónico y dos revistas académicas dedicadas en su totalidad a este medio de comunicación. Diez libros abordan todos los medios de comunicación en nuestro país, y dos cuadernos más, en donde se encuentra

valiosa información sobre radio. En este listado hay también ocho textos editados artesanalmente y cuatro artículos radiofónicos en libros de compilación sobre comunicación en general.

La década de los ochenta es, sin duda, el periodo en el que se ha escrito más de radio, con 65 textos. En los años setenta sólo hay 16 y en los sesenta los tres mencionados arriba.

En todo este tiempo se presentan artículos y ponencias en diversos foros nacionales o regionales que han permanecido inéditos y aunque están concentrados en algunos centros de documentación y citados en algunos trabajos, no se incluyen aquí, por su inaccesibilidad.

En los primeros meses de 1987 Pablo Arredondo circuló un artículo titulado "La investigación sobre radio en México" que ahora forma parte del libro *Perfiles de la radio* (Trillas, 1989) de autoría colectiva. En este texto, en forma concisa seria y sistemática, se da cuenta de gran parte de los libros, artículos, ponencias y documentos sobre radiodifusión conocidos hasta ese momento.

Para presentar el estado del conocimiento sobre radio, a través de la documentación, tomamos como base el trabajo de Arredondo que se comenta y se completa. Pablo Arredondo aborda cuatro categorías; en primer lugar, los textos que se refieren a los aspectos legales en donde se hace un recorrido cronológico de cuándo aparecen los principales estudios sobre legislación de los medios electrónicos nacionales. Asimismo, se deduce una recomendación implícita a retomar el proyecto de legislación del Derecho a la Información que en los primeros años de la década de los ochenta se elaboró y que circuló poco debido a su «confidencialidad», pero que puede ser elemento importante para continuar la discusión.

Aunque Arredondo menciona algunos textos, tanto de la legislación como de las otras categorías, elaboradas en el extranjero, especialmente en Estados Unidos, en la bibliografía

que acompaña este documento no se incluyeron debido a que no están disponibles con facilidad. Sólo han quedado aquellos textos que han tenido circulación nacional o son accesibles en México.

En esta bibliografía podemos encontrar siete textos sobre legislación de los cuales cinco son libros (Cremoux 1982, Fernández, Pinto Mazal, Mejía Barquera y RTC). Los otros dos son artículos publicados en revistas. A propósito, cabe hacer la aclaración de que existen ponencias presentadas en diversos foros que abordan el tema de la legislación, especialmente la Ley Federal de Radio y Televisión que no se han incluido por la razón de accesibilidad; como se dice más arriba, sólo en el caso de que exista el documento escrito publicado y difundido en revista, memoria o libro podrá encontrarse en esta bibliografía.

La categoría *estudios legales* con frecuencia se traslapa con aquellos textos que se refieren al papel del Estado en la radiodifusión, que por representar el 10% (9) de los documentos bien merecerían considerarse como otra categoría. En términos generales los estudios sobre radio abarcan diversos aspectos y es frecuente también que se trate de textos que se refieran a otros medios de comunicación.

La segunda categoría que Arredondo aborda es la de los *estudios históricos*, en donde los trabajos, si bien no son numerosos, analizan de manera bastante profunda las circunstancias del establecimiento del modelo radiofónico adoptado por México, con la virtual anuencia del Estado, que no previó las contradicciones sociales y económicas que ese modelo conlleva, o que habiéndolo previsto no lo consideró relevante.

El estudio de los orígenes y los primeros años de la radiodifusión en México lo han aportado cuatro investigadores primarios (Mejía Prieto, Fernández Christlieb, Gálvez Cancino y Mejía Barquera), que son citados por la mayor parte de los autores que se ocupan de este tema. Quizá no deba abundarse

mucho más en cuanto a ese periodo, que resulta suficientemente descrito y sí apuntar los esfuerzos a los años posteriores a 1960 en los cuales han ocurrido diversos hechos no estudiados históricamente, como la expansión de estaciones en todo el territorio nacional; el estancamiento primero y la recuperación más reciente de la programación; la constitución del Estado mexicano como radiodifusor tácito, y el poder de los anunciantes, las agencias de publicidad y la industria discográfica, en la radio comercial.

Asimismo, es necesario emprender los estudios históricos que den cuenta del desarrollo local y regional de la radio, considerando que la historia del país no es sólo la de la ciudad de México.

Los *estudios coyunturales* son la tercera categoría del estudio de Pablo Arredondo a los cuales define como "aquellos que pretenden describir y/o analizar el estado que guarda el proceso de producción, distribución y consumo de mensajes radiofónicos, en un momento determinado". Además de los trabajos aquí reseñados habrá que añadir muy pronto los resultados del proyecto que el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) está apoyando para fomentar la investigación regional y cuyo primer producto ya está a la mano: *Historia de los medios de comunicación en Saltillo*, de Julieta Carabaza, Irene Ewald y Sofía Elena Rodríguez, al cual deberán unírsele otros.

Efectivamente, como afirma Arredondo, todavía "cuando se hace referencia a la situación de la radio en México, el término se circunscribe a la capital del país..."; sin embargo, trabajos como el mencionado y algunos otros que en estos momentos se adelantan, modificarán muy sustancialmente esta situación.

Los trabajos coyunturales no deben verse peyorativamente como documentos de "obsolescencia interconstruida", si

bien es cierto que su información puede carecer de vigencia en un momento dado, el conjunto de ellos, además de ir fomentando documentalmente la historia, nos permiten hacer análisis más amplios, explicar comportamientos sociales y situaciones de poder, así como llevar a cabo estudios de prospectiva que tanta falta le han hecho a la planeación del sistema de comunicación social y al establecimiento de políticas nacionales de comunicación.

En esta categoría encontramos alrededor de una veintena de textos, entre libros, artículos, informes de investigaciones de campo. Sobresalen entre ellos algunos libros descriptivos aparecidos en los últimos dos años y que dan una imagen amplia de la radio mexicana, como es el caso de *Perfiles de la radio*, de varios autores, y la presencia periódica de la *Revista Mexicana de Comunicación*, publicada bimensualmente por la Fundación Manuel Buendía, que aborda el tema radiofónico en cada una de sus ediciones.

