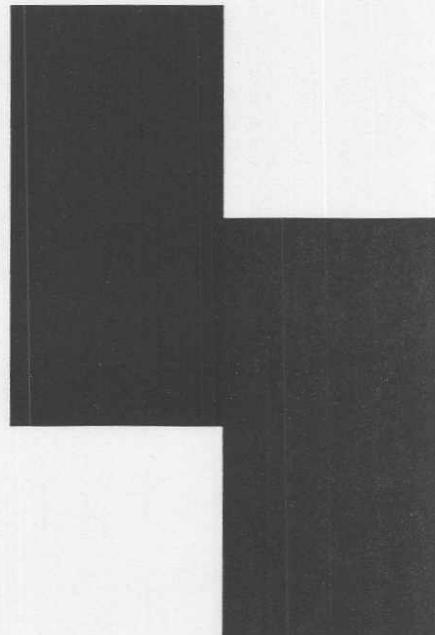


colección Periodística. 21

La radio en Iberoamérica

Evolución, diagnóstico y prospectiva

Arturo Merayo (coordinador)



La radio en Iberoamérica

Evolución, diagnóstico y prospectiva

Arturo Merayo Pérez
(coordinador)

La radio en Iberoamérica

Evolución, diagnóstico y prospectiva



COMUNICACIÓN SOCIAL
ediciones y publicaciones

SEVILLA • ZAMORA
2007

Jimy Arturo Rodríguez, Kilbeth Bertrand Anduray, Yuyo Trochez, Tomás Vindel Sosa, Ezequiel Valladares, Daniel Dávila Nolasco y Marlon Flores. Las emisoras que ofrecen mejores coberturas deportivas son HRN La Voz de Honduras y Radio América.

Como vemos, en el panorama radiofónico hondureño, formado por aproximadamente 300 emisoras, una cadena destaca especialmente. Se trata de HRN La Voz de Honduras la emisora más antigua del país, heredera de aquellas experiencias primeras protagonizadas en 1928 por una compañía bananera. Vinculada a aquellos inicios, en 1933 y ya desde Tegucigalpa, surgió La Voz del Comercio antecesora a su vez de HRN La Voz de Honduras. Ésta se encuentra integrada en Emisoras Unidas, que en la actualidad dispone de 25 estaciones diseminadas por todo el país; es el grupo radiofónico de mayor facturación comercial y de mayor influencia en la opinión pública hondureña.

Bibliografía

LAGOS, Agustín: *Los pioneros. Conversaciones con doña Rosario Sagastume de Ferrari*, sin pie de imprenta, Tegucigalpa, 1983.

MONCADA, Juan Antonio: *Los locutores en Honduras*, Editorial Universitaria, Universidad Nacional Autónoma de Honduras, Tegucigalpa, 1994.

VALLADARES Y VALLADARES, Nahúm: *Ondas de Honduras. La historia de la radio en el siglo XX*, sin pie de imprenta, Tegucigalpa, 1999.

En Internet

Alternativa 103: www.alternativa103.com

HRN La voz de Honduras: www.radiohrn.hn

HRVC La voz evangélica de Honduras: www.hrvc.org

Power FM: www.powerfm.com

Radio América: www.radioamerica.hn

Stereo Amor: www.stereoamor.hn2.com

Stereo Azul: www.stereoazul.hn.tc

Stereo Luz: www.stereoluz.com

La radio en México

Gabriel Sosa* y Perla Olivia Rodríguez**

Superficie terrestre	1.908.690 km ²
Población total	104.959.590 (año 2004)
Capital	México: Distrito Federal 8.489.007, Área urbana: 17.806.527 (año 2000)
Otras ciudades importantes	Guadalajara (1.646.319), Monterrey, área metropolitana (3.800.500), Tijuana (1.210.820), Puebla (5.070.346) y Ciudad Juárez (1.218.818), León (1.134.842)
PIB per capita	9.023 (en dólares, año 2000)
Aparatos de radio cada 1.000 personas	303 (año 2000)

Evolución histórica

A diferencia de lo ocurrido en otros países, en México no hay un pionero de la radio ni tampoco una ciudad que pueda considerarse como la cuna de este medio

* Gabriel Sosa Plata (gsosap@yahoo.com) es licenciado y maestro en Ciencias de la Comunicación por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). Se ha especializado en el periodismo de investigación sobre medios de comunicación. Sus trabajos han sido publicados en diversas publicaciones nacionales y extranjeras. Es coautor de *Las mil y una radios* (McGraw-Hill Interamericana Editores) y ha participado en dos libros colectivos: *Apuntes para una historia de la televisión mexicana* (Fundación Manuel Buendía y Televisa) e *Internet: el medio inteligente* (CECSA y Tecnológico de Monterrey). En 1995 obtuvo el primer lugar en el Concurso Nacional de Trabajos Receptionales en Comunicación, organizado por el CONEICC. Coordinador Ejecutivo de la Primera y Segunda Bienal Latinoamericana de Radio (1996 y 1998), ha sido docente de diversas Universidades públicas y privadas.

** Perla Olivia Rodríguez Reséndiz (polivia@radioeducacion.edu.mx) es docente e investigadora. Maestra en Ciencias Políticas y licenciada en Ciencias de la Comunicación por la UNAM. Ha diseñado y producido series radiofónicas, televisivas y multimedia con fines educativos y culturales. Ha creado y coordinado programas de formación y capacitación presencial y a distancia a nivel nacional e internacional en el ámbito de la Documentación Audiovisual. Cuenta con estancias de formación en la Radiotelevisión Italiana (RAI) y en la Universidad Pontificia de Salamanca, España. Diseñó la primera página web de la Secretaría de Educación Pública, así como el primer curso de formación en línea en Documentación Digital con la colaboración de la Universidad Complutense de Madrid, la Secretaría de Relaciones Exteriores y el Centro de Entrenamiento de Televisión Educa-

de comunicación.¹ Desde 1919, año en que comenzaron las primeras pruebas experimentales, se generó en diferentes ciudades del país un interés hacia lo que entonces se conocía como «radiotelefonía» o «telefonía inalámbrica», pero es particularmente en el Distrito Federal, en Monterrey (Nuevo León) y en Córdoba (Veracruz) donde se consolidan transmisiones formales en 1921.

En ese año se realizan dos primeras transmisiones inalámbricas, en el marco de las celebraciones del centenario de la Independencia. Una de ellas en agosto, en Córdoba, con motivo de la firma de los Tratados de Córdoba, mediante los cuales se oficializa la Independencia de México. La otra, el 27 de septiembre, cuando la Dirección General de Telégrafos instala un aparato transmisor de radiotelefonía en la Exposición Comercial Internacional del Centenario, montada muy cerca del centro de la Ciudad de México, cuyas señales pudieron ser captadas en algunos sitios, como en Chapultepec, donde se localiza una estación inalámbrica del gobierno.

Además de estas actividades auspiciadas por el gobierno, hubo dos transmisiones realizadas por particulares y que constituirían los verdaderos inicios de la radio mexicana por la concepción y estructura de sus contenidos. El mismo 27 de septiembre de 1921, ya en la noche, Adolfo Enrique Gómez Fernández y su hermano Pedro instalaron un equipo transmisor marca De Forest en la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México y transmitieron, con 20 vatios de potencia, un breve programa radiofónico que incluyó dos canciones.² Esa sería la primera de una serie de transmisiones realizadas los sábados y domingos, de 20.00 a 21.00 h., desde el 27 de septiembre hasta enero de 1922.

El 27 de octubre de 1921, Constantino de Tárnava, un ingeniero en electricidad egresado de la Universidad de Notre Dame, hace posible, después de dos años de experimentación, su primera transmisión desde la casa de sus padres, en el centro de la ciudad de Monterrey.³ La denominada estación Tárnava Notre Dame, con-

tiva. En la actualidad trabaja en Radio Educación donde contribuyó en el diseño conceptual e integración del Grupo de Trabajo de Radio en Internet de esa emisora. Coordinó el Seminario Internacional *Los archivos sonoros y visuales en América Latina* (noviembre, 2000) y fue coordinadora ejecutiva de la IV Bienal Internacional de Radio (mayo, 2002).

¹ Los principales datos de este apartado fueron obtenidos de las siguientes obras: Mejía Barquer, Fernando: *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, Fundación Manuel Buendía, México, 1989 y del mismo autor «Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)», en Sánchez de Armas, Miguel Ángel (coord.): *Apuntes para una historia de la radio mexicana*, aún sin publicar, disponible en la Fundación Manuel Buendía: www.fundacionbuendia.org.mx. También es fuente primaria Esquivel Villar, Alberto y Sosa Plata, Gabriel: *Las mil y una radios. Una historia, un análisis actual de la radiodifusión mexicana*, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 1998.

² Una, *Vorrei*, interpretada por José Mojica, y la otra, *Tango Negro*, entonada por la niña María de los Ángeles Gómez Camacho, hija de Adolfo Enrique Gómez Fernández.

³ En este programa participaron la joven soprano Ana María Yturria, de 14 años de edad, los pianistas José F. Barragán Sierra y Carlos Pérez Maldonado, el tenor Aubrey Saint John Clerke, el declamador Eudoxio Villarreal, así como el pianista Ricardo Leal. La conducción estuvo a cargo del mismo ingeniero De Tárnava.

tinuó transmitiendo los miércoles de aquel año y posteriormente todos los días; desde 1929 esta emisora adquiere las siglas XEH y aún continúa operativa.

A partir de 1922, muchos otros pioneros instalan emisoras y hacen experimentos radiofónicos. En Ciudad Juárez, en Chihuahua, en el Distrito Federal, en Pachuca, en Cuernavaca, en Guadalajara, en Morelia, en San Luis Potosí y en otras poblaciones del país la radio se convierte en un medio atractivo y novedoso.

Diversas fueron las estaciones importantes. El 8 de mayo de 1923 el periódico *El Universal* y la tienda de artículos electrónicos La Casa del Radio, propiedad de Raúl Azcárraga, inauguran la primera estación con una inclinación periodística y de espectáculos: *El Universal-La Casa del Radio*, luego identificada como CYL. Otra emisora destacada fue «El Buen Tono», puesta en operación el 15 de septiembre de 1923 por la fábrica de cigarrillos «El Buen Tono», cuyo capital fue de origen francés. Esta emisora, posteriormente conocida como la CYB y más tarde XEB, destacó por el uso de las primeras técnicas publicitarias aplicadas a la radio. A la fecha sigue al aire, bajo la operación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Con el deseo de intercambiar todas estas experiencias y de fomentar conferencias y seminarios, los aficionados a la radio constituyen el 6 de julio de 1922 lo que se considera la primera organización formal de los radiodifusores: la Liga Nacional de Radio, luego llamada Liga Mexicana de Radio. Esta organización se fusiona con el Centro de Ingenieros y el Club Central Mexicano de Radio para formar, el 6 de marzo de 1923, la Liga Mexicana de Radio. Uno de los primeros éxitos de esta alianza fue la organización, del 16 al 30 de junio de ese año, de la Primera Feria Nacional del Radio, en el Palacio de Minería de la Ciudad de México. El evento, inaugurado por el presidente Álvaro Obregón, fue un éxito debido al interés que generó entre los capitalinos la exposición de equipos transmisores y receptores de radio. De acuerdo con Fernando Mejía Barquer, se trata de la segunda exposición de su tipo en el mundo; el único antecedente de la feria mexicana es la Exposición Panbritánica de la Radiofónica que tuvo lugar en Londres en octubre de 1922.

El gobierno mexicano tuvo un destacado papel en los inicios de la radio. Aparte de las primeras transmisiones de la Ciudad de México y Córdoba, instala estaciones para la Secretaría de Relaciones Exteriores y la Secretaría de Guerra y Marina, en 1923, y para la Secretaría de Educación Pública, en 1924. Esta última, como CZE, salió al aire el 30 de noviembre de 1924 y su primera transmisión oficial fue la protesta del general Plutarco Elías Calles como Presidente de la República, el 1 de diciembre. La CZE, luego denominada XFX y finalmente XEEP Radio Educación dejó de operar en varios períodos; desde 1968 transmite ininterrumpidamente.

Uno de los rasgos más relevantes en la historia de Radio Educación fue la cuantiosa y entusiasta participación de intelectuales y artistas que se identificaron con el medio naciente e impartieron conferencias y cursos sobre diversos temas. La década de los treinta es uno de los períodos de mayor proliferación de ideas alrededor de la emisora. En 1931 Narciso Bassols, entonces secretario de Edu-

cación Pública, invitó a artistas e intelectuales para que con sus opiniones ayudaran a definir el rumbo de la recién creada Dirección de Radio. Participaron de la convocatoria Manuel Maples Arce, Germán List Arzubide, José Gorostiza, Agustín Yáñez, Xavier Villaurrutia y Rufino Tamayo. Las reflexiones tuvieron los siguientes ejes: los destinatarios del mensaje educativo por radio y la audiencia, los contenidos, las funciones y las tareas didácticas de la radio, así como la técnica radiofónica en los objetivos de la educación fundamental. En 1940 la frecuencia de la XFX se transfiere al Departamento de Prensa y Publicidad del Ejecutivo Federal y se reinician las transmisiones, aunque irregulares, con las siglas XEXM. Todo este periodo fue de incertidumbre hasta que en 1968 lanzó al aire nuevamente su señal en la frecuencia de 1060 KHz. y un transmisor con una potencia de 20.000 vatios.

A la par de ser operador de estaciones, el gobierno se convirtió en un fuerte impulsor de la radio como industria. La radio comercial, a pesar de la difícil situación económica generada por la Revolución Mexicana (1910-1917), se transformó en pocos años en un excelente negocio. Lo pudo hacer gracias a las facilidades de carácter fiscal en la importación de equipos y recambios, el otorgamiento de permisos durante plazos amplios de operación (hasta de 50 años en las primeras disposiciones jurídicas en la materia), la obtención sencilla de autorizaciones para operar estaciones y otro tipo de estímulos. Pero no todo esto era gratuito. A cambio de estos apoyos, el gobierno —a través de la censura claramente establecida en la legislación y de una política corporativista que abarcó en general a casi todos los sectores de la sociedad— tuvo en la radio, y posteriormente en la televisión, dos de sus principales soportes de difusión ideológica para la exitosa configuración del nuevo Estado mexicano, en la que el Presidente y el partido se convirtieron en las instituciones con mayor poder. Desde la década de los años veinte y hasta la década de los ochenta, la radio cumplió fielmente ese papel.

Antes de entrar al siguiente apartado, es importante mencionar que durante la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones, celebrada en Washington en 1929, a México le son asignadas nuevas siglas para identificación de servicios de comunicación: de la XAA hasta la XPZ. El gobierno desde entonces utiliza las siglas XE para la radiodifusión y años después, ante la aparición de más estaciones de televisión y de la frecuencia modulada, las letras XH.

La nueva era de la radio comercial

El 18 de septiembre de 1930 sale al aire la XEW, una estación que marca el tránsito de la radio experimental que caracterizó los años veinte a la radio de entretenimiento, de información, de amplia incidencia social y cultural y excelente negocio. Gracias a la visión de su propietario, Emilio Azcárraga Vidaurreta, en los ámbitos comercial, publicitario y de contenidos, así como por las favorables condiciones establecidas por el gobierno para el desarrollo de la radio comercial, «La Voz de la América Latina desde México» se convirtió en la emisora más importante e influyente a lo largo de tres décadas.

