

# Situación actual y retos de los noticiarios radiofónicos en la Ciudad de México

GABRIEL SOSA PLATA

Fue una negociación sin precedentes, ocurrida apenas en diciembre del año pasado. Quince millones de dólares, cesión de dos estaciones (Radio Consentida y Radio Variedades) y gastos de producción fueron elementos que se tomaron en cuenta en la transacción y sólo a cambio de la exclusividad de diversos servicios informativos.

Infored, empresa que produce los noticiarios *Monitor*, pudo lograr lo anterior en el arreglo con Grupo Radio Centro (GRC), después de varios meses de “estires y aflojes” en los que se incluyó como método de presión, la ausencia en el programa de su conductor estrella y ahora dueño del negocio: José Gutiérrez Vivó.<sup>1</sup>

Para algunos fue un precio elevado; para otros, un dinero bien invertido —sobre todo porque el grupo mantiene a uno de los personajes más escuchados de la radio—, pero más allá de esta discusión quedó demostrada, por ahora, la elevada rentabilidad de la producción de noticias en radio y la importancia que por esta y otras razones le han otorgado los radiodifusores.

En la actualidad existen tan sólo en la Ciudad de México casi una treintena de noticiarios de más de media hora de duración que transmiten, en conjunto, más de cien horas diarias de información. Una torre de babel electrónica en la que la competencia se da de manera intensa, tanto en lo referente a la variedad de comentaristas como en lo que respecta a infraestructura y tecnología. El objetivo es atraer a los radioescuchas y, por supuesto, a los anunciantes. En esa diversidad hay que agregar, por supuesto, los programas informativos realizados por Radio UNAM y Radio Educa-

ción, emisoras que, de acuerdo con los niveles de audiencia que tenemos a la mano, también están “en la pelea”.

Pero el *boom* de los noticiarios radiofónicos se explica no sólo por una razón financiera y de competencia con otros medios, sino también como consecuencia de un país que políticamente ha cambiado de manera significativa y que por diferentes mecanismos de presión social ha ensanchado los márgenes de la libertad de expresión y el derecho a la información internos a través de la radio. Aunado a este factor, se encuentra la necesidad de los propios radiodifusores de tener, en sus propios medios, canales de expresión para la defensa de sus intereses de grupo.

Los avances en cuanto a la información y el tratamiento de temas antaño intocables (como los relativos al presidencialismo) han sido importantes y así queda demostrado en varios programas. Sin embargo, para cumplir cabalmente su labor social y continuar como una alternativa seria de difusión informativa, la radio aún tiene por delante algunos retos que van desde lograr una mayor apertura de espacios a las distintas corrientes políticas hasta la recuperación de los públicos que la televisión le ha arrebatado en los últimos años.

## Breve historia<sup>2</sup>

Aunque para diversos analistas el *boom* de los noticiarios radiofónicos se dio a partir del movimiento social que generó el sismo de 1985, la producción de programas noticiosos en radio es tan antigua como la propia existencia del medio.

<sup>1</sup> Roberto Aguilar, “Dan su *Monitor* a Gutiérrez Vivó”, en *Reforma*, secc. Negocios, 24 de diciembre de 1998, p. 1.

<sup>2</sup> Parte de este apartado fue tomada del libro de Alberto Esquivel Villar y de quien esto escribe, *Las mil y una radios*, McGraw-Hill Interamericana Editores, México, 1997.

En 1923, dos años después del nacimiento de la radio en México, se dieron las primeras experiencias al respecto al crearse estaciones cuyos locutores leían la información generada por los periódicos. Fue la época de los llamados "periódicos hablados". Una de estas emisoras fue la CYL, propiedad de Raúl Azcárraga y Carlos Noriega Hope, director del semanario *El Universal Ilustrado*.

Ese mismo año, Martín Luis Guzmán, director del periódico *El Mundo*, adquirió una radiodifusora (inaugurada por José Vasconcelos), donde programó, al igual que la estación de la "competencia", programas informativos. Por su parte, el periódico *Excelsior* puso a funcionar en 1924 la CYX.

Con el surgimiento de la XEW en 1930 y de otras estaciones importantes como la XEDP y XEXA en 1937, bajo control estas últimas del Departamento Autónomo de Publicidad y Propaganda (DAPP), aparecieron programas noticiosos mucho mejor estructurados, pero que carecían aún de un perfil propio pues su elaboración era con base en la información publicada en los diarios capitalinos.