En la última categoría, Arredondo habla muy someramente respecto de los *usos alternativos de la radio*. Los informes sobre las experiencias concretas, principalmente de «la otra radio», es decir, la no comercial, de algún modo están configurando un acercamiento cada vez más amplio. Sin embargo, todavía es insuficiente para que sea completo. Una buena aportación la están siendo las tesis profesionales, que dan cuenta ya de varias experiencias; aunque, como es de suponerse, el rigor, la profundidad y la amplitud de cobertura no es igual en todos los casos. Referencias a estas experiencias se pueden encontrar también en artículos aislados en todo tipo de revistas; ponencias presentadas en los diversos foros que sobre radiodifusión en México se están realizando cada vez con más frecuencia.

Una de las experiencias más documentadas es la que se lleva a cabo en Huayacocotla, Veracruz, una pequeña localidad rural de unos 6 mil habitantes en donde se encuentra una

de las dos estaciones de radio comunitarias que existen en el país. Tres trabajos de Aurora Velasco hablan del proyecto, logros y dificultades que la radio ha tenido para ser verdaderamente una emisora al lado del pueblo en la lucha por su liberación. El primero, presentado como tesis profesional en 1982 y titulado *Experiencia radiofónica en Huayacocotla, Veracruz*, narra la historia de la experiencia, del proyecto, explicita los objetivos y el contexto teórico-ideológico que anima el trabajo, relata el desarrollo que ha sufrido la programación y la producción y el proceso de acompañamiento del pueblo. Al mismo tiempo se reflexiona acerca de lo que una experiencia de esta naturaleza puede aportar a otros proyectos que tengan objetivos similares. A partir de ese trabajo se elaboró otro que, en forma de cuaderno, publicó con fines de difusión, en 1985, la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER). El tercer documento sobre el mismo asunto lo publicó el Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA) con sede en Bolivia, en el mismo año.

En virtud de que la emisora de Huayacocotla tiene, digamos, una hermana en la población de Teocelo, en el mismo estado de Veracruz y bajo el mismo auspicio de la entidad Fomento Cultural y Educativo, Jorge Villalobos y Felipe Espinoza escribieron el cuaderno *Huayacocotla y Teocelo - camino hacia la emisora regional* en el que hacen algunas comparaciones entre las dos experiencias, señalan las formas diferentes de afrontar las dificultades y sacan conclusiones útiles para proyectos similares.

Por su parte, Antonio Oseguera en su trabajo *El papel de los corresponsables del noticiario campesino, de Radio Cultural Campesina de Teocelo, Veracruz*, se refiere concretamente a un aspecto de la actividad de esta radiodifusora.

En 1990 la ALER publicó el libro de Beatriz Arias Godínez titulado *La XEYT Radio Cultural Campesina. Una experiencia de radio participativa*.

El proyecto de las emisoras indigenistas instaladas por el Instituto Nacional Indigenista (INI) en siete poblaciones rurales, en donde operan emitiendo programas en las lenguas propias de cada una de las etnias que atienden, cuenta con suficiente documentación, sin embargo, ésta se halla dispersa y con frecuencia mal identificada. Una buena tarea para el INI sería conjuntar toda esa documentación y preparar una publicación con fines de difusión.

Otra experiencia es la lucha que llevó a cabo la radio de la Universidad Autónoma de Guerrero entre 1982 y 1983. Los hechos están en los números que salieron de la revista *Al Aire*, y en noviembre de 1982 se publicó un pequeño libro titulado *Resistir hasta vencer Proceso 337/82. Juicio político contra Radio Universidad Pueblo y las alternativas democráticas en comunicación*, en el que se narran las agresiones sufridas por la emisora, la demanda presentada, los actos de solidaridad que se manifiestan innumerables veces en la prensa nacional y se expresa la convicción de seguir adelante.

Por otra parte, algunas reuniones sobre radio han quedado consignadas en memorias impresas. Tal es el caso de la *Primera Reunión Internacional de Radiodifusoras Universitarias, Culturales y Educativas (RIRUCE)*, publicada por la UNAM en 1981, que constituía la única referencia que contiene información sobre las radios universitarias.

En la misma tónica, la memoria del *1er. Encuentro de Radio-productores Culturales de la Frontera Norte de México*, reúne las ponencias presentadas entre el 24 y 27 de junio de 1987, en Saltillo, Coahuila, y que representan el esfuerzo que el Programa Cultural de las Fronteras viene realizando por mejorar la comunicación fronteriza. En los últimos meses de 1990 el Programa, en colaboración con el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación, publicó el texto *La radio en Tijuana* de Judith Moreno Berry.

Como producto de la creación de los institutos mexicanos de la Radio (IMER), de Televisión (IMEVISION) y de Cine (IMCINE) por el gobierno mexicano en 1983, y para aportar elementos para el Plan de Desarrollo del gobierno de Miguel de la Madrid, se llevó a cabo en mayo de ese año el Foro de Consulta Popular de Comunicación Social, en cuatro sedes, abierto a la participación ciudadana. Como producto de las reuniones se publicaron 12 tomos que agrupan la mayor parte de las ponencias presentadas, de las cuales 643 fueron sobre radio. El tomo 11, fechado en noviembre de 1983 está dedicado a la radio en México. En su primera parte se hace una breve crónica; se presentan las estadísticas más completas hasta ese momento, y se hace una amplia relatoría de los sectores que participaron en el Foro, así como los temas tratados. Para tener una panorámica del interés por la radio en el país, principalmente del Estado, este libro es una lectura obligada.