De aquella estación de grandes estudios a los que el público podía asistir, surgiieron algunas de las más influyentes figuras de la cultura popular mexicana de la época: los compositores y cantantes Agustín Lara y Francisco Gabilondo Soler Cri Cri; los intérpretes Pedro Vargas, Toña la Negra, Emilio Tuerlo, Lola Beltrán, los Hermanos Gil, las Hermanas Águila, Ana María González, Amparo Montes, entre otros. Muchos de sus programas también fueron memorables por su producción, creatividad y frescura: «La hora de los aficionados», de donde se dieron a conocer más artistas como María Elena Márquez; «La hora azul», uno de los programas más importantes del espectáculo; «La hora íntima de Agustín Lara», bajo la conducción del connotado compositor; «Los cuentos del Tío Polito» y «Cri Cri, el grillito cantor», dedicados a los niños; «El doctor IQ», considerado el primer programa radiofónico de concurso con base en preguntas y respuestas, y muchos más. En el ámbito de las radionovelas, la XEW también tuvo un papel destacado.

La XEW salió al aire con un transmisor de 5.000 vatios de potencia y un canal libre internacional que le permitió, debido a los amplios espacios libres del espectro radioeléctrico, ser escuchada en prácticamente todo el territorio nacional, así como en países de Iberoamérica, de ahí que se identificara como «La Voz de la América Latina desde México». El éxito de la estación fue contundente, varias decenas de radiodifusoras mostraron interés en transmitir algunos de sus programas. Como respuesta, Clemente Serna Martínez y Emilio Azcárraga Vidaurreta se asocian en 1941 para formar Radio Programas de México (RPM), empresa pionera que explotó comercialmente los programas más importantes de la XEW y de la XEQ (fundada en 1938) a través, también por primera vez, de su grabación en cintas magnéticas y discos de acetato; sus clientes habituales fueron sobre todo las estaciones pequeñas sin recursos para producir programas similares no sólo de México sino también de países extranjeros.

Bajo la tutela de RPM, Azcárraga y Serna crearon, además, la primera cadena radiofónica de México, Cadena Azul, que llegó a afiliar a más de la mitad de estaciones existentes en el país. Sus servicios, como los que después ofrecerían otros radiodifusores mexicanos, consistieron no sólo en la venta de programas sino también en asesoría técnica y de administración, dotación de equipos y recambios, entre otros. También la cadena implicaba la posibilidad de que las estaciones pequeñas tuvieran un mayor número de anunciantes locales, mientras que para la RPM y las emisoras piloto, XEW y XEQ, suponía la firma con las grandes empresas de publicidad, interesadas a su vez en lograr una mayor difusión. RPM llegó a afiliar a más de la mitad de las estaciones existentes en el país.

El éxito de RPM motivó a otros radiodifusores, sobre todo de la Ciudad de México, a crear organizaciones similares y, posteriormente, cadenas para enlazar vía telefónica y luego por microondas a diversas estaciones, lo que derivó en un desarrollo importante de la radiodifusión comercial. En los cuarenta surgen, entre otras, Radio Cadena Nacional (RCN), Cadena Radio Continental, Radiodifusoras Asociadas (RASA), Radiodifusoras Unidas Mexicanas (RUMSA), Cadena Radio Mil y Radio Central Radiofónica. En los cincuenta, la Cadena Vespertina RCN, la Red México y la Cadena Radio Tricolor, entre otras, intentaron y

lograron crear cadenas a partir de la retransmisión de parte o de la totalidad de la programación de una estación piloto y ofrecer a los anunciantes paquetes de publicidad regional o nacional.

La época de oro

La experiencia de la XEW fue determinante para que otros radiodifusores tanto en la Ciudad de México como de otras ciudades del país impulsaran proyectos de radio, en algunos casos igualmente novedosos, que formaron parte de lo que ha sido denominado como la «época de oro de la radio mexicana». Fue el caso de la misma XEB que se convirtió en la principal competidora de la XEW en los años treinta y cuarenta con la participación de personalidades como Alfonso Ortiz Tirado, Pedro Infante, Ernesto Lecuona y el pianista José Iturbi, así como por sus radioteatros en los que actuaban figuras reconocidas en el país como Pura Córdova, Mario Moreno «Cantinflas», Joaquín Pardavé y Josefina Aguilar.

Otra de las estaciones importantes nació en marzo de 1942, por iniciativa de Ignacio Díaz Raygosa y José Iturbe Limantour, nietos del expresidente Porfirio Díaz Mori y de su secretario de Hacienda, José Yves Limantour: la XEOY Radio Mil, de la Ciudad de México. Esta emisora se convirtió durante sus primeros años de vida en una fuerte competidora de la XEW y la XEB al «piratear» a varios de sus artistas como Cuco Sánchez, el compositor Mario Talavera, Chucho Martínez Gil, Emilio Tuero, Mario Ruiz Armengol y otros. Con los apoyos económicos de las grandes agencias estadounidenses que financiaban programas propagandísticos durante la Segunda Guerra Mundial, Radio Mil fue incluso considerada como un nuevo gigante del medio, pero la decadencia vino rápido y sería el mismo Emilio Azcárraga el que saliera a su rescate a fines de 1945. Años después, ya con nuevos propietarios, la XEOY regresó como una de las grandes estaciones disqueras.

Fundadas también por Emilio Azcárraga fueron la XEQ, de la Ciudad de México, en 1938, y la XET, de la ciudad de Monterrey, en el mismo año de 1930. La XEQ se destacó por tener a locutores muy reconocidos como Carlos Pickering, Ramiro Gamboa, Salvador Pliego Montes (que después se dedicó a la política), Leonel de Cervantes y Enrique «Perro» Bermúdez. Entre sus programas más célebres destacaron «El monje loco», «Variedades Panseco», «El risámetro» y «Quiero trabajar». Mientras tanto, la XET se convertía en Monterrey en la competidora de la XEH, del pionero Constantino de Tárnava, empleando artistas locales y logrando la participación de las estrellas de la estación hermana XEW. Poco después esta estación fue adquirida por Jesús D. González, quien con el paso de los años creó uno de los grupos de medios de comunicación más importantes del país: Multimedios Estrellas de Oro.

En el estado de Veracruz, Fernando Pazos Sosa también funda, en 1929, una de las primeras estaciones comerciales: la XEU, con un arraigo local muy importante, apoyada también por los artistas reconocidos de la capital. Como ocurrió con otros pioneros, Pazos se convirtió en un próspero empresario de la industria de la radiodifusión.

De esta época es también la XEX, de la Ciudad de México, fundada en 1947. Bajo la dirección de uno de los locutores más destacados de la historia de la radio mexicana, Alonso Sordo Noriega, la XEX destacó por tener también un elenco de figuras ya consagradas, aunque su fuerte eran los programas informativos y de comentarios. En ella trabajaron, aún muy jóvenes, los periodistas Jacobo Zabludovsky, Agustín Barrios Gómez, Elvira Vargas, Ernesto Julio Teissier, Félix F. Palavicini y Pedro Ferriz Santacruz.

La radio gubernamental y las emisoras universitarias

Frente a la radio comercial, la radio oficial y universitaria tuvo un papel más modesto pero no menos trascendente. El primero de enero de 1931, la organización política que gobernaría el país de 1929 a 2000, llamada inicialmente Partido Nacional Revolucionario (PNR), inauguró su propia estación de radio, la XE-PNR, cuyos objetivos eran muy claros: la difusión de la doctrina del partido y de la postura oficial de los gobernantes. Su papel en la consolidación del partido de Estado fue importante, sobre todo durante el gobierno de Lázaro Cárdenas (1934-1940).

Exactamente ocho años después, la luego denominada XEFO fue integrada al Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP) —creado el 1 de enero de 1937— que se convirtió en el primer organismo especializado en el manejo de la comunicación del gobierno. Una de los objetivos del DAPP consistió en dirigir y operar las estaciones de radio dependientes del Ejecutivo, con excepción de las pertenecientes a la Secretaría de Guerra y Marina, así como supervisar y reglamentar la «propaganda y publicidad» que se difundía en las emisoras comerciales y culturales de todo el país. Para fortalecer su cobertura, el organismo instala dos radiodifusoras: la XEDP, en amplitud modulada, y la XEXA, en onda corta, con una programación confeccionada y creada por las diferentes secretarías de Estado. Al mismo tiempo, el gobierno de Lázaro Cárdenas publica el 15 de enero de 1937 un decreto presidencial por el que se crea un programa radiofónico semanal, «La hora nacional» que, desde el 25 de julio de ese año y hasta el momento todas las estaciones del país están obligadas a transmitir. En sus primeros años, la producción de este programa estuvo a cargo del DAPP y posteriormente de la Secretaría de Gobernación. Para fines de 1939, el DAPP, a juicio del gobierno, ya ha cumplido su papel y desaparece; no así las estaciones creadas por el organismo que aún funcionaron por algún tiempo hasta que el gobierno entrante de Miguel Alemán Valdés dejó de utilizarlas. A su vez, la XEFO tuvo una vida de 15 años hasta que el gobierno de Alemán vendió la emisora y su filial, la XEUZ de onda corta, al empresario de la radio Francisco Aguirre.

Durante el cardenismo también iniciaron transmisiones las dos primeras radiodifusoras universitarias: el 14 de junio de 1937 la XEUN Radio UNAM (de la Universidad Nacional Autónoma de México), cuyo primer director fue Alejandro Gómez Arias, y el 28 de junio de 1938 la emisora de la Universidad de San Luis Potosí. Durante un lustro, estas emisoras fueron las únicas radios universita-

rias hasta que en 1943, surgió Radio Universidad Veracruzana, y en 1954 Radio Universidad de Guanajuato. El crecimiento de la radio universitaria comienza a mediados de los sesenta y se desarrolla con vigor hasta la década de los setenta. Sin embargo, las gestiones que tuvieron que hacer algunas Universidades para obtener un permiso con el que operar una estación de radio fueron, en diversas ocasiones, muy difíciles. Por ejemplo, la Universidad Autónoma de Puebla hizo la primera petición de una frecuencia en 1958 y no fue hasta 37 años después, en 1997, cuando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) se la acabó otorgando. Algo similar le ocurrió a la Universidad Autónoma de Chapingo: durante diez años esperó respuesta del gobierno para que en el mismo año de 1997 le fuera otorgado un permiso.

Defensa de intereses

Mientras desarrollaban su actividad como concesionarios de estaciones de radio, algunos radiodifusores del país vieron la necesidad de impulsar la creación de un organismo para la defensa de sus intereses. El 23 de febrero de 1937 se constituye en la Ciudad de México la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER) en la que participaron fundamentalmente pequeños radiodifusores de diferentes estados mexicanos. Al término de la reunión en la que se crea la AMER y con el fin de fortalecer a la organización gremial, se acordó lanzar una convocatoria de ámbito nacional que se realizó el 11 de junio. A la convención nacional asistieron representantes de 20 estaciones: 10 del Distrito Federal, 2 de Veracruz, 2 de Tamaulipas y uno por cada uno de las siguientes ciudades: Puebla, Durango, Monterrey, León, Guadalajara y San Luis Potosí. Los asistentes a la convención decidieron transformar a la AMER en Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC), con el objetivo de «defender los intereses comunes de los radiodifusores», así como «hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades.» Como presidente fue elegido Luis de la Rosa.

A consecuencia de la promulgación en 1936 de la Ley de Cámaras de Comercio, que establecía la obligación de los industriales de estar adscritos a una cámara empresarial, la AMERC ingresa en 1939 en la Cámara de Transportes y Comunicaciones, en donde se constituye la Sección de Radiodifusión. La participación de los radiodifusores es tan activa en la organización que a seis meses de su ingreso logran que Luis de la Rosa llegue a la presidencia de esta Cámara.

En 1941 se promulga una nueva Ley de Cámaras de Comercio e Industria, en la que se autoriza la creación de cámaras especializadas. El 14 de diciembre de ese mismo año, la Secretaría de Economía Nacional aprueba la Constitución de la Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR) y es el 2 de enero de 1942 cuando se firma el acta constitutiva de la nueva organización, a cuya presidencia llegó quien era de esperarse: Emilio Azcárraga Vidaurreta.

El papel tanto de la AMERC como después por la CIR fue determinante para obtener del gobierno beneficios económicos y políticos, principalmente a través de la modificación y creación de leyes y disposiciones jurídicas. Uno de sus prin-

cipales éxitos políticos fue la promulgación de la Ley Federal de Radio y Televisión en 1960, que, como veremos más adelante, recogió sus principales planteamientos en materia de duración, refrendo y naturaleza jurídica de las concesiones, libertad de expresión y programación.

En 1970 la CIR realiza una Asamblea General para transformarse en Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT), con el fin de hacer más explícita la participación de los concesionarios de canales de televisión.

El disco gana espacios

Para los años cincuenta la radio comercial se había ya consolidado plenamente. Las más importantes radiodifusoras del país, lideradas por la XEW, eran ya medios con una indiscutible penetración social y un notable poder económico. La ascendente influencia de la radio tuvo, sin embargo, su primer momento de intranquilidad con el surgimiento de la televisión: en 1950 nace el canal 4 por iniciativa de Rómulo O'Farrill; en 1951 el canal 2, impulsado por el creador de la XEW, Emilio Azcárraga Vidaurreta, y en 1952 el canal 5, a cargo del inventor de uno de los sistemas de televisión a color, Guillermo González Camarena. Al principio, tan sólo hubo un poco de incertidumbre ante la aparición del nuevo medio, pues debido al elevado coste de los receptores de televisión la radio se mantenía como el medio preferido. Con el paso de los años, la situación fue cambiando: la televisión ganó cobertura, influencia social y política, venta de receptores y, por supuesto, anunciantes.

Coincidiendo con el surgimiento de la televisión, la historia de la radio mexicana tuvo dos de sus momentos más importantes. Uno de ellos fue la aparición de la primera estación de frecuencia modulada en mayo de 1952: la XHFM Radio Joya, en el Distrito Federal. Su propietario, Federico Obregón Cruces, ya había solicitado una concesión para transmitir en esa banda en 1946 y es el 28 de diciembre de 1946 cuando se le concede la frecuencia 94.1. Sus transmisiones de prueba comenzaron en 1949. Cinco años después, en 1957, nacen otras emisoras en FM: la XEOY-FM, del Distrito Federal, propiedad del Núcleo Radio Mil; la XET-FM, de Monterrey; y la XEQ-FM, del Distrito Federal.

El crecimiento de las emisoras de FM fue, sin embargo, lento a causa de la escasa venta de receptores. De un lado, la mayoría de ellos no incluían esa banda por su elevado coste; por otro, no todos conocían o estaban convencidos de las bondades de este nuevo tipo de radio. Aunque para 1970 ya había 52 estaciones, tuvo que hacerse un esfuerzo mayor para incrementar la penetración de la FM. En mayo de ese año se crea la Asociación de Radiodifusores de Frecuencia Modulada (ARFM), entre cuyos objetivos estaba el contar con el apoyo de los fabricantes de receptores para abaratar sus costes además de convencer a los anunciantes de las ventajas de la nueva radio. No pasaron muchos años para que sus objetivos fueran exitosos, tal como veremos más adelante. Esta ARFM es el antecedente de la actual Asociación de Radiodifusores del Valle de México antes llamada Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal.