En 1947 surge la XEX, la cual dedicó grandes espacios a la información nacional e internacional, y en 1949 Radio Mil funcionó por tres meses y veinte días como una estación noticiosa. Aunque en ambas radiodifusoras hubo algunas novedades, como la realización de controles remotos para informar sobre determinados eventos, el grueso de la información también provenía de los diarios. Baste de ejemplo el noticiario matutino de la XEX *Leyendo a Novedades*, a cargo del periodista Jacobo Zabłudovsky.

No es hasta principios de los años setentas cuando se crea la División Noticias del Núcleo Radio Mil (NRM), departamento que introdujo diversas innovaciones que le permitieron inaugurar *la era moderna de la información radiofónica*. Estas innovaciones consistieron en la realización de controles remotos desde el lugar de los hechos, la ampliación del equipo de reporteros y redactores para cubrir todas las fuentes de información, la adquisición de unidades móviles para el desplazamiento de reporteros y la contratación de corresponsales nacionales y extranjeros.

Entre 1970 y 1985 el modelo se extendió a los grupos radiofónicos más importantes de la capital. Dar la nota antes que ninguna otra estación, decir más noticias que otros en cinco minutos y ser lo más institucionales posibles, constituyeron los puntos nodales de la competencia entre los noticiarios radiofónicos de estos años. El nuevo periodismo electrónico buscaba, de esta manera, utilizar lo que fue considerado su propio idioma y dejar la profundidad o reflexión de la noticia a la prensa.

Las organizaciones que adoptaron el esquema fueron, además del NRM, Grupo Acir, Organización Radio Centro, Radio Programas de México y Sistema Radiópolis. A mediados de la década de los ochentas, según datos citados por Alva de la Selva, ya 88% de las estaciones del Distrito Federal transmitían noticiarios similares.<sup>3</sup>

Y mientras el formato del NRM era adoptado por la mayoría de las estaciones de la capital, el 1° de abril de 1974 surgió el noticiario *Monitor*, creado por Radio Programas de México. Este programa, conducido primero por un ex colaborador del NRM, Mario Iván Martínez, y después por José Gutiérrez Vivó, tenía una hora de duración y, desde entonces, ya se caracterizaba por presentar comentarios de su titular y profundizar en mayor medida en el hecho noticioso, a través de mesas redondas, entrevistas en cabina y reportajes especiales.

Dos formas de hacer periodismo en radio, una del NRM, y otra de Radio Programas de México, que transmitía el noticiario *Monitor*, comenzaron a desarrollarse no sólo en la capital sino en prácticamente toda la República.

### *El sismo y sus repercusiones*

En 1985 hubo dos sismos de graves consecuencias en la Ciudad de México. Al poco tiempo de ocurrir el primero de ellos (el 19 de septiembre), cientos de capitalinos se lanzaron a las calles para prestar la ayuda necesaria en las labores de rescate y salvamento, además de apoyar a los damnificados. En esta que es considerada una participación coyuntural y esporádica de la sociedad civil, la radio dejó de transmitir comerciales, abrió sus espacios para informar ampliamente sobre las repercusiones del sismo y ofreció un servicio social muy valioso.

A partir de ese momento, para muchos, la radio se "redescubrió". Advirtió que, a diferencia de la televisión, podía prestar un servicio mucho más eficiente en este tipo de acontecimientos y ofrecer una información más completa. Pero no todo tuvo un carácter altruista, los concesionarios sabían que sólo con un cambio de esa naturaleza tendrían, como es de suponerse, mayor auditorio y harían frente a la competencia de otras tecnologías de la industria del entretenimiento que rápidamente habían ganado espacios en los últimos años. Aprovechar la situación era la alternativa y así lo hicieron.

<sup>3</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*, El Caballito, México, 1989.

Casi todos los grupos radiofónicos entraron en la nueva dinámica de la radio y ahí enfocaron todos sus esfuerzos. Los noticiarios radiofónicos de larga duración se expandieron en la radio del Distrito Federal, siguiendo el modelo de Gutiérrez Vivó, y la competencia entre ellos comenzó a darse de manera intensa, principalmente en las estaciones de AM, donde se ha pretendido "privilegiar" la palabra y dejar la música a las estaciones de FM. En esta expansión hubo casi de todo: telefonía celular, helicópteros, grúas, unidades y estudios móviles, transmisiones vía satélite, reporteros viales e incorporación de conductores serios y profesionales que tenían que competir contra payasos (en el sentido literal de la palabra) que de la noche a la mañana se convirtieron en periodistas.

### Una creciente competencia

Como decíamos, a la fecha existen 27 noticiarios con una, dos y tres emisiones de larga duración en 28 radiodifusoras, 18 de las cuales son de AM y nueve de FM. Asimismo, desde el 17 de mayo de 1993 funciona una estación dedicada exclusivamente a la transmisión de noticias las 24 horas del día: la XECMQ-AM Formato 21, propiedad de Grupo Radio Centro (véase tabla al final de este artículo).