Una relación completa de las estaciones de radio culturales y estatales se encuentra reunida en el libro *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza* (escrito por Cristina Romo, publicado por el IMER y la Fundación Manuel Buendía, en 1990). Este es un trabajo descriptivo de las estaciones que representan el 11.37% de las radiodifusoras del país, en el que reúne la información dispersa acerca de ellas, incluye datos de su programación y hace una clasificación de las mismas: *radiodifusión universitaria, radiodifusión estatal, radios indigenistas, emisoras independientes y emisoras del IMER*. El trabajo significa un buen material para proponer una serie de análisis, cruces de información e investigaciones todavía no realizadas en el país, que podrían fundamentar propuestas para demandar un cambio estructural en el modelo radiofónico de México, dominado por la radio comercial.

Más de 20 textos difunden las experiencias concretas de la otra radio. Entre ellos siete son libros formalmente publicados.

Una categoría no incluida en el trabajo de Arredondo es la de los *manuales* que vale la pena reseñar. El primer texto radiofónico con fines didácticos que aparece en México fue *Introducción al conocimiento y práctica de la radio* de Cristina Romo, editado rústicamente por la Escuela de Ciencias de la Comunicación del ITESO en 1982 y que cinco años después, con algunas modificaciones, publicó la Editorial Diana. De este libro Raúl Fuentes reseñó en la revista *Chasqui* núm. 24 lo siguiente:

Este libro está estructurado en seis capítulos que siguen una secuencia lógica y exponen con toda claridad los elementos principales que un estudiante o profesional deberá conocer y practicar para poder contribuir a la realización de todas las posibilidades de comunicación social que la radio ofrece y que difícilmente pueden considerarse agotadas en alguna parte. (...) los datos y ejemplos empíricos que los ilustran, se despliegan con sencillez y una clara intención de destacar los aspectos comunicacionales de la radio, no los tecnológicos, organizacionales, sociológicos o semióticos también presentes...

Por su parte, Fernando Curiel es autor de dos libros que vieron la luz consecutivamente en los dos años siguientes. El primero de ellos *La telaraña magnética o el lenguaje de la radio* (1983) es un intento bastante logrado de presentar en forma impresa el lenguaje radiofónico. Cada una de las partes se va presentando como una emisión radiofónica, tratando de escribir lo que se supone que se escucha y haciendo alusión a indicaciones técnicas que el lector debe elaborar con su imaginación. Es, digamos, una nueva teoría del guión y un nuevo modelo. El texto resulta poco práctico para los principiantes y más bien es una audaz presentación comprensible sólo para iniciados.

En cambio, el texto del mismo autor *La escritura radiofónica. Manual para guionistas* (1984), es un libro editado por la

Universidad Nacional Autónoma de México en su programa de libros de textos universitarios, que es un buen manual que desentraña todos los elementos que se deben tener en cuenta para la realización de guiones radiofónicos y que presenta, al mismo tiempo, diferentes modelos. Es un libro útil para aprender y aplicar todas las convenciones necesarias para planear y escribir guiones. Desgraciadamente la circulación de este libro ha sido muy reducida.

El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y la Universidad Autónoma Metropolitana-Xochimilco circularon en 1985 el *Manual de operación y producción* que recoge, por un lado, la experiencia de ambas instituciones y, por otro, las aportaciones que de diversos proyectos latinoamericanos se han visto recopiladas en algunas publicaciones del programa de entrenamiento que Radio Nderland patrocinó hasta hace poco años en CIESPAL, en Ecuador. El manual, aunque no se detiene a fundamentar sus recomendaciones, resulta muy accesible y práctico. Es un instrumento para capacitar en forma rápida, pero siempre le hará falta acompañarlo de una reflexión sobre las funciones de la radio, el conocimiento de la audiencia y el contexto social en el que se aplica, así como la ubicación de la radio dentro del sistema de comunicación del país. De cualquier manera, este manual es un buen esfuerzo para contar con materiales útiles para las nuevas formas de hacer radio. Cada vez hay en México más emisoras que consideran importante la producción de programas, de manera que la emisión de radio ya no esté sólo constituida por música y su presentación, en las estaciones culturales o de música y anuncios, en las estaciones mercantiles.

En 1988, esas dos instituciones —IMER y UAM-X— publicaron con la Editorial Plaza y Valdés el último texto incluido en la categoría de manuales. Se trata de *El sonido de la radio*, de autoría colectiva. En cierta forma, algunas de las dificultades señaladas en el texto anterior, como la falta de

reflexión, en este libro se ven corregidas, aunque no es su intención. De hecho puede decirse que es un «manual teórico». Los autores presentan el libro de esta manera: “Publicamos este texto, entre otras cosas, para que funja como marco conceptual de la investigación de la radio en México y para definir objetivos de programación en el trabajo de alumnos, docentes e investigadores de la universidad”.

Este libro resulta, tal vez, el más completo y actualizado para los fines que persigue. Analiza, más semiológicamente, la tarea radiofónica y enmarca la práctica en un contexto más reflexivo. Sin embargo, necesita complementarse con alguno de los anteriores para redondear la práctica.

En esta revisión bibliográfica es necesario incluir dos libros más, de difícil clasificación según las categorías abordadas. El primero de ellos es el libro de Raúl Cremoux titulado *¿Televisión o prisión electrónica?* en el que se presentan extractos de discursos y manifestaciones públicas de los dirigentes de la radio y la televisión comerciales y de las autoridades nacionales respecto de los medios electrónicos. Sin necesidad de hacer juicio de valor, la simple presentación es una oportunidad para conocer las verdaderas intenciones de los dueños y la complacencia del Estado.

En 1987 la UAM-X publicó el libro *Radiofonías: hacia una semiótica itinerante* de Raymundo Mier, en el que se plantea, por un lado, el análisis del papel político inherente a la radio y, por otro, el estudio de ese papel por sus significados. Se rechaza la neutralidad de la radio aun cuando se le trate sólo como instrumento tecnológico. Se resalta la «incorporeidad» que hace posible el proceso de abstracción y se enfatiza en la escucha radiofónica como construcción de lo político. Probablemente este libro podría clasificarse dentro de los textos puramente teóricos.

La revista *Comunicación y Cultura* núm. 8, publicada por la UAM-X en julio de 1982, está destinada íntegramente a la

radio. En ella se reúnen artículos referidos a experiencias de utilización popular de la radio, en diversos países del mundo, en acciones de lucha política o acciones liberadoras.