El otro hecho importante fue el cambio en la manera de producir la radio. De la radio en vivo que se hacía en grandes radioteatros con la participación de un amplio grupo de artistas, que se produjo durante los primeros años, se dio paso, tal como hemos visto, a los primeros programas grabados que, durante los años cuarenta, eran distribuidas por las cadenas de radio a estaciones más pequeñas que, a su vez, mantenían un porcentaje de programas en vivo. Posteriormente, ya desde la primera mitad de los cincuenta, los programas grabados fueron dando paso a los discos con canciones grabadas, lo cual significó —sobre todo para las estaciones pequeñas— una posibilidad de desarrollo ante la fuerte competencia de radiodifusoras como la XEW, competencia que, de hecho, acabó llevando a varias de ellas a su desaparición. El creador de una de las estaciones pioneras en esta tendencia, la XEOY Radio Mil, de la Ciudad de México, fue Guillermo Salas Peyró, quien al adquirirla con otros inversionistas realizó un cambio radical en su programación que muchos años después justificaría de la siguiente manera:

«Reestructuré Radio Mil y, en vez de tener compromisos con orquestas, cantantes, cancioneros, cronistas, etc., que era sumamente costoso y que era una competencia muy directa para XEW y XEQ, formulé algo nuevo. Si ellos tenían grandes orquestas, artistas muy conocidos, yo también debía tener grandes orquestas y muy buenos cantantes, pero en grabaciones. Cuando yo iba a vender a las agencias de publicidad, me preguntaban si había algún espacio de música viva y la respuesta fue siempre: no, todo es grabado. Fue entonces cuando empezamos a seleccionar mucho, nos dedicamos a buscar lo mejor de la música grabada del gusto popular, y así logramos tener un auditorio, desde luego no igual al que tenía la XEW, pero sí muy cercano. Fue muy favorable porque nos dio la oportunidad de extendernos.»⁴

No sólo eso, con la llegada de las llamadas estaciones disqueras vino también la especialización de formatos, la «miniaturización» de las cabinas de producción, la desaparición de los grandes estudios y la disminución de fuentes de trabajo para artistas, locutores, directores artísticos, operadores, etc. El denominado sistema California hace su aparición y las emisoras de radio lo adoptan rápidamente: transmisión de números musicales presentados por un locutor, anuncios comerciales y regreso a más música grabada.⁵ De esos años a los ochenta las radios dis-

⁴ Entrevista a Guillermo Salas Peyró, 17 de marzo de 1993, cit. en Sosa Plata, Gabriel y Esquivel Villar, Alberto: *Las mil y una radios, una historia un análisis de la radiodifusión mexicana*, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 1998.

⁵ Algunas de las críticas más fuertes hacia la «radio disquera» fue realizada en diferentes ocasiones por la revista especializada más importante de la época: *Radiolandia*. Una muestra de su inconformidad por este tipo de contenidos se aprecia en el siguiente texto: «Cómplices para acabar con la música que es nuestra, son, precisamente, las estaciones difusoras de radio que pasan música grabada porque no tienen suficientes recursos para pagar a los artistas especializados en trabajo de radiodifusión. Es decir, las llamadas estaciones chicas. La más grande de ellas es la conocida con la sigla X.E.O Y. Radio Mil, que

quieras se generalizaron, pero esto no obstaculizó la aparición de nuevas estaciones populares que retomaron las nuevas tendencias musicales. El boom de las radios disqueras alcanzó su máximo éxito en los años setenta.

Radio indigenista, campesina y estatal

Y mientras la radio disquera vivía su mejor época, el gobierno de José López Portillo hace realidad un proyecto que se había postergado durante muchos años: la radio indigenista. Fue el Instituto Nacional Indigenista (INI) el encargado de concretarlo. En 1979 instala en Tlapa de Comonfort, Guerrero, la primera estación de su tipo: la XEZV, La Voz de la Montaña, cuyo propósito inicial era apoyar programas educativos en las regiones étnicas de México, es decir, crear una escuela radiofónica. Sin embargo, con el paso del tiempo esta idea se abandonó y se comenzó a transmitir simplemente música. En los años siguientes se fueron instalando más emisoras, cuyo fin era propiciar «el fortalecimiento de las culturas de los pueblos indígenas a partir de la revaloración de las expresiones culturales propias, tales como la música, los mitos, las costumbres y la lengua.»⁶

A la instalación de las radiodifusoras indigenistas le antecedieron algunas experiencias de radio comunitaria cuyas sedes fueron clausuradas en varias ocasiones a causa de su situación ilegal. En 1965 el Centro de Promoción Social y Cultural, A.C., un organismo autónomo del lugar, comienza a operar la XEYT, en Teocelo, Veracruz. En el mismo año de 1965, se crea la XEJN Radio Huayacocotla. Esta emisora funcionó durante sus primeros años de vida como escuela radiofónica y posteriormente como estación de onda corta; su público objetivo eran los grupos de campesinos adultos de la comunidad o de las poblaciones cercanas a los que se intentaba alfabetizar en aulas previamente establecidas.

Por su parte, la radio del Estado fue reorganizada en estos años. Como hemos visto, las emisoras estatales se encontraban dispersas en distintas dependencias del gobierno y era necesario una política más clara en materia de medios de comunicación estatales. Un antecedente para unificárla en un organismo que proyectara su rumbo se presentó después de que Grupo Radio Fórmula, de la Ciudad de México, decidiera vender sus estaciones en 1979 —tras un largo proceso que iniciara en 1976— con el fin de superar sus dificultades financieras y fiscales. El

hace exactamente igual que las otras. También esta estación tiene la mayor parte de su tiempo dedicado a difundir música grabada de origen extranjero... Debiera intervenir en estas cosas y con rigurosa energía la Secretaría de Educación Pública para defender las cosas que pertenecen a la nacionalidad y evitar así el horrible cáncer que está corroyendo al nacional cuerpo. Debiera intervenir la Secretaría citada, pero no interviene porque es en realidad una oficina de asuntos puramente burocráticos que nada tienen que ver con la defensa de lo nuestro,» en *Radiolandia* num. 593, Editorial, 26.IV.1957, p. 3

⁶ Las palabras son de Huberto Aldaz Hernández, director del INI, en entrevista realizada por Carmen García Bermejo, en «Sin derechos», *El Financiero*, Sección Cultural, 4.VI.02, p. 54

gobierno federal se quedó con tres de las estaciones: la XEMP, la XERPM y la legendaria XEB. Las estaciones son adscritas a la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), de la Secretaría de Gobernación.⁷ Durante el gobierno de Miguel de la Madrid Hurtado, la radio estatal experimenta un cambio importante con la creación del Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal, el cual dio lugar a la constitución, el 25 marzo de 1983, de tres entidades descentralizadas: el Instituto Mexicano de Televisión (Imevisión), el Instituto Mexicano de Cinematografía (Imcine) y el Instituto Mexicano de la Radio (IMER). El patrimonio del IMER fue conformado por las áreas operativas de RTC y por las empresas que formaban parte del Grupo Radio Fórmula: Vocero Mexicano, S.A., concesionaria de la XERPM; Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A., concesionaria de la XEB; Radio Visión Mexicana, S.A., concesionaria de XEPM; y Organización Radiosónica Orfeón, S.A., operadora de las radiodifusoras XEQK (más conocida como La Hora Exacta) y la XEQK de onda corta. También pasó a su responsabilidad la Productora Nacional de Radio (Pronar) y la estación XHOF-FM, que entonces pertenecía al Departamento del Distrito Federal. Posteriormente se le incorporaron más frecuencias, tanto concesionadas (con posibilidad de incluir anuncios) como permisionarias (culturales, sin fines de lucro).

El boom de los noticiarios y la radio hablada

La transformación de la radio en vivo a las radios disqueras, iniciada en los años cincuenta, coincidió con la cada vez más amplia generalización de los noticiarios, sobre todo aquellos de corta duración. Muchas noticias en pocos minutos era la premisa fundamental en la producción de estos programas.⁸

Aunque la difusión de noticias en radio se originó prácticamente desde los inicios de la radio mexicana (hay que recordar que en sus inicios varias estaciones de

⁷ RTC fue creada mediante decreto oficial el 7 de julio de 1977, con el fin de aplicar la normatividad, fundamentalmente de contenidos, en los tres medios de comunicación, así como para administrar los tiempos oficiales y fiscales que le corresponden legalmente al Estado. Para operar las emisoras, se constituye el Grupo RTC-Radio, cuya vida fue de cuatro años.

⁸ Tres fueron las razones que llevaron a los radiodifusores a incluir noticias en radio: 1) Por una parte, el verdadero interés de los concesionarios en cumplir con la legislación vigente (primero establecida en el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados de 1942 y luego en la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960) sobre la obligación de proporcionar información diaria acerca de los principales acontecimientos nacionales e internacionales. 2) Otra de las causas era el dar a conocer ampliamente a la sociedad las acciones positivas del gobierno, como una manera de corresponder el apoyo que éste había prestado a la radiodifusión comercial. 3) Y una tercera era acrecentar los ingresos en concepto de publicidad, ya que tradicionalmente la inclusión de mensajes comerciales en estos programas había tenido tarifas más elevadas, al menos comparadas con las del resto de la programación.

radio fueron patrocinadas por periódicos) e incluso surgieron estaciones dedicadas casi exclusivamente a la transmisión de noticias (como la XEX, de la Ciudad de México, en 1947, y la XEOY Radio Mil que durante parte del año de 1949 funcionó sólo con ese fin), es en los años setenta cuando los noticiarios radiofónicos se extendieron en la radio; se estableció una dinámica de trabajo propia mediante la creación de departamentos de noticias, la asignación de reporteros a fuentes de información, la adquisición de vehículos para el desplazamiento de los reporteros y la contratación de corresponsales nacionales y extranjeros, entre otras innovaciones. Los más importantes grupos radiofónicos adoptan el modelo y ya para mediados de la década de los ochenta, un 88% de las estaciones del Distrito Federal transmitía noticiarios de corta duración.⁹

El primero de abril de 1974 surgió otro programa informativo, hoy consolidado como el más importante de su tipo en la Ciudad de México y con una importante cobertura nacional: «Monitor», creado por Radio Programas de México. Este noticiario fue conducido en un principio por un ex-colaborador del Núcleo Radio Mil, Mario Iván Martínez, y después por José Gutiérrez Vivó, quien marcó una nueva etapa en la conducción y duración de los programas informativos de la radio. Los noticiarios de larga duración estaban por venir, al igual que el *boom* de la radio hablada.

El 19 de septiembre de 1985 la Ciudad de México amaneció con un fuerte sismo que derrumbó decenas de edificios y casas y la muerte de miles de personas. El evento puso a prueba los sistemas de emergencia y auxilio a la población, pero también el compromiso social de los medios de comunicación. Particularmente la radio demostró su capacidad de convocatoria y de incidencia social. Después del terremoto, la radio dejó de transmitir comerciales, abrió sus espacios para informar ampliamente sobre lo sucedido, funcionó como medio de comunicación entre los capitalinos ante los cortes del servicio telefónico y fue actor efectivo en las labores de acopio de víveres, ropa y medicinas para los damnificados. Existe una amplia coincidencia en sostener que a partir de ese momento la radio «redescubrió» su potencial y los noticiarios de larga duración comenzaron a despuntar. Para su producción se destinaron recursos cuantiosos: enlaces satelitales (una vez que México entró en la era satelital con el lanzamiento de los Morelos I y II en 1985), telefonía celular, controles remotos, helicópteros, etc. También fueron contratadas «figuras» del medio televisivo para lograr una más rápida identificación del auditorio y comenzó a utilizarse la banda de FM, antes destinada sólo a la transmisión de música, para difundir en ella estos programas. Junto con estos factores, se procuraron ampliar los márgenes de libertad de expresión al permitir que conductores y comentaristas expresaran críticas más contundentes a los servidores públicos, lo que generó mayor aceptación entre los radioescuchas.

El éxito de los noticiarios de larga duración también tuvo una justificación económica y de competencia. En los años ochenta, la televisión ya había acaparado más de la mitad de los presupuestos publicitarios y una audiencia elevada en el país. Asimismo hicieron su aparición o tuvieron su periodo de expansión diversas

⁹ Alva de la Selva, Alma Rosa: *Radio e ideología*. El Caballito, México, 1986, pp. 101-7.

alternativas de información y entretenimiento que comenzaron a generar amplias simpatías en la población, sobre todo entre los sectores medios: los videos caseros y sus equipos de reproducción, la televisión por cable, las parabólicas, los videojuegos, la televisión restringida o de pago por microondas, etc. La misma radio fue objeto de cambios en lo que se refiere a los hábitos de consumo al generarse una mayor aceptación hacia las estaciones que funcionan en la banda de FM. De acuerdo con una agencia especializada en medición de audiencias, INRA, en 1980 el 77% de los oyentes de la Ciudad de México prefería la radio en AM mientras que el 23% restante optaba por las emisoras de FM. Pues bien, cinco años después, en 1985, la situación se había modificado radicalmente: la radio en AM captaba el 35% de audiencia y la radio en FM aumentaba a un 65%. Esta tendencia continuaría en los años siguientes, como apreciamos en el siguiente cuadro:

Tabla 13.1. Audiencia de la radio en el área metropolitana del D.F. (Porcentaje anual).

BANDA	1980	1985	1990	1995	2000
FM	23	35.1	55.5	68.5	74
AM	77	64.9	44.5	31.5	26

Fuente: Mediômetro de INRA.

En este marco los principales grupos radiofónicos destinaron grandes recursos a los noticiarios de larga duración, pero también a los programas hablados, principalmente en las emisoras que operaban en la banda de AM, con el fin de atraer al auditorio que prefería algo más que música en la radio. Programas especializados en espectáculos, belleza, deportes, asesoría psicológica, brujería y temas esotéricos, finanzas o romances y conducidos por «estrellas» de la televisión, hicieron su aparición y se enfascaron en una dura competencia que proporcionó a la radio un nuevo respiro, aunque es verdad que insuficiente para recuperar las audiencias y presupuestos publicitarios de la época dorada de la radio mexicana. Los cambios en los formatos de las estaciones también se volvieron una constante, tanto los de las ubicadas en la banda de AM como en la de FM, con el fin de aprovechar la llegada de los nuevos ritmos musicales (como la llamada música «grupera»), la coyuntura de la firma de un Tratado de Libre Comercio con Estados Unidos y Canadá (X'Press Radio, en la Ciudad de México, con transmisiones en inglés), la participación más activa de la mujer en la vida social y política (Radio Mujer de Guadalajara) y, sobre todo, la numerosa población juvenil, ávida de música y de programas con un lenguaje más ligero y menos acartonado al existente en décadas anteriores (dos ejemplos importantes: Rock 101, en 1984, y Radioactivo 98.5, en 1992, ambos de la Ciudad de México).