En total esto significa más de cien horas diarias de noticias, reportajes, entrevistas, editoriales y comentarios sobre el acontecer nacional e internacional, dirigidos a los más de dieciocho millones de habitantes del Distrito Federal y la zona conurbada. De acuerdo con estadísticas recabadas por la Dirección de Investigación del IMER, tal cifra equivale a 10% de la programación total de la radio.<sup>4</sup>

Es innegable que la enorme cantidad de espacios dedicados a la información resulta un aspecto positivo, pues ello da pauta para analizar y discutir, con mayor amplitud, la diversidad de acontecimientos que ocurren en el país, no sólo gracias a la participación de los especialistas y representantes de los diversos sectores del país, sino también debido a la activa presencia de los radioescuchas que se comunican a las estaciones para exponer, incluso de viva voz (tal como ocurre en la estación Cambio 14.40), sus puntos de vista.

Como afirma Alan Arias:

Destacadamente la radio se ha constituido en el principal generador y formador de opinión pública y se convierte pro-

gresivamente en un espacio para la expresión de la diversidad social y política; incluso las organizaciones que reivindican el disenso, la auto-organización de la sociedad, toman en cuenta las posibilidades de la radio para dar a conocer sus puntos de vista sobre los distintos aspectos de la vida política del país.<sup>5</sup>

Sin embargo, el positivo panorama que, en lo general, ha podido alcanzar la radio informativa se ha visto empañado por diversas causas, algunas inherentes a los cambiantes hábitos de la población respecto a la preferencia de un medio de comunicación sobre otro (el auditorio ha privilegiado a la televisión como principal fuente de información y entrenamiento), pero otras al propio trabajo informativo, como podrían ser la censura y el sensacionalismo.

¿Cuáles son los retos que enfrentan los noticiarios radiofónicos rumbo al siglo XXI? Consideramos entre los importantes los siguientes:

*Mayor apertura política.* Si bien la radio, como se ha apreciado en los monitoreos realizados por algunas empresas privadas y por el Instituto Federal Electoral, ha abierto sus espacios, en mayor medida que la televisión, a los distintos partidos políticos participantes en los procesos electorales recientes, el camino por recorrer aún es largo (véanse recuadros). Todavía hace falta, pese a las recomendaciones del IFE, una calidad uniforme en el tratamiento de la información y, por otra parte, es necesario un mecanismo que garantice el derecho de réplica y la posibilidad de aclaración sobre temas de la campaña, entre otros asuntos.

Aunado a lo anterior, se encuentra la situación de desdiseño, como consecuencia de la censura, de comentaristas y conductores por sus posiciones políticas o por dar voz a personajes que no coinciden con las preferencias partidistas de los dueños de las estaciones o de algunos funcionarios del gobierno. Los casos son amplios: Miguel Ángel Granados Chapa fue destituido de su cargo en Radio Mil por entrevistar a Cuauhtémoc Cárdenas en septiembre de 1993; Enrique Quintana tuvo que despedirse de su programa en Stereo Cien por entrevistar en agosto de 1994 a Eduardo Valle, *El Buho*; José Cárdenas salió de Radio ACIR por dar a conocer la aparición del Ejército Popular Revolucionario en julio de 1996; Lorenzo Meyer ya no fue invitado a participar en el noticiario *Para empezar* por cuestionar, en 1997, la participación del presidente Ernesto Zedillo en la cere-

<sup>4</sup> Dirección de Investigación del IMER, "Las noticias en la oferta radiofónica del Valle de México", en *Una historia que sí suena*, ARVM, México, 1998, pp. 255-259.

<sup>5</sup> Alan Arias Marín, "El periodismo radiofónico y el sentido político de la comunicación (tesis iniciales)", en *Memorias del Seminario Internacional La Radio Frente al Nuevo Milenio* (27-29 de octubre de 1997), IMER, México, 1998, p. 183.

monia de toma de protesta de los candidatos del PRI en las elecciones de ese año, entre muchos casos más.

COBERTURA INFORMATIVA DURANTE LAS CAMPAÑAS DE 1988  
(EN TÉRMINOS PORCENTUALES)

Candidato	televisión	radio
Carlos Salinas	90.7	69.4
Heberto Castillo	2.6	12.7
Manuel Clouthier	3.2	11.9
Cuauhtémoc Cárdenas	1.4	3
Rosario Ibarra	1.3	2.2
Gumersindo Magaña	0.8	0.8

Fuente: Centro Internacional de Investigación y Desarrollo, A. C. Período: octubre de 1987 a mayo de 1988.