Hay noticia de 78 tesis de comunicación sobre radio. De ellas sólo tres son de maestría. La mayoría (59) han sido elaboradas en la década de los ochenta, lo que puede significar el interés que se está dando por el medio. Poco antes de 1960 y con motivo de la inminente promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión se escribieron algunas tesis, principalmente para obtener el título de abogado, que abordaron el tema de la legislación radiofónica. Los autores eran en su mayoría empleados de la empresa comercial de radiodifusión, que recibieron la consigna de fundamentar las propuestas que hicieran la Ley favorable a ella. Los títulos de estas tesis no están incluidos aquí debido a la imprecisión de la información.

La universidad que se distingue más por el interés radiofónico en las tesis es la UNAM, con 23, seguida de la Universidad Iberoamericana, con 21. En la Universidad Veracruzana se han escrito ocho tesis sobre radio y siete en la Escuela de Periodismo Carlos Septién García. Sólo en siete escuelas más ha habido interés por este tema.

Los temas que se abordan se refieren principalmente a casos, ya sea de emisoras o programas. A veces son análisis para hacer propuestas. No hay, en general, estudios de recepción. Sólo cinco tesis se ocupan de la historia y estructuración de la radio en México; sin embargo, algunas de ellas son documentos muy importantes, difíciles de superar. Son muy escasas las investigaciones de campo y sólo cuatro tesis tratan los aspectos legales.

Libros y documentos

ACEVEDO, Martha *et al.* *La producción social de sentido y la comunicación educativa: una serie de radio para niños*, Cuadernos del TICOM, núm. 19, UAM-X, México, enero, 1983.

ACEVEDO VALDÉS, Martha *et al.* *La radiodifusión en México*, UAM-X, México, 1985.

ACEVES G., Francisco de Jesús. "Radiodifusoras en Jalisco. Cuántas son, dónde están, quién las controla...", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 1, septiembre-octubre de 1988, México.

— "Génesis de la radiodifusión jalisciense -Estudio Aproximativo", en *Comunicación y Sociedad*, núms. 4 / 5, 1989, U de G, Guadalajara.

— "La radiodifusora del pueblo: precursor ejemplar de la radiodifusión cultural en Jalisco", en *Comunicación y Sociedad*, núm. 6, 1989, U de G, Guadalajara.

ACEVES, Ma. Eugenia *et al.* "Proyecto de colaboración con XEJN-OC Radio Huayacocotla", *Publicación de Ciencias de la Comunicación*, núm. 2, ITESO, Guadalajara, 1981.

AGUILAR VILLANUEVA, Luis. "Opinión pública y comunicación social. La radio", en *México 75 años de Revolución - Educación, cultura y comunicación II*, Fondo de Cultura Económica, México, 1988.

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. *Radio e ideología*, Ediciones El Caballito, México, 1982.

- “Radio: punta de lanza del consorcio”, en TREJO DELARBRE Raúl, *Las redes de Televisa*, Claves Latinoamericanas, México, 1988.

ARIAS GODÍNEZ, Beatriz. *La XEYT Radio Cultural Campesina, una experiencia de radio participativa*, ALER, Quito, 1990.

ARREDONDO, Pablo. *Los medios de comunicación en Jalisco*, Cuadernos de Difusión Científica, núm. 3, U de G, Guadalajara, 1986.

- y Enrique SÁNCHEZ RUIZ. *Comunicación social, poder y democracia en México*, U de G, Guadalajara, 1986.

BAENA PAZ, Guillermina. “Encuesta: hábitos radiofónicos en el D.F.”, en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 8, noviembre-diciembre de 1989, México.

BOHMANN, Karin. *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Alianza Editorial Mexicana/Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, México, 1989.

CARABAZA GONZÁLEZ, Julieta, Irene EWALD MONTAÑO y Sofía Elena RODRÍGUEZ CANALES. *Historia de los medios de comunicación en Saltillo. Origen y evolución*, CONEICC, Universidad de Coahuila, Saltillo, 1988.

CARRANDI ORTÍZ, Gabino. *Testimonio de la televisión mexicana*, Diana, México, 1986.

CASTRO LEAL, Antonio. *El pueblo de México espera. Estudio sobre la radio y la televisión*, Cuadernos Americanos, México, 1966.

- “Radio y televisión”, en *Los medios de comunicación de masas en México*, UNAM/FCPS, México, 1969.

CIRT. *Radio y televisión*, Anuario oficial 1974, México.

CLAVÉ ALMEIDA, Eduardo. “El uso de la radionovela para difundir la planeación familiar. El experimento mexicano”, en *Comunicación y Población*, núm. 1, septiembre de 1976, México.

Compilación jurídica de radiodifusión, RTC/Dirección de radio, México, 1982.

Comunicación y cultura, núm. 8, UAM-X, julio de 1982.

CREMOUX, Raúl. “Formas de manejo de la radio y la televisión”, en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, núm.69, julio-septiembre de 1972, UNAM/FCPS, México.

- *¿Televisión o prisión electrónica?*, Archivo del Fondo, núm. 12, Fondo de Cultura Económica, México, 1974.

- *La legislación mexicana en radio y televisión*, UAM-X, México, 1982.

CRUZ SOTO, Rosalba. “Los niños y la radio”, en *Connotaciones*, núm. 2, AMIC/El Caballito, México, 1982.

CURIEL, Fernando y Miguel Angel GRANADOS CHAPA. *Prensa y radio en México*, UNAM/FCPS, México, 1978.

CURIEL, Fernando. “La radiodifusión universitaria”, en *Deslinde*, núm. 127, julio de 1980, UNAM, México.

- *La telaraña magnética o el lenguaje de la radio*, Editorial Oasis, México, 1983.
- *La escritura radiofónica. Manual para guionistas*, UNAM/FCPS, México, 1984.

CHAPELA MENDOZA, María de Lourdes. "Radio Uandakua-pari, una experiencia de comunicación para y con campesinos de la zona lacustre de Pátzcuaro", en *Comunicación-algunos temas*, núm. 2, 1982, CENAPRO, México.