En el ámbito empresarial, la disminución de los ingresos publicitarios y la mayor oferta de opciones de información y entretenimiento, tuvo como efecto un intenso movimiento entre los grupos radiofónicos para comprar o vender estaciones, desarrollar alianzas comerciales destinadas a ofrecer a los anunciantes paquetes más diversificados para la colocación de *spots*, realizar fusiones de capital con otros grupos radiofónicos o buscar y desarrollar nuevos nichos de negocios en el campo de la comunicación, sobre todo de la televisión. Estas acciones, rea-

lizadas sobre todo en los últimos diez años, han configurado un nuevo rostro a la radio comercial en México.

Radio y libertad

Como se ha comentado, la legislación mexicana en materia de radio tuvo entre sus propósitos fundamentales incentivar el desarrollo comercial del medio y, a la vez, propiciar la participación del Estado como operador y, por supuesto, como regulador de emisoras. Es decir, configurar un sistema mixto de radiodifusión con estaciones tanto del Estado o financiadas por presupuestos estatales, como de explotación comercial. Una de las razones por las que el gobierno prefirió un sistema preponderantemente comercial se debió a que de esa manera y sin hacer inversiones podía contar con más canales para difundir el discurso gubernamental y buscar así el apoyo de la sociedad para sus diferentes programas y planes de trabajo. Sin embargo, este cuerpo jurídico también estimuló la concentración de emisoras en pocos grupos y la discrecionalidad en el otorgamiento de concesiones y permisos, lo que hizo de la radio un medio operado en realidad por pocas manos. A cambio de estos beneficios, los radiodifusores estuvieron dispuestos durante varias décadas a subordinar, tanto por la vía legal como mediante una política de acuerdos entendidos, los contenidos de sus transmisiones, dependencia en la que la autocensura desempeñó el papel principal.

Un vistazo a las primeras leyes y reglamentos en la materia nos permite apreciar la situación descrita. Por ejemplo, la Ley de Comunicaciones Eléctricas de 1926 establecía, por una parte, que las concesiones de frecuencias de radio podrían ser de explotación comercial y serían asignadas sólo a mexicanos; por otra, se expresaba la clara prohibición de «transmitir noticias que atenten contra la seguridad del Estado, la concordia, la paz, el orden público, las buenas costumbres, las leyes del país, la decencia del lenguaje o que ataque en cualquier forma al gobierno constituido o la vida privada» (el subrayado es nuestro).¹⁰ En 1931 la radiocomunicación es incluida en el Libro Quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación y se establece el régimen de concesiones por el de permisos con un plazo que llegaba hasta los cincuenta años. Dos años después el gobierno es más específico en la regulación del medio y expide el Reglamento del Capítulo VI del Libro V de la ley mencionada, en el cual se precisa que las estaciones radiofónicas pueden dedicar el 10% de su tiempo para anuncios comerciales.¹¹ Ese mismo día la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras impone un gravamen del 5% de los ingresos brutos de las emisoras; en 1935 este impuesto es reducido a tan sólo un 2%, de acuerdo con la actualización que se establece de esta ley, lo cual es una clara muestra del estímulo gubernamental hacia la actividad.

En 1937, junto con la creación del DAPP (Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad), el gobierno expide la primera reglamentación específica para la

¹⁰ Diario Oficial de la Federación, 24 de abril de 1926.

¹¹ Diario Oficial de la Federación, 10 de julio de 1933.

radio: el Reglamento para Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Científicas, Culturales y de Aficionados.¹² Como en disposiciones jurídicas anteriores, se definen algunos criterios de programación, entre los que destaca una vez más la prohibición expresa de «tratar asuntos políticos»; pero también hay un elemento nuevo que sería retomado por la legislación actual: proporcionar tiempos al Estado. Según esta ley, los concesionarios de radio tienen la obligación de otorgar 10 minutos diarios a la entonces llamada Secretaría de Salubridad y Asistencia para que difundiera boletines de «propaganda higiénica», así como otros 30 minutos diarios al gobierno federal en su conjunto para la transmisión de noticias de «trascendencia nacional». Al mismo tiempo, la Ley de Vías Generales de Comunicación es actualizada y en ella se dispone un beneficio más para los concesionarios de radio, en virtud del desarrollo de la Segunda Guerra Mundial: las radiodifusoras gozarán de las franquicias para la importación —libre pago de impuestos— de equipos, recambios y accesorios.

En 1942 se promulga el Nuevo Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados en el que, además de omitir respecto al reglamento que le antecedió el adjetivo de «culturales», se ratifica la prohibición de tratar asuntos políticos o religiosos. En contrapartida hay más beneficios para los concesionarios: la libre importación de programas extranjeros así como la transmisión en idiomas extranjeros, previa autorización. Con estas facilidades, los concesionarios pudieron recibir los beneficios económicos que trajo la difusión de propaganda de los países aliados una vez que Estados Unidos entró en la Segunda Guerra Mundial. Beneficios que afectan incluso a la publicidad: anuncios con duración de dos minutos y por cada dos anuncios debía programarse un número musical o de cualquier índole que no fuera, evidentemente, publicidad comercial.

En la década de los cincuenta se produce una crisis en la relación cordial que había caracterizado en general a los empresarios de la radio —y ya entonces de la televisión— afiliados a la CIR. Radiodifusores, principalmente del estado de Veracruz, se opusieron a la instalación de repetidoras de las grandes radiodifusoras de la Ciudad de México, como la XEW y la XEQ, a causa de lo que consideraban competencia desleal. Su descontento era comprensible: las repetidoras no hacían gastos de artistas, de locutores o de personal administrativo; sólo requerían de personal que se encargara de la operación de la estación y esto no era correlativo a las inversiones que tenían que hacer las emisoras locales para sacar adelante una programación atractiva. La dirección de la CIR, cuyas cabezas eran los grandes radiodifusores, manejaron hábilmente el problema y lograron que el descontento de las emisoras pequeñas unificara la lucha por una legislación que resolviera tanto éste como otros asuntos de importancia para la radiodifusión.¹³

¹² *Diario Oficial de la Federación*, 1 de enero de 1937.

¹³ En su libro *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano*, Fernando Mejía Barquera precisa (p. 177) que si bien una nueva ley de radiodifusión era una demanda general de los radiodifusores, los móviles que los movían a solicitar su elaboración a las autoridades no eran los mismos:

Concertados los apoyos internos para luchar por una nueva ley, los empresarios de la radio y la televisión continuaron trabajando en el ámbito internacional con la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), que agrupaba a los industriales del medio del Continente. Surge así un documento histórico: las 12 Bases para uniformar la legislación interamericana de radiodifusión, aprobado en Buenos Aires en 1948. Demandas como libertad de expresión plena, otorgamiento de concesiones por tiempo ilimitado, trato fiscal privilegiado, ausencia de competencia publicitaria por parte de las emisoras del Estado y el considerar a la radiodifusión como una actividad de interés público y no de servicio público, formaron parte de los principios por los que luchó la AIR en estos años. Debido a la habilidad política de sus dirigentes, pudo ver algunos de ellos plasmados en leyes de radiodifusión promulgadas en países como Argentina, Brasil, Cuba, Guatemala y posteriormente México.

La Ley Federal de Radio y Televisión, vigente en la actualidad, fue publicada en el *Diario Oficial de la Federación* el 19 de enero de 1960. Su promulgación fue precedida por diversos hechos que favorecieron ese hecho: la VI Asamblea y II Convención de la AIR, organizadas en la Ciudad de México en octubre de 1959, como una sutil forma de presión internacional ante la redacción de la nueva ley, así como la designación en 1958 de un personaje ligado a los intereses de la industria de la radiodifusión: Walter Cross Buchanan. Este hombre trabajó en XEB, dirigió la instalación de las estaciones XEFW de Tampico, XET de Monterrey, XEUN Radio UNAM y la XEX (estas dos últimas de la Ciudad de México) y fue propietario de la XENK Radio 6.20, de la misma capital mexicana.

La ley recogía, tal como se ha comentado, prácticamente todos los principios de la radiodifusión comercial. La actividad de la radiodifusión fue considerada como un servicio de interés público y no como de servicio público, con lo cual ya no era necesario autorizar previamente tarifas, ni los radiodifusores estaban obligados a prestar sus servicios a toda persona, empresa u organización que quisiera hacer uso de ellos. Al garantizarse la libertad de expresión, quedó también anulada la prohibición de tratar asuntos políticos, como lo precisaban las regulaciones anteriores, lo que favoreció la transmisión de aquellos contenidos para la defensa de sus intereses, y sólo acotados por las «reglas no escritas» que el sistema político mexicano había definido para prácticamente todos los medios de comunicación: ninguna crítica ni ataque al Presidente de la República ni al Ejército mexicano. Aunque el otorgamiento de concesiones no se estableció por tiempo indefinido, como señalaban las bases de la AIR, se determinó un plazo máximo muy favorable para su operación: 30 años, con posibilidad de prórrogas, entre otros beneficios.

«Mientras los radiodifusores que eran afectados por la instalación de repetidoras veían en la nueva ley la posibilidad de contar con una legislación que regulara la instalación de ese tipo de estaciones e impidiera que su proliferación dañara sus intereses, los magnates de la radiodifusión tenían otra concepción de lo que debía contener esa ley (...). A los grandes radiodifusores les interesaba eliminar de la legislación relativa a la materia un conjunto de disposiciones que limitaban el desarrollo monopólico de la radio y de la televisión e impedían su utilización política por parte de los concesionarios.»

Años más tarde, al llegar Gustavo Díaz Ordaz a la presidencia del país, la relación entre el poder político y los medios de comunicación tuvo, a diferencia de lo ocurrido en años anteriores, momentos de tensión, después de la represión de los estudiantes en la Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco, Ciudad de México, el 2 de octubre de 1968. Sin una causa justificada, el 31 de diciembre de ese año, el gobierno publicó la Ley de Ingresos de la Federación, en la que se incluyó un impuesto de un 25% sobre servicios de interés público en los que interviniieran bienes del dominio directo de la nación. El objeto del impuesto lo constituyan «los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales». Los sujetos del impuesto serían, en consecuencia, las personas que efectuaran esos pagos (agencias de publicidad o anunciantes directos) y no las empresas de radio y televisión. Sin embargo, la ley declaraba «responsables solidarios» a los concesionarios y se les asignaba la obligación de retener un porcentaje de los pagos que se hicieran por publicidad y entregarlo a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. La ley, evidentemente, no gustó a los empresarios radiofónicos, por lo que decidieron negociar una opción más favorable a sus intereses. El resultado fue la publicación de un decreto en el que el impuesto del 25% se consideraría cubierto si los concesionarios de radio y televisión ponían a disposición del Estado el 1.25% del tiempo diario de transmisión. Es así como nació el denominado y vigente «tiempo fiscal», cuya característica principal es que no es acumulable ni diferible.¹⁴ Después de presiones políticas muy intensas, ya instalado un gobierno de oposición, los radiodifusores encabezados por un dirigente de Televisa en la presidencia de la CIRT, Bernardo Gómez, lograron echar abajo este decreto 33 años después y en su lugar ahora otorgan al Estado 18 minutos en televisión y 35 en radio. La polémica desatada por la publicación del nuevo decreto del 10 de octubre de 2002, así como por otras modificaciones al Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión fue intensa.

En 1973, durante la presidencia de Luis Echeverría Álvarez (1970-1976), se publica después de 13 años de la promulgación de la ley respectiva, el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión.¹⁵ La elaboración del ordenamiento jurídico tiene lugar también en un contexto de tensión entre el poder político y los empresarios de la radiodifusión debido a las fuertes críticas que realizaba el gobierno federal y el mismo presidente de México a las programaciones de las radios y las televisiones. En consecuencia, el reglamento definiría más ampliamente los límites de los contenidos de los programas y de la publicidad, como veremos más adelante, pero sin afectar el desarrollo o expansión de la radio comercial. Con este reglamento quedan sentadas las bases de lo que actualmente es el cuestionado marco jurídico de la radio en México.

¹⁴ Diario Oficial de la Federación, 1 de julio de 1969.

¹⁵ Diario Oficial de la Federación, 4 de abril de 1973.

La autocensura como norma

Hasta antes de la Ley Federal de Radio y Televisión la censura gubernamental hacia la radio, como se ha descrito, era una medida avalada por la leyes y reglamentos en la materia; los interventores de la SCOP cumplían cabalmente esa función al informar a las autoridades acerca de todos aquellos comentarios que se expresaban en el medio y pudiesen molestar a los altos funcionarios del gobierno. Numerosos expedientes de los informes de estos «servidores públicos» son actualmente resguardados en el Archivo General de la Nación.

Con la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 se garantiza la libertad de expresión, pero las posibilidades para ejercer este derecho —establecido incluso en el artículo 6º de la Constitución— no se dan de inmediato, sino que son paulatinas y se refuerzan con el debilitamiento del partido del Estado y los triunfos de la oposición en los procesos electorales. Aunque la autocensura prevaleció, los casos de injerencia directa o indirecta del gobierno para tratar de modificar la línea editorial de los noticiarios de radio también fueron abundantes. Algunos ejemplos: en 1952, Ernesto Julio Teissier y Elvira Vargas criticaron en la XEX al procurador general de la República, Carlos Franco Sodi, y al regente de la ciudad, Ernesto P. Uruchurtu; esto provocó que los periodistas fueran citados por el jefe del Departamento de Contratos y Programas de Radio de la SCOP para advertirles que no debían continuar sus ataques. En años más recientes, el periodista Miguel Ángel Granados Chapa fue destituido de su cargo en el Núcleo Radio Mil por entrevistar al candidato de la oposición de izquierda Cuauhtémoc Cárdenas, en septiembre de 1993. Otro periodista, José Cárdenas, tuvo que abandonar el Grupo ACIR por dar a conocer la aparición en Guerrero del Ejército Popular Revolucionario, en julio de 1993. El historiador Lorenzo Meyer ya no fue invitado a formar parte del equipo de comentaristas en el noticiero «Para empezar» de la emisora Stereorey, por cuestionar la participación del presidente Ernesto Zedillo en la ceremonia de toma de posesión de los candidatos del PRI en las elecciones de ese año. Son sólo algunos entre muchos casos más, no sólo de la Ciudad de México sino de otros estados del país, donde algunos poderes locales siguen ejerciendo presiones sobre radiodifusores para que reconvengan o en su caso despidan al reportero o conductor del programa informativo que ha molestado con su información o comentario al funcionario o empresario.

Menos delicada ha sido la revocación o expropiación de concesiones en México. Aunque la ley establece diversas disposiciones favorables al gobierno para justificar un acto así, sólo una estación, la XER, después denominada XERA, de Ciudad Acuña, fue la única que padeció ese problema.¹⁶

¹⁶ Las razones fueron más que justificadas. La estación había sido concesionada a presoneros de origen mexicano, pero su verdadero propietario era el estadounidense John R. Brinkley. Independientemente de esta situación, Brinkley, considerado como uno de los cuatro locutores más destacados en Estados Unidos, hizo de la estación un negocio próspero, gracias a la transmisión de diversos programas en los que hacía posible la venta de productos medicinales de calidad dudosa; aún más: entre hombres con problemas de

Con el mismo rigor con el que se actuó para expropiar la XERA, el gobierno federal ha decomisado, durante años, transmisores y equipos de las emisoras ilegales que se han instalado en diferentes regiones del país. Según el gobierno, se trata de acciones necesarias para hacer respetar la ley, mientras que para los afectados se ha tratado de actos de censura e incluso de represión hacia una actividad con la que se ejerce un derecho humano de la libertad de expresión así como una función social en beneficio del grupo o la comunidad que se atiende ante la imposibilidad de que lo hagan las emisoras de radio legalmente establecidas. A diferencia de lo ocurrido en otros países, las radios ilegales no han tenido un crecimiento importante en México, pero las experiencias que se han desarrollado, sobre todo en la década de los noventa, han sido significativas.