DE NORIEGA, L.A. y Frances LEACH. *Broadcasting in Mexico*, Ed. Routledge and Kegan Paul, LTD, Londres, 1979.

DOMÍNGUEZ, Luis Adolfo. "Un curso de redacción por radio", en *Cuadernos de Comunicación*, núm. 8, febrero de 1976, México.

Enciclopedia de México, "Radiodifusión", tomo 11, México, 1977.

ESPINOZA TORRES Felipe y Jorge VILLALOBOS GRZYBOWICZ. *Huayacocotla y Teocelo. Camino hacia la emisora regional*, Fomento Cultural y Educativo, A.C., México, 1987.

ESQUIVEL PUERTO, Emilio. *Anecdotario de radio y televisión*, México.

Estatuto del Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana, reformado y adicionado por el VII Congreso Nacional, efectuado los días, 24, 25 y 26 de abril de 1986.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima. *Los medios de difusión masiva en México*, Juan Pablos Editor, México, 1982.

FERNÁNDEZ, José Luis. *Derecho de la radiodifusión*, Ed. Olimpo, México, 1960.

Foro de Consulta Popular Sobre Comunicación Social, *La radio en México*, tomo XI, noviembre de 1983, Secretaría de Gobernación, México.

GONZÁLEZ CABRAL, Gregorio. "Sobre la radio", en *Cuadernos de Comunicación*, núm. 22, abril de 1977, México.

GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. *Examen de la comunicación en México*, Ediciones El Caballito, México, 1980.

GÓMEZ, Iliana *et al.* "Por la excelencia y la democracia en la radio. Foro Nacional sobre la radio en México", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 6, julio-agosto de 1986.

GÓMEZ LEYVA, Ciro y Jesús ANAYA ROSIQUE. "Radio ciudadana, el D.F. y una propuesta para los noventa", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 4, marzo-abril de 1989, México.

HERNÁNDEZ AGUILAR, Gabriel. *De la radio al discurso radiofónico. Un acercamiento semiótico*, Plaza y Valdés/UAP, México, 1989.

HERRERA VALENZUELA, Jorge. *La radio, el PRI y el destape*, Diana, México, 1988.

HUERTA, Francisco. *Mordaza a la opinión pública*, Ed. Universo, México, 1982.

Información científica y tecnológica, núm. 89, febrero de 1984, CONACYT, México.

KUHLMANN, Federico, Antonio ALONSO y Alfredo MATEOS. *Comunicación: pasado y futuros*, Fondo de Cultura Económica, México, 1989.

La Hora Nacional - Fonoteca nacional, Dirección General de RTC, Dirección de Radio, julio de 1984.

LOZOYA, Jorge Alberto. "El estatuto de la radio y la televisión", en *El Estado y la televisión, Nueva política*, núm. 3, julio-septiembre de 1976, México.

LLANO Serafina y Oscar MORALES. *La radiodifusión en México*, Comunicación: Tecnología e Investigación, S. C., México, 1985.

Manual de operación y producción, IMER/UAM-X, México, 1985.

Medios Audiovisuales - Tarifas y datos, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., México, junio de 1989.

MEJÍA BARQUERA, Fernando. "La política del Estado mexicano en radio y televisión y la alternativa de la izquierda", en *Estudios del Tercer Mundo*, núm. 3, septiembre de 1980, CEESTEM, México.

— *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México, 1989.

MEJÍA PRIETO, Jorge. *Historia de la radio y la TV en México*, Octavio Colmenares Editor, México, 1972.

MIER, Raymundo. *Radiofonías: hacia una semiótica itinerante*, UAM-X, México, 1987.

MÚGICA, Francisco J. "La radiodifusión y el Estado. Informe 1936", en *Imaginaria*, núm. 2, otoño de 1988, Comunicación y Ciencias Sociales, A.C., México.

ORTEGA RAMÍREZ, Patricia. "Sindicalismo y medios de comunicación colectiva", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 2, noviembre-diciembre de 1988, México.

ORTIZ GARZA, José Luis. *México en guerra*, Ed. Planeta, México, 1989.

PAOLI BOLIO, Francisco José. "Cambios en la radiodifusión para superar la crisis", en GONZÁLEZ CASANOVA P. y H. AGUILAR CAMÍN (coords.), *México ante la crisis*, vol. 2, Siglo XXI, México, 1986.

— y Beatriz SOLÍS. "La legislación de comunicación social" (Diagnóstico y propuestas), reporte *La Comunicación Social de México*, UAM-X, México, 1985.

PEPPINO BARALE, Ana María. *Las ondas dormidas. Crónica hidalguense de una pasión radiofónica*, UAM-A, México, 1989.

PINTO MAZAL, Jorge. "Régimen legal de los medios de comunicación colectiva en México", en *Revista Mexicana de Ciencias Políticas*, núm. 76, abril-junio de 1974, México.

“Pluralidad para los medios: Fernando Mejía Barquera”, entrevista en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 4, marzo-abril de 1989, México.

Primera reunión internacional de radiodifusoras universitarias, culturales y educativas (RIRUCE), Universidad Nacional Autónoma de México, México, 1981.

Primer encuentro de radioproductores culturales de la frontera norte de México, Memorias, 24 a 27 de junio de 1987, Saltillo.

RAMÍREZ SOLÍS, Edgar Rogelio. “La radio cultural en Jalisco”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 4/5, 1989, U de G, Guadalajara.

REBEIL CORELLA, María Antonieta *et al.* *Perfiles del cuadrante*, Trillas, México, 1989.

Resistir hasta vencer, proceso 337/82. Juicio político contra Radio Universidad Pueblo y las alternativas democráticas en comunicación, Universidad Autónoma de Guerrero, noviembre de 1982.

REYES RUIZ, Francisco Javier. *La participación del campesino en la radio*, Cuadernos, núm. 15, CREFAL, Pátzcuaro, 1983.

ROMO, Cristina. *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía/IMER, México, 1990.