En 1994 surge Radio Televerdad, «estación radiofónica pirata», impulsada por la Asamblea de Barrios y militantes del Partido de la Revolución Democrática (PRD) que emplazada en una caseta provisional en Ciudad de México, transmitió en el 89.1 de FM durante 17 horas cada día. A esta experiencia siguió la creación de Radio Pirata que transmitió durante tres horas los sábados desde el zócalo de Coyoacán, en la misma Ciudad de México, a través del 90.1 FM. En la inauguración de esta emisora participaron militantes del PRD. Tiempo después, con el mismo esquema, surgió Radio Vampiro que transmitió por el 89.1 de FM instalándose allí donde la gente la requiriera, siempre y cuando no saliera de los límites de la colonia Roma. La vida de estas emisoras fue corta. Radio Televerdad fue cerrada y su equipo incautado por la Policía Judicial Federal y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, un mes después de creada; Radio Pirata y Radio Vampiro desaparecieron tiempo después.

Pese a su vida esporádica, el surgimiento de estas experiencias contribuyó a enriquecer la concepción de la radio comunitaria, con el calificativo de radio ciudadana, ampliando esta categoría a las emisoras que en los últimos años han surgido vinculadas a organizaciones civiles y de estudiantes universitarios. Ejemplo de estas experiencias radiofónicas son Radio Zapote que surgió en la Escuela Nacional de Antropología e Historia (ENAH) con motivo de la visita que hizo el Ejército Zapatista de Liberación Nacional (EZLN) a la Ciudad de México en el año 2000.

impotencia conseguía clientes para trasplantar testículos de chivo. Por sus actos fraudulentos, a Brinkley no sólo le retiraron en 1941 sus licencias como médico y para gestionar una estación de radio en Estados Unidos, sino que fue desde entonces catalogado como uno de los más grandes charlatanes de la historia mediática. El problema con Brinkley trajo, paradójicamente, dos beneficios para México: la utilización de su transmisor y equipo —una vez expropiado— para instalar la XER en la Ciudad de México y para establecer un convenio de reparto de frecuencias más justo y equitativo con Estados Unidos, dado que la XERA se había convertido en un dolor de cabeza para las radiodifusoras y el gobierno del país vecino a causa de su potencia de emisión y de las constantes interferencias de sus señales.

Una pormenorizada y amena investigación sobre la XER/XERA fue publicada por José Luis Ortiz Garza en su libro *Una radio entre dos reinos*, Ed. Vergara, México, 1997.

Otras emisoras que comparten la categoría de radios comunitarias y ciudadanas son Radio Bemba de Hermosillo (Sonora); Neza Radio y Radio Chapingo, en el Estado de México; Frecuencia Libre 99.1, de Chiapas; Radio La Voladora (Estado de México y Distrito Federal); Radio Calenda de Oaxaca; y Radio Oriente H-99 en el D.F., etc.

Marco legal vigente

En la actualidad, el marco legal aplicable a la radio es muy amplio y, además de la ley y el reglamento mencionados, lo conforman disposiciones constitucionales, tratados internacionales, reglamentos, decretos presidenciales, así como otras normas oficiales mexicanas. Por razones de espacio, sólo mencionaremos algunos de los aspectos más importantes de los diferentes ordenamientos jurídicos.

En la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917, además de garantizarse la libertad de expresión, se establecían las bases del régimen de concesiones y permisos en la radio, a partir del derecho de soberanía que tiene la nación sobre el espacio situado sobre el territorio nacional, en el cual se incluye el espacio aéreo por el que se difunden las transmisiones de los medios electrónicos de comunicación. Otro de los artículos relevantes es el relativo a la atribución que tiene el Ejecutivo Federal, el Congreso de la Unión y los tribunales de orden federal para la expedición de leyes, reglamentos y demás disposiciones legales en materia de vías generales de comunicación (entre las que se incluye a la radio), así como su aplicación. Esto significa que las autoridades de los estados y de los municipios no tienen atribuciones en esta materia.

En la Ley Federal de Radio y Televisión (LFRT) está definido el régimen de concesiones y permisos con el que opera la radio. Las estaciones comerciales requieren de concesión y se otorgan por un máximo de 30 años (pueden ser, bajo tal circunstancia, por 5, 12 o 18 años, según lo determine la autoridad), mientras que las oficiales, culturales, de experimentación o de cualquier índole, precisan de permiso, sin posibilidad de comercialización, y con una duración indefinida.

Los ciudadanos mexicanos o las sociedades cuyos socios sean mexicanos son los únicos que pueden recibir concesiones y permisos. Sin embargo, de acuerdo con otra ley, la de Inversión Extranjera, es posible que los extranjeros tengan participación en las empresas mexicanas de radio a través de las «inversiones neutras» con un porcentaje no superior al 49%.

Otro hecho interesante es que, si bien la LFRT no establece ningún candidato para ciudadanos o empresas mexicanas, la Ley de Asociaciones Religiosas y Culto Público señala que estas organizaciones y los ministros de culto no podrán poseer o administrar por sí mismas o por terceras personas concesiones de radio, televisión o cualquier otro medio de comunicación masiva, salvo si se trata de publicaciones de carácter religioso.

Para obtener una concesión en México, es necesario esperar a que la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) publique la convocatoria respectiva en el *Diario Oficial de la Federación*. Una vez publicado el documento, la autoridad

recibe las solicitudes de los interesados, las estudia y resuelve a su libre juicio cuál de ellas es la seleccionada. En la selección emite su opinión la Secretaría de Gobernación, de acuerdo con la Ley Orgánica de la Administración Pública. En el caso de los permisos, el trámite es distinto: la persona u organización interesada debe presentar su propuesta ante la SCT y ésta determina si es posible o no otorgarlo, una vez cumplidos algunos requisitos establecidos por la dependencia y determinada la «susceptibilidad» para poner en operación una estación en el lugar.

Las causas por las cuales una estación pueda ser anulada, considerada caduca o revocada varían. Son nulas cuando se obtengan o se expidan sin cumplir con los trámites. Caducan al no iniciarse las transmisiones en los tiempos fijados por la autoridad. Y pueden ser revocadas por diversas circunstancias, como el cambio de transmisor sin previa autorización, la suspensión sin causa justificada de las transmisiones por más de 60 días o «por cualquier falta de cumplimiento a la concesión», lo cual otorga al gobierno amplias facultades para ejercer un acto de revocación, debido a la ambigüedad en la redacción de este artículo de la ley.¹⁷

Como se ha comentado, la ley otorga tiempos radiofónicos al Estado, actualmente administrados por la Secretaría de Gobernación para su asignación a dependencias del gobierno, organismos paraestatales, instituciones no gubernamentales, tales como la Comisión Nacional de Derechos Humanos y los partidos políticos. La LFRT y su Reglamento establecen 30 minutos diarios para ese tipo de transmisiones. A su vez, el nuevo acuerdo de la Secretaría de Hacienda y Crédito Público del año 2002 (que sustituye al de 1969, ya descrito en páginas anteriores) crea los denominados «tiempos fiscales» que consisten en otorgar al Estado el 1.25% del tiempo diario de sus transmisiones para los fines, no comerciales, que considere convenientes.¹⁸

Adicionalmente, con base en el decreto promulgado durante la administración del presidente Lázaro Cárdenas en 1937, el gobierno federal cuenta con un programa radiofónico semanal llamado «La hora nacional». Se transmite en todas las estaciones del país los domingos de las 22.00 a las 23.00 h. y es considerado como

¹⁷ La LFRT también establece las atribuciones de las Secretarías de Estado en relación con la radio. A la Secretaría de Comunicaciones y Transportes le corresponde el otorgamiento de concesiones y permisos, vigilar el funcionamiento técnico de las emisoras e intervenir en el arrendamiento, venta y otros actos que afecten el régimen de propiedad de las estaciones. La Secretaría de Gobernación se encarga de vigilar que los contenidos de la radio se apeguen a los principios establecidos por la ley. La Secretaría de Educación Pública tiene la atribución de promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión, proteger los derechos de autor, promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico, así como extender los certificados de aptitud a los locutores o comentaristas que participen en programas radiofónicos. Finalmente, la Secretaría de Salud deberá autorizar la propaganda comercial relativa a la promoción de la salud y la medicina así como sus actividades conexas, comestibles, bebidas alcohólicas y no alcohólicas, tabaco, insecticidas, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento.

¹⁸ «Decreto por el que se autoriza a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a recibir de los concesionarios de estaciones de radio y televisión el pago que se indica», *Diario Oficial de la Federación*, 10 de octubre de 2002, pp. 12-13.

el más antiguo actualmente en antena. En la actualidad el programa está dividido en dos: media hora producida por el gobierno federal y media por los gobiernos estatales para su difusión, exclusivamente, en las entidades en que se produce.

En programación, la ley y el reglamento de Radio y Televisión, al igual que otras reglamentaciones, como la Ley General de Educación, establecen disposiciones muy amplias. Si bien la legislación garantiza la libertad de expresión, hay ciertas limitaciones, explícitamente las que causen corrupción del lenguaje, atenten contra las buenas costumbres, hagan apología de la violencia o el crimen, sean denigrantes u ofensivas contra el culto de los héroes o las creencias religiosas o discriminatorio de razas. También está prohibido el empleo de recursos de baja comicidad o sonidos ofensivos y el que las estaciones difundan información contraria a la seguridad del Estado o el orden público e intercepten o difundan información no destinada al dominio público.

En la legislación también hay obligaciones que deben cumplir las emisoras, como la transmisión de boletines de autoridades relativos a la seguridad nacional o defensa del territorio nacional, la conservación del orden público o medidas destinadas a prevenir o remediar cualquier calamidad pública. De igual manera, las emisoras se deben encadenar a solicitud de la autoridad en caso de información de trascendencia social, identificar a la estación en lapsos no mayores de 30 minutos e incluir en su programación diaria noticias nacionales e internacionales. La Ley sobre el Escudo, la Bandera y el Himno Nacionales dispone por su parte que todos los días, al inicio y cierre de transmisiones, las estaciones de radio deberán transmitir el Himno Nacional.

Sobre la publicidad, el reglamento de radio y televisión determina que el tiempo destinado a los anuncios comerciales en la radio no puede exceder del 40% de un día de transmisiones. Estos anuncios deben sujetarse a diversos requisitos: no deben publicitarse centros de vicio; no se transmitirá propaganda que engañe al público o que cause algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de usos; en la programación infantil no debe hacerse publicidad que incite a la violencia ni de productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición, entre otros aspectos. Por su parte, el Reglamento de la Ley General de Salud en Materia de Control Sanitario de la Publicidad define con mayor precisión los requisitos a los que debe someterse la publicidad de diferentes productos y servicios.¹⁹

Las características y tiempos que le corresponden a los partidos políticos para la difusión de mensajes con fines proselitistas, principalmente durante los procesos electorales, también está definida en la legislación mexicana, principalmente en el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (Cofipe). Allí se establecen los criterios para los espacios radiofónicos a los que tienen derecho los partidos políticos registrados, tanto gratuitos, con cargo a los tiempos del Estado, como los que se abonan a las emisoras radiofónicas a través del Instituto Federal Electoral (IFE).

El crecimiento de la oposición política en México en la última década, su dificultad para acceder a la radio y la televisión durante la hegemonía del partido único, la

¹⁹ *Diario Oficial de la Federación*, 26 de septiembre de 1986 y 10 de junio de 1993.

participación más activa de las cada vez más numerosas asociaciones y organismos no gubernamentales que reclaman no sólo espacios en los medios de comunicación sino también frecuencias para operar directamente emisoras de radio y televisión, entre otros factores, han generado un intenso debate sobre la necesidad de actualizar el marco legal vigente. Algunos de los cambios más significativos por los que se lucha son: acabar con la discrecionalidad en el otorgamiento de las concesiones y permisos y pasar esta atribución, actualmente del gobierno, a un organismo autónomo y plural; dar una autonomía a la operación de los medios del Estado y que el gobierno deje de tener injerencia directa o indirecta sobre ellos; no permitir la creación de más grupos oligopólicos de radiodifusión; autorizar y fomentar la instalación de estaciones comunitarias, así como establecer esquemas viables para su financiamiento, entre otros. Bajo tal circunstancia, algunos de los cambios realizados el 10 de octubre de 2002 por el gobierno federal en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y televisión de 1973 (como la obligación de establecer el derecho de réplica en los medios electrónicos y la creación del Registro Público de Concesiones) fueron considerados por partidos políticos, incluyendo el que está en el poder, y por organizaciones no gubernamentales como insuficientes y no respondieron a los planteamientos hechos en la Mesa de Reforma del marco legal de los medios de comunicación en la que participaban y a la que convocó la Secretaría de Gobernación desde el año 2000.

Estructura del sector radiofónico

Como se ha comentado, la radiodifusión en México opera de manera mixta: una radio comercial, cuyo financiamiento básico es la publicidad, y una radio pública que opera fundamentalmente con recursos del Estado. En el modelo de radio pública se encuentran las radiodifusoras educativas y culturales, las universitarias y las indigenistas. En un tercer ámbito están las comunitarias o las denominadas radios ciudadanas que, en México, operan en la mayoría de los casos sin el permiso del gobierno federal, ya que la legislación vigente no permite la instalación de este tipo de estaciones.

De acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, hasta el año 2000 había 1.449 estaciones de radio en las bandas de AM y FM, de las cuales 1.141 eran concesionadas y 308 permisionadas.²⁰ Por su parte, la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión (CIRT) informa que son 1.337: 1.142 concesionadas y 195 permisionadas.²¹ En ambos casos, no están contabilizadas las emisoras ilegales.²²

²⁰ Cfr. www.sct.gob.mx

²¹ Cfr. www.cirt.com.mx/datosestadisticoscuadro.htm. Las estadísticas de ambas fuentes varían, debido a que la SCT presenta el número de concesiones y permisos que se han otorgado, sin tomar en cuenta si han entrado en operación o no, mientras que los recuentos de la CIRT consideran las emisoras comerciales que están en operación.

²² El listado no incluye las 16 estaciones concesionadas y permisionadas de onda corta.

Tabla 13.2. Emisoras concesionadas y permisionadas.

	AM Concesionadas	FM Concesionadas	AM Permisionadas	FM Permisionadas	TOTAL
SCT	755	386	96	212	1449
CIRT	758	384	94	101	1337

Según el Programa Sectorial de Comunicaciones y Transportes 2001-2006, el 99% de las comunidades del país ya reciben señales de radio AM y el 75% de FM. Esta cobertura no abarca, necesariamente, servicios de radiodifusión local en todas las regiones del país, ya que muchas de ellas reciben señales de ciudades cercanas y, en algunos casos, provenientes de las grandes radiodifusoras de la Ciudad de México.