ROMO de ROSELL, Cristina. “Estructura y funciones de la radio mexicana”, en *Renglones*, núm. 3, octubre de 1985, ITESO, Guadalajara.

ROMO de ROSELL, Cristina. "Las radiodifusoras no comerciales en México. Una diversidad de opciones en crecimiento", en *Renglones*, núm. 15, diciembre de 1989, ITESO, Guadalajara.

ROMO GIL, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, Diana, México, 1987.

SÁNCHEZ RUIZ, Enrique E. *Orígenes de la radiodifusión en México. Desarrollo capitalista y Estado*. HUELLA, núm. 9, ITESO, Guadalajara, 1984.

SCHMELKES de SOTELO, Sylvia. "Investigación sobre las escuelas radiofónicas de la Tarahumara", en *Revista del Centro de Estudios Educativos*, núm. 3, 1971, México.

— "Estudio de evaluación aproximativa de las escuelas radiofónicas de la Tarahumara", *Revista del Centro de Estudios Educativos*, vol. II, núm. 2, 1972, México.

— *The radio schools of the Tarahumara, México: An Evaluation*, Information Center on Instructional Technology, Academy for Educational Development, Washington, 1973.

SCHUSTER FONSECA, Juan y Carlos NAVARRETE MARTÍNEZ. "Panorama de la radiodifusión en Veracruz", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 8, noviembre-diciembre de 1989, México.

SPAIN, Peter. *A report of the system of radioprimeria in the State of San Luis Potosí, México*, Information Center on Instructional Development, Washington, 1973.

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO (UNAM). *Encuesta nacional sobre radio y televisión*, Facultad de Comercio y Administración, reporte UNAM/FCA, 1971.

"Urge un debate nacional. Las concensiones que se vencen en 1989", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 4, marzo-abril de 1989. México.

VARIOS. "La radio: un universo por explorar", en *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 7, septiembre-octubre de 1989, México.

VELASCO, Aurora. *México: Radio Huayacocotla. Una emisora campesina*, Cuadernos de comunicación alternativa, núm. 3, CIMCA, México, 1985.

— *Radio Huayacocotla*, ALER, Serie Experiencias, núm. 6, Quito, 1985.

VELÁZQUEZ ESTRADA, Rosalía. "El Estado y la radiodifusión", en *Connotaciones*, núm. 1, AMIC/El Caballito, México, 1981.

VILAR, Josefina *et al.* *El sonido de la radio*, IMER / UAM-X / Plaza y Valdés, México, 1988.

Tesis universitarias

ALEJO ALEJO, Enrique; CANEL WINDER, Irma L.; FUENTES ALEJOS, Víctor, y ROSSBACH SUÁREZ, Alma Ma. *Una experiencia en la enseñanza del medio radiofónico a través de un programa de TV*, UNAM/FCPS, 1986

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. *La Radio de la Capital y sus aspectos ideológicos*, UNAM/FCPS, 1981.

ALVARADO RUIZ, Nelly Lissette. *Los efectos radiofónicos en la comunidad indígena purépecha*, UIA, 1987.

ANCONA de RUIZ, Julieta. *Periodismo de Radio y Televisión*, EPCSG, s/f.

AZCÁRRAGA R., Andrea; GUZMÁN L., Marina; ORTÍZ RUBIO, Mariana, y SAUCEDO, Ma. Isabel. *La radiodifusión en el Valle de México y su apego a la Ley*, U. Anáhuac, 1985.

BALMES ARCEO, Beatriz, y BUENFIL ACUÑA, Jorge Luis. *Proyecto de programación de una radiodifusora cultural en la ciudad de Campeche*, UIA, 1982.

CAMARENA AMAYA, Luz María, y CESARETTI CORELLA, Sergio Hugo. *La radio como elemento generador de progreso*, U. Intercontinental, 1986.

CAMPOS TENORIO, Ernesto, y OLAVARRÍA PATIÑO, Francisco Javier. *Radio, Revolución y Contrainsurgencia en El Salvador*, UNAM/FCPS, 1985.

CANTÓN ZETINA, Oscar. *La Comisión de Radio y Televisión de Tabasco y el uso regional de los medios electrónicos de comunicación masiva*, UNAM/FCPS, 1987.

CASTILLEJOS UNDA, Carmen Haydeé. *Modelo de una radiodifusora para apoyar la educación académica y revaloración cultural de los grupos indígenas mexicanos*, EPCSG, 1989.

CASTILLO RUIZ, Jesús Jaime. *La Hora de México*, UNAM/FCPS, 1984.

CARRETO FLORES, Candelaria. *La mujer y la radio. Casos: Radio Educación y La causa de las mujeres, y la XEW, El mundo de la mujer*, UNAM/ENEP-Acatlán, 1988.

CEDILLO REYES, Gilberto. *La radio cultural en México como factor necesario a los planes de desarrollo educativo, democrático e integrador*, UNAM/ENEP-Acatlán, 1984.

CELIS GONZÁLEZ, Teresita del Niño Jesús. *Publicidad y controles jurídicos de radio y televisión: análisis y aplicación en México*, U. Intercontinental, 1986.

CHARGOY GUAJARDO, Gerardo R. *Estudio sobre la elaboración del guión de un radio-reportaje interpretativo en torno al tema del surgimiento de la radiodifusión en México*, UNAM/ENEP-Acatlán, 1982.

CORRAL VALENZUELA, Leticia G.; GALVÁN OLIVARES, Ernestina, y GUEVARA SOTO, Martha. *Análisis de la programación de radio que capta Tlayacapan, Mor. y modelo de reestructuración acorde con la realidad social de los receptores*, UNAM/FCPS, 1981.

CORRO VILLANUEVA Ma. de las Nieves; REBOLLEDO, M. DEL C. Ma. de Lourdes, y RICHARD MORA, Ma. Guadalupe. *Hacia un análisis estructural de la radiodifusión. Caso práctico: Radio 590 la Pantera*, U. Intercontinental, 1986.

CRISTIANI GONZÁLEZ, Miguel Angel. *La programación de una radio-difusora cultural*, U. Veracruzana, 1978.

CUÉLLAR GONZÁLEZ, José Luis. *Imagen de la radio. Cómo se elabora un noticiero*, UNAM/FCPS, 1989.

CURIEL VILLASEÑOR, Ricardo, y NIEHUS CASILLAS, Ma. Teresa. *Fundamentos para la radiodifusora cultural en zonas indígenas (a partir de una experiencia)*, ITESO, 1983.

DE ANDA Y RAMOS, Francisco José. *La radiodifusión en el Valle de México y su apego a la Ley*, UIA, 1972.

DEL VALLE OSORIO, Federico, y ESCUDERO ZERÓN, Lorena. *Análisis comparativo entre las estaciones culturales y comerciales de radio y televisión en la ciudad de México*, UNAM/FCPS, 1986.

DÍAZ AMADOR, Ma. del Carmen. *Política y radiodifusión en México; un análisis histórico*, UIA, 1979.

DÍAZ MARTÍN, Pedro. *La radio en Yucatán*, ITESO, 1987.

DÍAZ ROMO, María Cecilia. *Plan de trabajo para la capacitación y el adiestramiento del personal de Notisistema*, ITESO, 1984.

DUVAL CÁRDENAS, José Luis, y HERNÁNDEZ MORALES, Mario Antonio. *Radio Mezquital: ¿medio alternativo para la integración social y cultural de los grupos indígenas ubicados en el Valle del Mezquital?*, EPCSG, 1985.

ECHEVERRÍA MORENO, Luz María. *Campaña de información radiada a sectores marginados*, UIA, 1979.

FERNÁNDEZ MARTÍNEZ; María Orieta, NAVARRO PONS Lorena, y ZEPEDA MARTÍNEZ, Cecilia del Rosario. *Los no-*

ticieros radiofónicos. Un análisis descriptivo en Guadalajara, ITESO, 1989.

GALEANA HERRERA, Ana Laura. *Campaña publicitaria para una nueva radio emisora comercial con programación cultural*, UIA, 1982.

GALINDO MONROY, José Félix. *Estudio de caso sobre actitudes de los redactores de noticieros de radio hacia las noticias. Percepción de funcionalidad de las noticias para la empresa por parte de los mismos y la influencia de estas dos variables en la elaboración de un noticiero radiofónico*, UIA, 1980.

GÁLVEZ CANCINO, José Felipe. *Los felices del alba. La primera década de la radiodifusión mexicana*, UNAM/FCPS, 1985.

GARCÍA GAMBOA, Rafael S. *Piloto del programa radiofónico imágenes*, UIA, 1979.

GARCÍA OLIVA, Tarsicio, y GARFIAS ANTOLÍN, Antonio. *Diseño, planeación, conceptualización y desarrollo de una radiodifusora cultural regional en México (XEGEM Radio Mexiquense: La experiencia de la aplicación del modelo)*, UIA, 1987.

GÓMEZ ARAUJO, Mario, y PATIÑO ESQUIVEL, Martha. *¿Cómo llenar un espacio en la radio? propuesta de programa radiofónico alternativo*, UNAM/FCPS, 1986.

GONZÁLEZ GÓMEZ, Hernán. *(Estudio exploratorio) la radio y la televisión en Centroamérica*, UIA, 1973.

GONZÁLEZ MOLINA, Gabriel. *Radio Comercial y Radio Cultural. Análisis ideológico de la emisión de noticias*, UIA, 1982.

GUERRA ALVAREZ, Ma. Margarita de Guadalupe. *Perfil sociocultural del taxista de la ciudad de México. Investigación por encuesta para la creación de un programa radiofónico*, UIA, 1978.

GUZMÁN TESILLOS, Ramiro. *Dinámica de la investigación. La radio y su público perceptor*, U. Veracruzana, 1970.

HENRÍQUEZ MENDOZA, Juan Carlos. *Diseño de un taller autogestivo de dramatización radiofónica para ser aplicado a los locutores-promotores de una radio cultural campesina (caso XEYT de Teocelo, Ver.)*, UIA, 1987.

HERNÁNDEZ ACOSTA, Adrián. *La radiodifusión como medio de integración juvenil*, EPCSG, 1984.

HERNÁNDEZ IBARRA, María del Carmen. *Los noticieros radiofónicos y el interés del público*, U. Intercontinental, 1988.

ISITA TORNELL, Rolando y LUNA SEFAMI, Guillermo. *Nicaragua: una Revolución en marcha. Diseño de un modelo radiofónico de propaganda alternativa*, UNAM/FCPS, 1984.

KÚNCAR CAMACHO, Gridvia. *Comunicación alternativa y sindicalismo en Bolivia: la experiencia de las radios mineras*, UNAM/FCPS, 1983.

LIMÓN PEÑA, Moisés. *Proyecto de instalación, cooperación y manejo de una estación radio emisora con propósitos de difusión cultural*, U. Veracruzana, 1977.

LARA GARCÍA, Juan Gregorio. *Poesis radiofónica: el radioarte*, UNAM/ENEP-Aragón, 1988.

LLANO PRIETO, Serafina y MORALES HUERTA, Oscar. *Las características de la programación en las radiodifusoras comerciales de amplitud modulada en la República Mexicana*, UIA, 1980.

LOMBARDO, Irma. *Los orígenes de la radio en México y la influencia de la XEW en los años treinta*, UNAM/FCPS, 1984.

LÓPEZ DE LA CERDA, Laura. *Retención de un mensaje radiofónico en niños de 5 a 10 años de edad*, U. Anáhuac, 1977.

MEJÍA ABÚNDEZ, Fernando. *Producción y análisis de un programa radiofónico desmitificador: la población mundial*, UNAM/FCPS, 1975.

MEJÍA BARQUERA, Fernando. *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (orígenes y desarrollo)*, UNAM/FCPS, 1982.

MÉNDEZ PÉREZ, Fernando Darío. *Origen, desarrollo y situación actual de la radio en México. Análisis comparativo de la XEOY Radio Mil con dos emisoras de su mismo género*, U. Latinoamericana, 1982.