Con base en el Censo General de Población y Vivienda 2000, en México corresponde una radiodifusora por cada 67.000 habitantes. Las diferencias en la distribución de radiodifusoras en cada uno de los estados del país se aprecia en el cuadro siguiente:

Tabla 13.3. Radiodifusoras y población por entidad²³

Estado	Población	Número de emisoras	Habitantes por emisora
Aguascalientes	944.285	20	47.214
Baja California	2.487.367	68	36.579
Baja California Sur	424.041	19	22.318
Campeche	690.689	16	43.168
Coahuila	2.298.070	85	27.036
Colima	542.627	17	31.919
Chiapas	3.920.892	51	76.880
Chihuahua	3.052.907	83	36.782
Distrito Federal	8.605.239	60	143.421
Durango	1.448.661	25	57.946
Guanajuato	4.663.032	55	84.782
Guerrero	3.079.649	44	69.992
Hidalgo	2.235.591	22	101.618
Jalisco	6.322.002	84	75.262
México	13.096.686	20	654.834
Michoacán	3.985.667	58	68.718
Morelos	1.555.296	25	62.212
Nayarit	920.185	21	43.818
Nuevo León	3.834.141	63	60.859
Oaxaca	3.438.765	69	49.837

²³ Con base en los resultados por entidad del Censo General de Población y Vivienda 2000 y estadísticas de SCT, correspondientes al mismo año.

Puebla	5.076.686	38	133.597
Querétaro	1.404.306	19	73.911
Quintana Roo	874.963	22	39.771
San Luis Potosí	2.299.360	30	76.645
Sinaloa	2.536.844	49	51.772
Sonora	2.216.969	113	19.619
Tabasco	1.891.829	27	70.068
Tamaulipas	2.753.222	90	30.591
Tlaxcala	962.646	6	160.441
Veracruz	6.908.975	100	69.090
Yucatán	1.658.210	32	51.819
Zacatecas	1.353.610	18	75.201

Grupos comerciales

Los grupos comerciales de radio, cuyo origen, como se ha descrito, data de los años cuarenta, están conformados por tres tipos de emisoras: las que son de su propiedad o en las que tienen un porcentaje accionarial, las que operan bajo su administración y las afiliadas. Estas últimas tienen acceso a los anunciantes nacionales y reciben servicios de asesoría jurídica, en administración, tecnología y programación. Desafortunadamente, en el país no existen datos fiables de cuántas de esas estaciones son propiedad de los grupos y cuántas están en otra situación jurídica, debido a la confidencialidad con que el gobierno federal y los mismos radiodifusores han manejado este tipo de información.

Un hecho sí es evidente: la concentración de emisoras está creando grupos oligopólicos cada vez más fuertes, si se toman en cuenta los intensos movimientos que ha tenido la radio en los últimos años, principalmente por la compra-venta de estaciones, así como por las fusiones entre empresas de radio para fortalecer un grupo o crear uno nuevo.²⁴

Tabla 13.4. Grupos mexicanos de radio comercial.²⁵

Nombre	Número de emisoras
Radiorama	190
Grupo ACIR/Corporación Mexicana de Radiodifusión	159
Radiocima	92
Organización Impulsora de Radio (OIR)	89

²⁴ Cfr. Sosa Plata, Gabriel, «Grupos, cadenas y alianzas estratégicas en la radio», en *Revista Mexicana de Comunicación*, num. 45, agosto-octubre 1996, Fundación Manuel Buendía, pp. 24-28.

²⁵ Fuente obtenida con base en el *Directorio Tarifas y Datos Medios Audiovisuales*, MPM, México, diciembre 2002.

Sociedad Mexicana de Radio (Somer)	77
Promosat de México	62
Radiodifusoras Asociadas (RASA)	57
MVS Radio	51
Radiodifusoras Unidas Mexicanas (Ramsa) / Organización Radio Fórmula (ORF)	43
Multimedios Estrellas de Oro	38
Radio, S.A.	36
Funcionamiento Integro de Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas (Firmesa)	34
Corporadio	33
Direct Deal Radio	25
Grupo Radiofónico Nueva Era	23
Difusoras Unidas Independientes (Difusa)	23
Central Trade Media	20
Instituto Mexicano de la Radio (Imer)	17
Grupo Radio México	17
Radio Cadena Nacional (RCN)	16
Televisa Radio	15
Grupo Radio Centro	11
Grupo Radio Alegría	11
Grupo Siete Comunicaciones	8
Grupo ACIR (Ciudad de México)	7
Núcleo Radio Mil (NRM Comunicaciones)	6
Publicistas en Radiodifusión (Pradsa)	5
Radio Ventas de Provincia (Ravepsa)	3
Imagen	2
Independientes/No representadas	22

Algunos de estos grupos tienen presencia nacional y otros local o regional. Por esta forma de operación se complica más la información sobre la situación real en cuanto a la propiedad de las emisoras. Por ejemplo, un grupo en el estado de Veracruz, propiedad de Baltasar Pazos de la Torre, cuenta con cuatro emisoras y para fines de venta de espacios de publicidad en el mercado local se presenta como Radio Núcleo Oro. Sin embargo, para la contratación de publicidad a nivel nacional se apoya en la representación de dos grupos radiofónicos, también propietarios de estaciones: RASA y Promosat (dos para cada uno). También hay estaciones de cobertura local que cuentan con dos representantes: uno para su programación en general y otro para los noticiarios, de cobertura nacional que se transmiten en sus frecuencias. Estos esquemas se repiten en muchos otros sitios del país.

Por supuesto, hay grupos que ya forman parte de conglomerados con inversiones en otros medios de comunicación, sobre todo en la televisión, ya sea abierta o restringida, e incluso en servicios vía Internet en los que han entrado para diversificar su oferta y tener otras fuentes de ingreso. En esta situación se encuentra, evidentemente, Televisa Radio, subsidiaria de Televisa, el más grande

conglomerado de medios de comunicación de habla hispana y el principal de México, que preside el nieto del fundador de la XEW, Emilio Azcárraga Jean. El grupo ha realizado inversiones en televisión abierta y restringida, radio, publicaciones, un portal en Internet, producción y distribución de películas en español, en dos equipos de fútbol y servicio de envío de mensajes, entre otros. Otra de las organizaciones, ahora multimedia, es Grupo ACIR, creada en 1965 por Francisco Ibarra López. De la radio, este empresario incursionó en otros negocios de la comunicación. A través de su Grupo ACIR Comunicaciones maneja ya tres divisiones: radio, televisión restringida (Televisión Integral) y telecomunicaciones (Intercomunicación Integral).

MVS Comunicaciones, de la familia Vargas, comenzó su actividad en la radio y ahora opera sistemas de televisión y radio por microondas en el país (con Multivisión y Multirradio Digital fue pionero en México en 1989 y 1991, respectivamente); participó en el lanzamiento y operación de la televisión digital (DirecTV); produce y administra un canal de televisión abierta (el 52, en la Ciudad de México), así como sistemas restringidos de televisión empresarial y de educación a distancia.

Finalmente, Grupo Siete Comunicaciones, cuyos orígenes datan de 1977, también pudo hacer de la radio un conglomerado con inversiones en televisión abierta y en medios impresos.

Además de los grandes empresarios de la Ciudad de México, hay grupos que operan en los mercados locales o regionales. El caso más importante es Multimedios Estrellas de Oro, en el norte del país. Este grupo tuvo sus orígenes en los años treinta con una estación de radio en la ciudad de Monterrey y actualmente se ha convertido en uno de los grandes grupos de la comunicación mexicanos, con decenas de estaciones de radio, canales abiertos de televisión (Multimedios Televisión), periódicos (con *Milenio Diario*, a la cabeza), un sistema de televisión por cable (Cablevisión), centros de espectáculos, salas cinematográficas (MM Cinemas) y otros. En proporciones más modestas, hay unos pocos grupos regionales que han logrado desarrollar otros negocios en el campo de la comunicación masiva.

Tabla 13.5. Principales grupos de comunicación en México ligados a la radio

TELEVISA	RADIO	Televisa Radio: 17 estaciones. (50% de Prisa, de España).
	TV ABIERTA	4 cadenas con 228 estaciones afiliadas y 86 complementarias. (15% de Univisión (USA)).
	TV DE PAGO	DTH Sky (en asociación con News Corporation). Cablevisión Ciudad de México.
	PUBLICACIONES	132 millones de ejemplares de 40 títulos (TV y Novelas, Tele Guía, Eres, etc.).
	CINE	Producción y distribución de películas en español.
	INTERNET	1 portal: EsMas.Com
	OTROS	2 equipos de fútbol (América y Necaxa). Estadio Azteca. 1 empresa de radiolocalización (Skytel).

GRUPO ACIR COMUNICACIONES	RADIO	Grupo ACIR: 164 estaciones. (40% de Clear Channel Communications).
	TV ABIERTA	2 canales (canal 7 en San Luis Potosí y canal 29 en Ensenada).
	TV DE PAGO	Sistemas de cable en Guanajuato, Veracruz, Estado de México, Hidalgo, Puebla y Tlaxcala (Televisión Integral).
	OTROS	1 empresa de telefonía y localización (Intercomunicación Integral).
MVS COMUNICACIONES (Participación accionarial de Hicks, Muse, Tate & Furst)	RADIO	MVS Radio: 57 estaciones.
	TV ABIERTA	1 canal (52, de la Ciudad de México).
	TV DE PAGO	8 sistemas de TV por microondas (D.F., Monterrey, Guadalajara, León, Querétaro, Tuxtla Gutiérrez, Villahermosa y Mérida). Participó en la plataforma DTH DirecTV
	PUBLICACIONES	Revista EXA
	INTERNET	2 portales: Citaris.Com y PlazaClick.Com
	OTROS	10 sistemas de radio de pago (Multirradio) Servicios de TV empresarial
	RADIO	División Radio: 40 estaciones.
MULTIMEDIOS ESTRELLAS DE ORO	TV ABIERTA	9 canales (distribuidos en los estados de Nuevo León, Tamaulipas, Coahuila y Guanajuato).
	TV DE PAGO	1 sistema de TV por cable (Cablevisión).
	PUBLICACIONES	1 periódico nacional (<i>Milenio Diario</i>). 2 revistas semanales (<i>Milenio Semanal</i> y <i>Fama</i>). 10 periódicos regionales.
	CINE	521 salas cinematográficas (MM Cinemas).
	INTERNET	Servicio Internet (Intercable).
	OTROS	1 empresa de radiolocalización (Multibip). 6 centros de espectáculos. 5 teatros. 1 empresa de conectividad empresarial (Telum). Restaurantes y agencias automotrices.
	RADIO	División Radio: 40 estaciones.
GRUPO SIETE COMUNICACIONES	TV ABIERTA	2 canales (2 de Reynosa y 2 de Hermosillo).
	PUBLICACIONES	Revista: El mundo del abogado
	RADIO	División Radio: 5 estaciones.
GRUPO ZOMA	TV DE PAGO	Sistemas de TV por microondas (Ultravisión).
	OTROS	Empresas de música continua (Audioplán; representa a Muzak, de USA). 1 empresa de renta de equipo de TV (Telerentta). 1 empresa de informática (Ultranet).
GRUPO RADIO CENTRO	RADIO	14 estaciones (12 en la Ciudad de México) y a través de OIR representa y opera 102 emisoras.
	INTERNET	1 portal: To2.Com 1 empresa proveedora de contenidos deportivos (Palco Deportivo).

INFORED	RADIO	2 estaciones (Ciudad de México) Producción de los noticieros Monitor.
	OTROS	Servicio de información vial (Red Vial) vía radio y telefonía celular.

Fuente: Elaboración propia, con base en información de las empresas.

Un elemento relativamente nuevo es que desde 1998 la radio dejó su esquema de operación «nacionalista» y permitió la inversión extranjera ante la conveniencia de contar con recursos frescos para la renovación de equipamientos, el desarrollo de nuevos proyectos y la necesidad de hacer frente al escaso crecimiento porcentual de los recursos destinados a publicidad radiofónica en los últimos años. Hasta ahora hay tres grupos que cuentan con inversión extranjera. En 1998, el más poderoso grupo de radio en Estados Unidos, Clear Channel Communications (1,300 estaciones de radio, 37 canales de televisión y miles de carteleras para publicidad exterior son su respaldo) adquirió un 40% de Grupo ACIR por 57,5 millones de dólares. En el mismo año, el grupo texano Hicks, Muse, Tate & Furst pagó 120 millones de dólares por una participación, aún desconocida, en MVS Comunicaciones. Durante julio del mismo 1998 Chancellor Media, otro grupo fuerte de radio en Estados Unidos, anunció que compraría por 237 millones de dólares el 50% de Grupo Radio Centro. Sin embargo, en octubre Chancellor anunció que no continuaría sus planes de compra, pero no dio detalles sobre los motivos de la anulación del acuerdo. La introducción de capitales extranjeros tuvo nuevamente relevancia con la venta en noviembre de 2001 del 50% de acciones de Televisa Radio a Promotora de Informaciones, S.A. (PRISA) de España por un monto de 50 millones de dólares y 10 millones de dólares adicionales destinados a una ampliación de capital para la compañía. Esta transacción se llevó a cabo después de que la Comisión Federal de Competencia vetara una alianza accionarial entre Grupo ACIR y Televisa Radio porque incurría en prácticas monopolísticas. De cualquier manera, es claro que la inversión extranjera en radio modificará la estructura de la radio mexicana en los próximos años.

Radios permisionadas

Como se ha señalado, las radios permisionadas comprenden estaciones universitarias y de institutos tecnológicos, estatales (que pertenecen a los estados del país), del Estado (IMER) e indigenistas.

Para el desarrollo de programas conjuntos y de colaboración, así como para la defensa de sus intereses, las emisoras permisionadas están agrupadas en diversas organizaciones, como la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, en la que participan los sistemas y grupos de los gobiernos estatales, así como en el Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de Instituciones de Educación Superior, conformado por emisoras universitarias y de institutos tecnológicos.

Tabla 13.6. Emisoras de la red de radiodifusoras y televisoras educativas y culturales. Emisoras permisionadas universitarias.

EMISORAS POR ESTADOS	SIGLAS	FRECUENCIA
AGUASCALIENTES		
Universidad Autónoma de Aguascalientes	XEUAA	1370 AM
BAJA CALIFORNIA NORTE		
Universidad Autónoma de Baja California	XEUT	1630 AM
Universidad Autónoma de Baja California	XHUAC	95.5 FM
BAJA CALIFORNIA SUR		
Universidad Autónoma de Baja California Sur	XEUBS	1180 AM
CAMPECHE		
Universidad Autónoma de Campeche	XECUA	1410 AM
COAHUILA		
Universidad Autónoma Agraria «Antonio Narro»	XESAL	1220 AM
COLIMA		
Universidad de Colima	XHELT	94.9 FM
CHIHUAHUA		
Universidad Autónoma de Chihuahua	XERU	1310 AM
Universidad Autónoma de Chihuahua	XHRU	105.3 FM
DISTRITO FEDERAL		
Universidad Nacional Autónoma de México	XEUN	860 AM
Universidad Nacional Autónoma de México	XEUN	96.1 FM
Universidad Iberoamericana	XHUIA	90.3 FM
Escuela Superior de Ingeniería, Mecánica y Eléctrica del IPN	XHUPC	95.7 FM
DURANGO		
Universidad Juárez del Estado de Durango	XEHD	1270 AM
ESTADO DE MÉXICO		
Universidad Autónoma de Chapingo	XEUACH	1610 AM
GUANAJUATO		
Universidad de Guanajuato	XEUG	970 AM
Universidad de Guanajuato	XHJUA	100.7 FM
Universidad de Guanajuato	XHLTO	91.1 FM
Universidad de Guanajuato	XHSLM	91.3 FM
HIDALGO		
Universidad del Estado de Hidalgo	XHACT	91.7 FM
JALISCO		
Universidad de Guadalajara	XHAUT	102.3 FM
Universidad de Guadalajara	XHUGG	94.3 FM
Universidad de Guadalajara	XHUGC	104.7 FM
Universidad de Guadalajara	XHUG	104.3 FM
Universidad de Guadalajara	XHUGL	104.7 FM
Universidad de Guadalajara	XHUGO	107.9 FM
Universidad de Guadalajara	XHUGP	104.3 FM
MICHOACÁN		
Universidad Michoacana de San Nicolás Hidalgo	XESV	1370 AM

MORELOS			
Universidad Autónoma del Estado de Morelos	XHICUM	89.7 FM	
NUEVO LEÓN			
Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	XHTEC	94.4 FM	
Universidad Autónoma de Nuevo León	XHUNL	89.7 FM	
Universidad de Monterrey	XHudem	90.5 FM	
OAXACA			
Universidad Autónoma Benito Juárez de Oaxaca	XEUBJ	1400 AM	
PUEBLA			
Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	XHBUAP	96.9 FM	
QUERÉTARO			
Universidad Autónoma de Querétaro	XEUAQ	580 AM	
Universidad Autónoma de Querétaro	XHUAQ	89.5 FM	
SAN LUIS POTOSÍ			
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	XEXQ	1460 AM	
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	XHUSP	88.5 FM	
SINALOÀ			
Universidad Autónoma de Sinaloa	XEUAS	1150 AM	
Universidad de Occidente	XEUDO	820 AM	
Universidad Autónoma de Sinaloa	XHUAS	96.1 FM	
SONORA			
Universidad de Sonora	XEUS	850 AM	
Universidad de Sonora	XHCAB	94.5 FM	
Universidad de Sonora	XHUSH	107.5 FM	
Universidad de Sonora	XIINVS	93.7 FM	
Universidad de Sonora	XHNTA	89.1 FM	
TAMAULIPAS			
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHMTE	92.3 FM	
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHUNI	102.5 FM	
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHMAO	90.9 FM	
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHNLR	104.9 FM	
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHRYN	90.5 FM	
Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHTIO	105.5 FM	
TLAXCALA			
Universidad Autónoma de Tlaxcala	XHUTX	99.5 FM	
VERACRUZ			
Universidad Veracruzana	XERUV	1550 AM	
YUCATÁN			
Universidad Autónoma de Yucatán	XERUY	1120 AM	
Universidad de Yucatán	XHRUY	103.9 FM	
Universidad Autónoma de Yucatán	XHMOT	100.9 FM	
Universidad Autónoma de Yucatán	XHMIN	94.5 FM	

Fuente: Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

A su vez, el Instituto Nacional Indigenista opera, a través del Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas, 24 emisoras ubicadas en distintos lugares del país que transmiten en 31 lenguas además del español. Su audiencia potencial es de 6 millones de radioescuchas indígenas y casi 16 millones de mestizos.

Tabla 13.7. Sistema de radiodifusoras culturales indigenistas.

Radiodifusora	Año de fundación	Licencia	Potencia (en vatios)	Frecuencia (Khz)	Población total	Población indígena atendida	Lengua en cuya se transmite	Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura	Horas de transmisión semanal
XEZV, La Voz de la Montaña	1979	Tlapa de Comonfort, Guerrero	3.000	800	549.462	348.491	Náhuatl Mixteco Tlapaneco Español	Nahua Mixteco Tlapaneco Amuzgo Chocho	81
XETLA, La Voz de la Mixteca	1982	Tlaxiaco, Oaxaca	5.000	930	504.633	326.037	Mixteco Triqui Español	Mixteco Triqui Amuzgo Zapotecos	84
XEPUR, La Voz de los Purépechas	1982	Cherán, Michoacán	5.000	830	2.395.729	218.004	Purépecha Español	Purépecha Nahua Zapoteca Totonaca Otomi	91
XETAR, La Voz de la Sierra Tarahumara	1982	Guachochi, Chihuahua	10.000	870	301.311	90.527	Tarahumara Tepehuan Guarijio Español	Tarahumara Guarajío Tepehuan Totonaca Mazahua Pima	84
XEPET, La Voz de los Mayas	1982	Peto, Yucatán	10.000	740	1.305.035	701.552	Maya Español	Maya Zapoteca Nahua Mixe Chol	91
XEVFS, La Voz de la Frontera Sur	1987	Las Margaritas, Chiapas	4.000	1.030	1.174.303	626.448	Tojolabal Mame Tzeltal Tzotzil Espanol	Tzeltal Tzotzil Tojolabal Mame Kanjobal Chol	88
XEGL, La Voz de la Sierra Juárez	1990	Guelatao, Oaxaca	5.000	780	290.037	194.411	Zapoteca Mixe Chinanteco Español	Zapoteca Chinanteco Mixe	84
XEANT, La Voz de las Huastecas	1990	Tancanhui de Santos, San Luis Potosí	5.000	1.070	751.972	336.941	Náhuatl Pame Huasteco Espanol	Nahua Huasteco Pame Chichimeca Jonaz	99

XEOJN, La Voz de la Chinantla	1991	San Lucas Ojitlán, Oaxaca	5.000	950	412.385	160.428	Mazateco Cuicateco Chinanteco Español	Mazateco Chinanteco Cuicateco	56
XEZON, La Voz de la Sierra de Zongolica	1991	Zongolica, Veracruz	5.000	1.360	686.234	226.452	Náhuatl Español	Náhuatl Mazateco Popo-Luca Mixteco Zapoteco	74
XEJMN, La Voz de los Cuatro Pueblos	1992	Jesús María, Nayarit	5.000	750	120.437	39.551	Cora Huichol Tepehuán Náhuatl Español	Huichol Cora Tepehuán Náhuatl Otomi	57
XEQIN, La Voz del Valle	1994	San Quintin, Baja California	5.000	1.290	259.979	21.197	Mixteco Triqui Zapoteco Español	Mixteco Zapoteco Triqui	73
XECIZ, La Voz de la Sierra Norte	1994	Cuetzalan, Puebla	5.000	1.350	963.108	501.201	Náhuatl Totonaco Español	Náhuatl Totonaca Otomi Tepehua Mixteco	91
XEJAM, La Voz de la Costa Chica	1994	Jamiltepec, Oaxaca	5.000	1.260	532.612	328.081	Mixteco Amuzgo Chatino Español	Mixteco Chatino Amuzgo Zapoteco Triqui	84
XEXPUJ, La Voz del Corazón de la Selva	1996	Xpujil, Campeche	5.000	700	552.870	158.851	Maya Chol Español	Maya Mame Kanjobal Chol Tzeltal	63
XEFETCH, La Voz de los Tres Ríos	1996	Etchojoa, Sonora	5.000	1.130	797.919	211.126	Maya Yaqui Guarajío Español	Maya Yaqui Guarajío Tarahumara Zapoteco	56
XECOPA, La Voz de los Vientos	1997	Copainalá, Chiapas	5.000	1.210	826.856	314.821	Zoque Tzotzil Español	Zoque Tzotzil	56
XETUMI, La Voz de la Sierra Oriente	1997	Tuxpan, Michoacán	5.000	1.010	8.738.232	520.513	Mazahua Otomi Español	Mazahua Otomi Matlatzinca Oculteco	71
SECAR, La Voz del Pueblo Hñähñü	1999	Cardonal, Hidalgo	2.500	1.480	272.395	154.603	Otomi Náhuatl Español	Otomi Nahua	84
XEFCPQ, La Voz del Gran Pueblo	1999	Carrillo Puerto, Quintana Roo	2.500	1.030	181.071	56.641	Maya Español	Maya	21

Fuente: Instituto Nacional Indigenista.

Tabla 13.8. Estaciones de radiodifusión sonora experimentales de baja potencia (frecuencia modulada) radiodifusora responsable: Xepet, la voz de los mayas; Peto, Yucatán.

Radiodifusora	Año de fundación	Ubicación	Potencia (en vatios)	Frecuencia (Khz)	Población total	Lengua en que se transmite	Pueblos indígenas mayachos bajo cobertura	Horas de transmisión semanal
XHCHX-FM	1997	Chemax, Yucatán	10	90.5	6.315	Maya Español	Maya	8
XHSAZ-FM	1997	San Antonio Sodzil, Yucatán	10	91.5	247	Maya Español	Maya	18
XHYAX-FM	1997	Yaxcopoil, Yucatán	10	96.5	981	Maya Español	Maya	8
XHSMH-FM	1997	Samahil, Yucatán	10	95.9	2.048	Maya Español	Maya	24

Fuente: Instituto Nacional Indigenista.

El IMER es una de las más amplias infraestructuras que en materia de medios públicos electrónicos tiene el Estado mexicano. La red de emisoras que administra el IMER transmite en casi todo el país: 7 desde la Ciudad de México (4 en OM y 3 en FM) 10 en el interior (6 en AM y 4 en FM). Las emisoras que forman parte de la red del IMER son tanto concesionarias como permissionarias.

Tabla 13.9. Emisoras integrantes del IMER.

NOMBRE	UBICACIÓN	SIGLAS	FRECUENCIA
Estéreo Frontera	Baja California (Tijuana)	XHUAN	102.5 FM
La Poderosa 15-70	Coahuila (Ciudad Acuña)	XERF	1570 AM
La Popular 13-50	Chiapas (Cacahoatán)	XECAH	1350 AM
Radio Lagarto	Chiapas (Chiapa de Corzo)	XECHZ	1560 AM
La Voz de Balún Canán	Chiapas (Comitán)	XEMIT	540 AM
Órbita 106.7	Chihuahua (Ciudad Juárez)	XHUAR	106.7 FM
La Radio de los Ciudadanos	Distrito Federal	XEDTL	660 AM
Radio 710	Distrito Federal	XEMP	710 AM
La B grande de México	Distrito Federal	XEB	1220 AM
La Hora Exacta	Distrito Federal	XEOK	1350 AM
Opus 94.5	Distrito Federal	XHIMER	94.5 FM
Reactor 105	Distrito Federal	XHOF	105.7 FM
Horizonte 108	Distrito Federal	XHIMR	107.9 FM

Radio Azul	Michoacán (Lázaro Cárdenas)	XELAC	1560 AM
Estéreo Istmo	Oaxaca (Salina Cruz)	XHSCO	96.3 FM
La Voz de la ciudad del Cobre	Sonora (Cananea)	XEFQ	980 AM
Radio Solidaridad	Yucatán (Mérida)	XHYUC	92.9 FM

Fuente: Instituto Mexicano de la Radio, www.imer.gob.mx

La programación de la radio comercial

De acuerdo con el estudio *Méjico Media Targeting 2000: Hallazgos Importantes*, presentado por la compañía de medición de audiencias Arbitron y la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, la radio en la ciudad de México sigue siendo uno de los medios con mejor aceptación entre la población: cada semana escuchan radio 9 de cada 10 personas. El segmento más escuchado por los jóvenes de 12 a 17 años de edad es de 12.00 a 15.00 h.. Estos jóvenes son, precisamente, los que constituyen el sector de la población con mayor consumo de radio, seguido por los adultos de 18 a 34 años. En cuanto al género, son las mujeres quienes más sintonizan este medio.

La radio llega prácticamente a todos los lugares —el trabajo, el hogar y el automóvil— y a todos los niveles socioeconómicos de manera efectiva. Alrededor del 94% de las personas que tienen acceso a una radio en el trabajo, el hogar y en el automóvil sintonizan alguna frecuencia.

En cuanto al ámbito laboral, la radio está presente en casi todos los sectores; es el de los comerciantes el que dedica más tiempo a sintonizar la radio con 5 horas diarias. En un promedio similar se encuentran los empleados del sector manufacturero, el público y de servicios. Las amas de casa y los estudiantes también son grupos importantes en el consumo radiofónico, principalmente en horarios de 6.00 a 15.00 h.

Por lo que respecta a los contenidos, la radio comercial de prácticamente todo el país transmite fundamentalmente música y en segundo lugar noticiarios, según se desprende de los datos obtenidos en el *Directorio de Medios Audiovisuales 2001*, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como en documentos proporcionados por la Asociación de Radiodifusores del Valle de México. El 70% de las emisoras de AM y FM transmite música de los más diversos géneros: balada, rock, ranchera, grupera, norteña, salsa, banda, cumbia, romántica, pop, instrumental, folklórica, jazz, entre otras. Los géneros musicales dominantes en el interior del país son: balada en español, música grupera, música variada en español, balada en inglés, música tropical y música ranchera. En menor proporción aparecen emisoras destinadas a la transmisión de jazz, música folklórica del mundo y mexicana. No existen emisoras comerciales destinadas a la transmisión de música clásica y de concierto.

Tabla 13.10. Programación musical en radio comercial²⁶

Géneros musicales más transmitidos	Géneros musicales menos transmitidos	Géneros musicales no transmitidos
Balada en español	Jazz	Música clásica
Música grupera	Música folklórica del mundo	Música de concierto
Música variada en español	Música folklórica de México	
Balada en inglés		
Música tropical		
Música ranchera		

Sólo el 30% de las radiodifusoras concesionadas transmiten servicios informativos y programas hablados; es decir, 317 emisoras programan noticiarios, 43 programas deportivos, 42 programas hablados generalistas, 14 radionovelas, 6 programas culturales, 2 programas femeninos y 1 tiene programas cristianos. Por lo que respecta a la Ciudad de México, la oferta programática de la radio está compuesta por:

Tabla 13.11. Contenidos y emisoras raudofónicas de Ciudad de México.

Tipo de contenidos predominante	Número de emisoras
Música clásica	2
Música ranchera	3
Música tropical / salsa	2
Música grupera	4
Música moderna en inglés	3
Música de catálogo en inglés	4
Música internacional	2
Música de catálogo en español	3
Música moderna en español	7
Balada en español	6
Programación hablada	13
Noticias	11

Fuente: Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

La programación de las radios públicas

Son escasos los estudios referidos al consumo de la radio cultural y educativa. Según el Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (INEGI), a partir de 1992 y hasta el final de esa década se observa un descenso significativo tanto en programas como en horas destinadas a la cultura. Una de las variables anotadas por el INEGI para explicar la disminución del indicador de programas

²⁶ Fuente: Con base en el análisis del *Directorio de Medios Audiovisuales 2001*, información obtenida de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes y documentos de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

culturales en radio es la reducción de programas y la ampliación de espacios musicales dentro de las emisoras culturales y educativas.

Al mismo tiempo, la oferta de radio comercial en México, en ese mismo periodo registró un aumento en la producción de contenidos informativos sobre todo en amplitud modulada, saturando el espectro radiofónico en una desmesurada oferta de corte noticioso. Frente a esto, los contenidos culturales y educativos, fueron relegados, por ser considerados de menor interés dentro del consumo radiofónico.