MODENA ZOTTO, Ferruccio. *Utilización de la radio para el desarrollo en América Latina: estrategia de uso*, Maestría en Comunicación, UIA, 1980.

MONCADA IVÁN, Daría. *Radio Universidad: testimonios*, UNAM/FCPS, 1983.

MORENO BERRY, Judith. *Panorama de la radio en la frontera norte de México. Caso Tijuana*, UIA, 1986.

MOTA ACEVES, Javier. *Estado y futuro de la radiodifusión en México*, UNIVA, 1985.

MUÑOZ GARCÍA, Ma. de los Angeles Soledad. *Radio Educación: una difusora cultural del Estado mexicano*, UNAM/FCPS, 1979.

NAVA VILORIA, Atilio. *Evaluación de spots de radio y de la carta circular como medios masivos de información de tecnología agrícola. Un experimento de campo en los poblados aislados del Estado de México*, Maestría en Ciencias, Colegio de Postgraduados, Chapingo, 1975.

OSEGUERA MALDONADO, Antonio. *El papel de los corresponsales del noticiero campesino de radio cultural campesina de Teocelo Ver.*, UNAM/FCPS, 1986.

OSTOS ABREU, Margarita. *Análisis de contenido y estructura de los noticieros de radio en Veracruz*, U. Veracruzana, 1979.

PARTIDA OMAÑA, Esther, y MARTÍNEZ MARTÍNEZ, Guillermo. *Análisis de las programaciones y funciones que desempeñan Radio Universidad Nacional de México y Radio Universidad Benito Juárez de Oaxaca*, UNAM/FCPS, 1975.

PEÑA MIJANGOS, Pablo Mariano. *La organización y producción de una revista radiofónica*, EPCSG, 1985.

PULIDO VÁZQUEZ, Jorge Jesús. *Los géneros periodísticos en la radio*, EPCSG, 1982.

RAMOS RODRÍGUEZ, José Manuel. *El uso del radio en alfabetización de adultos. Una experiencia en México*, UIA, 1987.

RENDÓN FRANCO, María. *La radio en Veracruz*, U. Veracruzana, 1970.

RODRÍGUEZ FIGUEROA, Francisco. *Programa de relaciones públicas para el fomento comercial de la radio de frecuencia modulada en el Distrito Federal*, UIA, 1987.

ROJAS BLANCO, Clara Eugenia. *La radio y las minorías étnicas en México: caso de la radiodifusora XETAR de Guachochi, Chih. 1976-1982*, UNAM/FCPS, 1985.

ROMO, Cristina. *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza*, Maestría en Comunicación, ITESO, 1989.

ROMO GIL, Ma. Cristina. *Posibilidades y obstáculos para la utilización de la radio como medio educativo en México*, UIA, 1975.

ROSAS LÓPEZ, Norma Angélica. *La radio como instrumento de educación alternativa*, UNAM/FCPS, 1985.

RUIZ VELASCO Olmos, Edmundo. *Un modelo de noticiario deportivo para estaciones culturales de radio en México*, UNAM/FCPS, 1989.

SOLANO GIL, Fernando Juan. *La radiodifusión en manos del Estado: estudio particular de La Hora de México*, U. Anáhuac, 1981.

SOSA MARTÍNEZ, Yolanda. *La radio y los ejidatarios de la zona central del Estado de Veracruz, México*, U. Veracruzana, 1978.

URIBE RODRÍGUEZ, Cynthia Luz. *Los sistemas de radio y televisión para la enseñanza y el caso de la telesecundaria*, UNAM/FCPS, 1985.

VARGAS LÓPEZ, José Francisco. *Desarrollo y progreso del periodismo radiofónico*, U. Veracruzana, 1971.

VELASCO ACEVES VIDRIO, Aurora. *Experiencia radiofónica en Huayacocotla, Ver.*, ITESO, 1982.

VELASCO BALLESTEROS, Ma. Hermelinda de Guadalupe. *Una propuesta educativa a través de la radio*, UIA, 1986.

VIZCAÍNO GARCÍA, Rodolfo. *Análisis de la radiodifusión cultural en la Universidad Veracruzana*, U. Veracruzana, 1983.

YERENA CAPISTRÁN, Ma. del Consuelo. *Propuesta de radio-revista científica (para las emisoras XEOY, XECO, XEBS, XEUR y XEPH del Núcleo Radio Mil)*, UNAM/FCPS, 1987.

Ondas, canales y mensajes
(primera reimpresión)
se realizó en septiembre de 1993
con un tiraje de 1,000 ejemplares
en los talleres de
Editorial Conexión Gráfica, S.A. de C.V.
Libertad 1471, Sector Juárez,
44100 Guadalajara, Jalisco, México.
Tels. 625-65-12, 626-31-92
Fax 626-31-04
Ventas en el Departamento de
Extensión Universitaria del ITESO
Tels. 669-34-85 y 669-34-80
Fax 669-34-81
Guadalajara, Jal.

Al perfil de la radio que Cristina Romo presenta a lo largo de estas páginas no es el resultado de una descripción aséptica. Por el contrario, como la autora misma lo expresa, es el producto de "la observación, la reflexión y la síntesis que le han dado dos décadas de docencia sobre este noble y desperdiciado medio de comunicación reconocido como a la medida de las necesidades comunicativas de México".

El contenido de este trabajo forma parte de un proyecto más amplio titulado: "Estudio comparativo de los sistemas de comunicación de México y Brasil". No obstante, esta parte tiene una estructura completa que permite su lectura independiente.

El lector interesado encontrará en estas páginas sugerencias y cuestionamientos que apuntan hacia aquellos aspectos de la radio mexicana sobre los que vale la pena investigar: el fenómeno de la recepción.

Cristina Romo es licenciada en Ciencias y Técnicas de la Comunicación por la Universidad Iberoamericana y maestra en Comunicación por el Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO). Es profesora numeraria del ITESO.

Ha publicado además: *Introducción a la práctica de la radio* (Diana, 1987) y *La otra radio. Voces débiles, voces de esperanza* (Fundación Manuel Buendía/IMER, 1990).