Con base en un análisis de la oferta cultural y educativa de Radio Educación, Radio UNAM, Opus 94.5 y Horizonte 108, consideradas las emisoras líderes en materia de radiodifusión cultural, se observa que dentro de la oferta radiofónica existe una mayor proporción de música que de programas hablados; incluso en algunos casos como Opus 94, un alto porcentaje de los programas son de corte musical. Sólo en el caso de Radio UNAM se observa un mayor índice de programas hablados frente a los musicales, si bien esta diferencia puede ser resultado de que esa emisora sólo transmite desde las 6 de la mañana a las 12 de la noche.

Tabla 13.12. Contenidos de las principales emisoras culturales.

CONTENIDOS	RADIO EDUCACIÓN	RADIO UNAM	OPUS 94.5	HORIZONTE 108
Música	60%	23%	43%	71%
Programas	40%	77%	57%	29%

En Radio Educación los programas producidos por la emisora abarcan contenidos informativos (noticiosos), educativos, culturales y de orientación. Dentro de las temáticas abordadas destacan: cine, teatro, educación sexual, medios de comunicación, pueblos indígenas, series infantiles, política, religiones, mujeres, literatura, gramática y radioarte, entre otros. Radio Educación transmite música de todo el mundo de acuerdo a la siguiente clasificación: música popular mexicana, afroantillana, jazz, rock, new age, norteamericana, clásica, infantil, música de cine y teatro, así como música folklórica de Europa, África, América Latina, Asia y Oceanía. Con relación a los servicios informativos, esta emisora transmite el noticiero «Pulso» en tres emisiones diarias de lunes a viernes y una los fines de semana; asimismo la emisora produce el noticiero cultural «Su casa y otros viajes».

Radio UNAM transmite programas cuya temática es cultural (cine, literatura, teatro, cartelera de eventos), de opinión política y social. La programación de la emisora está dedicada a difundir las actividades de la Universidad Nacional Autónoma de México a través de programas que producen las distintas Facultades de esta casa de estudios. En cuanto al ámbito noticioso, Radio UNAM transmite tres emisiones informativas de lunes a viernes de media hora de duración.

La programación de Opus 94.5 está integrada por series radiofónicas dedicadas a la música clásica, de concierto y jazz, el programa del CONACYT y la emisión semanal de la Asociación de Radios Nacionales de Servicio Público de América Latina. En la programación destaca la serie de comentarios culturales de Juan

María Alponte, Ernesto de la Peña, Eduardo Lizalde, entre otros destacados intelectuales.

En la barra programática de Horizonte 108 destaca la programación musical con un porcentaje del 71%, en tanto que el 29% restante se dedica a la transmisión de programas hablados. Dentro de la barra discursiva destacan en mayor cantidad los programas de análisis político y debate social, así como los de orientación a la mujer. En menor medida se encuentran los programas dedicados a la cultura. El servicio informativo de Horizonte 108 es el noticiero «Antena radio» que se transmite en tres emisiones de lunes a viernes y dos emisiones los fines de semana. En cuanto a la música, se transmite el jazz, new age y música del mundo.

Con relación a los sistemas estatales de radio, su carta programática privilegia la transmisión de música que no es comercial y reciben a través de la Red Satelital de Televisión Educativa (EDUSAT) la señal para la transmisión de conciertos y espectáculos culturales que transmite Radio Educación. La programación de las emisoras estatales en algunos casos se ve favorecida a través de convenios de la colaboración con importantes emisoras como Radio Francia Internacional y la BBC de Londres. Además, se cuenta con la producción propia de servicios informativos locales y programas de los más diversos géneros.

La programación de las emisoras indígenas, pertenecientes a la Red de Radiodifusoras del Instituto Nacional Indigenista, se dirige a todo público, pero en especial a las comunidades indígenas en temáticas tales como: procuración de justicia, capacitación, rescate y preservación de tradiciones y costumbres, salud, educación, desarrollo sustentable y apoyo a la producción, además de segmentos horarios dedicados a servicios comunitarios. En los procesos de producción radiofónica la participación de los indígenas ha constituido una de las características de este modelo radiofónico. La intervención de las comunidades indígenas en el quehacer radiofónico ha sido posible gracias a la implementación de programas de capacitación, así como a la instauración de los Centros de Producción Radiofónica. Con ello, se ha permitido a las comunidades elaborar programas a través de los cuales manifiestan sus problemáticas, formas de organización social y su manera particular de ver al mundo. Además, las comunidades cuentan con la figura del corresponsal comunitario, quien es el portavoz del acontecer cotidiano de la localidad y establece un nexo entre las comunidades y el resto de la región a través de la radio.

La radio del siglo XXI

Como en prácticamente todos los países de la región, la transición a las tecnologías digitales ha comenzado en las radiodifusoras más importantes, principalmente en sus cabinas y áreas de producción. Computadoras y equipos de grabación digitales se han convertido en instrumentos cotidianos en la producción radiofónica en las grandes ciudades, al igual que la transmisión vía satélite y el uso de la telefonía celular.

De los sistemas de transmisión digitales existentes hasta el momento, los radio-difusores mexicanos se habían inclinado en un principio por la tecnología europea Eureka 147. Incluso se llevaron a cabo en el país dos pruebas, una terrestre, en abril-mayo de 1993, y la otra satelital, en julio de 1995, para probar la tecnología. Sin embargo, algunos empresarios de la frontera norte no estaban convencidos de que ese estándar fuera el adecuado ante la decisión de Estados Unidos de desarrollar un sistema propio: el denominado *In band on channel* (IBOC), cuya característica más importante es efectuar transmisiones digitales dentro de las mismas bandas de frecuencias ya asignadas a la radio en AM y FM.

Para dar seguimiento a los avances en los sistemas digitales de radio, en julio de 1999 fue creado el Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión, a raíz de la expedición del «Acuerdo para el estudio, evaluación y desarrollo de tecnologías digitales en materia de radiodifusión». Dicho Comité fue formado a petición de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, y tiene las facultades de emitir recomendaciones al secretario de Comunicaciones y Transportes, quien, en su caso, las adoptará y «realizará las acciones pertinentes».²⁷ Tales recomendaciones pueden versar sobre los siguientes asuntos:

- La necesidad de reservar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico en tanto la Secretaría resuelve sobre la tecnología que habrá de ser implantada en México.
- La realización de estudios y pruebas experimentales de las diferentes tecnologías digitales existentes o en desarrollo.
- La adopción de tecnologías digitales en materia de radio y televisión.
- Los procedimientos, condiciones, plazos y demás requerimientos para la adopción e implantación de tecnologías digitales de radio y televisión, y
- Los demás de carácter general que estime necesarios para el mejor desarrollo, introducción e implantación en México de las tecnologías digitales de radio y televisión.

Uno de los resultados más claros del Comité fue la publicación en octubre de 2000 de un acuerdo mediante el cual se modifican los títulos de concesión y permisos para adoptar la norma digital que en su momento determine la SCT, así como los plazos para la transición analógico-digital. Aprobado ya por la Federal Communication Commision de Estados Unidos el sistema IBOC, se prevé que antes de que termine sus funciones el gobierno mexicano, en 2006, se haya elegido la norma digital con la que transmitirán las radiodifusoras en el país.

Por lo pronto, la convergencia multimedia ha comenzado a tener sus primeras experiencias en México. Con base en el padrón de emisoras de la SCT, un 10% de las radiodifusoras concesionadas cuentan con página web, y la mayor parte de estos sitios electrónicos corresponden a los grupos radiofónicos, es decir, no son exclusivos para cada una de las emisoras. Los estados que cuentan con más de 10 emisoras en línea son el Distrito Federal, Sinaloa, Baja California Norte, Guanajuato, Chiapas, Chihuahua y Guadalajara. Con por lo menos una emisora en línea se sitúan los estados de Baja California Sur, Quintana Roo, Morelos, Estado de México, Yucatán, Sonora, San Luis Potosí y Puebla.

Tabla 13.13. Emisoras con página web.

ESTADO	AM	FM	TOTAL
Aguascalientes	2	1	3
Baja California Norte	2	3	5
Baja California Sur	2	0	2
Campeche	0	0	0
Coahuila	0	0	0
Colima	1	0	1
Chiapas	5	0	5
Chihuahua	1	1	2
Distrito Federal	2	4	6
Durango	0	1	1
Estado de México	1	0	1
Guanajuato	1	0	1
Guerrero	1	0	1
Hidalgo	1	0	1
Jalisco	0	1	1
Michoacán	2	0	2
Morelos	0	1	1
Nayarit	1	0	1
Nuevo León	1	7	8
Oaxaca	0	1	1
Puebla	1	1	2
Querétaro	2	1	3
Quintana Roo	2	0	2
San Luis Potosí	1	0	1
Sinaloa	1	0	1
Sonora	1	0	1
Tabasco	0	0	0
Tamaulipas	2	3	5
Tlaxcala	0	0	0
Veracruz	1	0	1
Yucatán	2	4	6
Zacatecas	0	0	0
TOTAL	36	29	65

Fuente: Análisis de la información de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2001.

La radio por Internet es un nuevo medio que ha comenzado a implementar de manera exploratoria emisoras comerciales y públicas de todo el país. En las emisoras concesionadas del interior, el desarrollo de sitios web, es concebido hasta ahora como un medio de difusión de la historia, cobertura, programación, así como una extensión de las posibilidades de comercialización de los espacios radiofó-

nicos. En estas experiencias están subutilizadas herramientas de comunicación e interacción con el público, como son los foros, chats y correo electrónico.

Los principales grupos radiofónicos del país han desarrollado las experiencias más significativas de la radio por Internet mediante el diseño de los portales; entre otros destacan Organización Radio Fórmula, Grupo Imagen, Grupo Radio Centro, Grupo ACIR, Televisa Radio, entre otros. En estos portales se publica la oferta programática de todas las estaciones del grupo, se transmite en línea, se cuenta en algunos casos con un menú de audio y video, se da a conocer información sobre los conductores y comentaristas, artículos referentes a los temas tratados en cada una de las emisiones, etc. Además, se utilizan las herramientas básicas de interacción que proporciona Internet para mantener comunicación con el público radioescucha.

En cuanto a la radio pública se refiere, el 21% de las estaciones tienen página en Internet; es decir 65 emisoras: 36 de AM y 29 de FM. La mayor parte de estas emisoras en línea son responsabilidad de las Universidades e Institutos Tecnológicos.

Tabla 13.14. Estaciones permisionadas con página web en AM y FM en la República Mexicana.

Estaciones en AM	36
Estaciones en FM	29

Fuente: Análisis de la información de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, 2001.

Uno de los principales problemas de las emisoras que transmiten por Internet, sobre todo de las de carácter público, es el aspecto tecnológico, debido a la capacidad de transmisión de los servidores instalados. No obstante, es en la radio pública donde se han generado algunas de las propuestas más innovadoras de lo que es la tercera generación de la radio por Internet. Emisoras como Radio Educación y la Radio de la Universidad Autónoma de Morelos, han logrado colocarse en la tercera generación de radio en línea a través de la reutilización del acervo radiofónico para generar propuestas de audio a la carta, servicios de información cultural, retransmisión de radionovelas y creación de nuevas estrategias de comunicación complementarias entre la radio e Internet.

Es evidente, que la radio por Internet, exige de procesos de experimentación para reconocer las posibilidades actuales y futuras que puede llegar a alcanzar. Sin embargo, más allá del desarrollo tecnológico, el reto mayor corresponde al diseño de contenidos para este nuevo medio.

Bibliografía

- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa: *Radio e ideología*. El Caballito, México, 1986.
 ALVA DE LA SELVA, A.R.; REBEIL CORELLA, M^a Antonieta y RODRÍGUEZ ZÁRATE, Ignacio (coord.): *Perfiles del cuadrante*. Trillas, México, 1989.
 BOHMANN, Karin: *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*, Ed. Patria y CONACULTA, México, 1989.
 CAMACHO, Lidia: *La imagen radiofónica*, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 1999.

CARREÑO CARLÓN, José y VILLANUEVA, Ernesto (coord.): *Temas fundamentales de Derecho de la Información en Iberoamérica*, Editorial Fragua y Universidad Iberoamericana, México, 1998.

FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima: *La radio mexicana, centro y regiones*, Ed. Juan Pablos, México, 1997.

—: *Los medios de difusión masiva en México*, Ed. Juan Pablos, México, 1982.

FIGUEROA, Romeo: *¡Qué onda con la radio!*, Alambra Mexicana, México, 1997.

FUENTES, Gloria: *La radiodifusión*, Colección Historia de las Comunicaciones y los Transportes en México, SCT, México, 1988.

IMER: *La radio frente al nuevo milenio*, Ed. El Nacional, México, 1998.

MEJÍA BARQUERA, Fernando: *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 televisión*, Ed. Editores Asociados, Col. México Vivo, México, 1972.

ORTIZ GARZA, José Luis: *Una radio entre dos reinos*, Ed. Vergara, México, 1997.

ROMO, Cristina: *La otra radio; voces débiles, voces de esperanza*, Fundación Manuel Buendía e IMER, México, 1990.

SEPTIÉN, Jaime: *La industria de la radio y la televisión en México*, Tomo 1 (1921-1950), CIRT, México, 1991.

SOSA PLATA, Gabriel y ESQUIVEL VILLAR, Alberto: *Las mil y una radios, una historia un análisis de la radiodifusión mexicana*, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 1998.

Fuentes hemerográficas

Anuario Estadístico de los Estados Unidos Mexicanos, Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, México, 2004.

CORNEJO PORTUGAL, Inés: «La radio indigenista ayer y hoy», en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 76, julio-agosto 2002, pp. 12-19.

SOLÍS LERE, Beatriz: «Breve diagnóstico de la radiodifusión mexicana», en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 42, noviembre 1995-enero 1995, Fundación Manuel Buendía, México, pp. 9-13.

SOSA PLATA, Gabriel: «El incierto futuro de la radio sonora digital en México», en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 33, enero-marzo, 1994, Fundación Manuel Buendía, México, pp. 34-37.

VIDAL, Francisco: «El negocio de la comunicación», en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 76, julio-agosto 2002, pp. 12-19.

VV.AA.: *Directorio de Medios Audiovisuales*, Medios Publicitarios Mexicanos, S.A. de C.V., México, Ediciones 170 y 176, junio 2001 y diciembre 2002.

En Internet

ABC Radio: www.abcradio.com.mx

Asociación de Radiodifusores del Valle de México: www.arvm.com.mx

Asociación Mexicana de Investigadores y Creadores de la Radio: www.amcir.org

Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión: www.cirt.com.mx

Fred Cantú: www.mexicoradiotv.htm

Grupo Fórmula: www.radioformula.com

Grupo Radio Centro: www.radiocentro.com.mx

Ibero Radio: www.ibero909radio.com

Instituto Mexicano de la Radio: www.imer.gob.mx

Organización Radio Fórmula: www.radioformula.com.mx

Radio Bienestar: www.radiobienestar.com.mx

Radio Capital: www.capital.am

Radio Educación: www.radioeducacion.edu.mx

Radio Mil: www.radiomil.com.mx

Radio Transcontinental: www.xertaradio.com

Radio UNAM: www.unam.mx/radiounam

Revista Etcétera: www.etcetera.com.mx

Revista Mexicana de Comunicación: www.mexicanadecomunicacion.com.mx

Secretaría de Comunicaciones y Transportes: www.sct.gob.mx