COBERTURA INFORMATIVA DURANTE LAS ELECCIONES DE 1994  
(EN TÉRMINOS PORCENTUALES)

Partido	global	TV	radio
PRI	33.4	30.8	35
PRD	23.7	19.5	26.1
PAN	19.7	16.3	21.7
PT	7.7	9	6.9
PVEM	5.3	8.3	3.4
PPS	2.2	3.9	1.2
PDM	3.4	5.1	2.4
PCRN	2.7	3.9	2
PARM	1.9	3.2	1.1

Fuente: Comisión de Radiodifusión del IFE. Período: 22 de junio al 16 de agosto de 1994.

Noticiarios monitoreados: *Monitor* (Radio Red), *Para empezar* (Stereo-rey), *Informativo panorama* (Estéreo Amistad), *Enfoque* (Estéreo Cien), *La ciudad* (Radio Mil), *Buenos días* (Radio Uno) y *Línea directa* (Radio Uno)

COBERTURA INFORMATIVA DURANTE LAS ELECCIONES DE 1997  
(EN TÉRMINOS PORCENTUALES)

Partido	TV	radio
PRI	41.32	42.77
PAN	20.86	22.65
PRD	17.71	22.07
OTROS	20.11	12.51

Fuente: Comisión de Radiodifusión del IFE. Período: marzo a junio de 1997.

Noticiarios monitoreados: *Monitor* (Radio Red), *Para empezar* (Stereo-rey), *Informativo panorama* (Estéreo Amistad), *Enfoque* (Estéreo Cien), *Línea directa* (Radio Uno), *Al momento* (Radio 13), *Antena radio* (IMER), *Decisión 97* (Q 940), *Detrás de la noticia* (Q 940), *En contacto* (Radio 6.20), *Ensalada de Lechuga* (Radio A1), *Formato 21* (Formato 21), *Hechos* (Radio Mil), *Hora 7* (Ondas del Lago), *Índice político* (ABC Radio), *López Dóriga* (Radio Fórmula), *Perfiles de la noticia* (El Fonógrafo).

*Verdadero compromiso social.* Autonombrados como representantes del pueblo, diversos conductores de noticiarios utilizan distintas vías de comunicación con sus radioescuchas para atender sus demandas y gestionarlas ante las autoridades, incluso recurriendo al sensacionalismo. Desde el punto de vista del *rating*, del negocio y la imagen del grupo radiofónico, la estrategia quizás ha sido efectiva, pero en cuanto a ser un medio para resolver favorablemente las demandas del público ha resultado, en infinidad de casos, una simulación.

Al respecto, Néstor García Canclini comenta que las investigaciones sobre lo que ocurre en estos programas de “expresión pública” revelan que muy pocas veces crean puentes entre los participantes y las autoridades y, por ello, los ciudadanos se buscan otras vías de interacción con el gobierno.<sup>6</sup>

Afirma García Canclini:

Quienes dirigen tales programas traducen las declaraciones de los oyentes para integrarlas en un discurso homogéneo, aunque la interrelación invocada por el conductor simula reconocer la variedad de posiciones sociourbanas desde las cuales se habla: “usted que transita a la altura del viaducto Tlalpan”; “señor o señora”, “la gente”, “el público”, “los habitantes”, “un amigo del auditorio”. En los casos en que hay teléfono abierto, se admiten expresiones literales de los participantes; en otros, son seleccionadas y reelaboradas para adecuarlas a objetivos de las emisoras.<sup>7</sup>

*Mayor investigación sobre los hechos.* Algo que durante años se ha criticado a la radio es su proclividad a tratar los acontecimientos de una manera trivial, simplista e inconexa con hechos con los que pudieran tener relación. “La rapidez que exige el medio dificulta un tratamiento distinto de la noticia”, han replicado algunos, mientras que para otros “se trata de un trabajo que corresponde, en realidad, a la prensa, no a la radio”. Más allá de esta justificación, comprensible para quienes nos hemos adentrado en el medio, no podemos pasar inadvertido que particularmente el género de la investigación, el reportaje, casi no existe en los noticiarios radiofónicos, pese al número considerable de es-

<sup>6</sup> Cfr. Ángela Giglia y Rosalía Winocur, “La participación en la radio: entre inquietudes ciudadanas y estrategias mediáticas”, en *Perfiles Latinoamericanos*, núm. 9, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, México, 1996, pp. 73-84.

<sup>7</sup> Néstor García Canclini, “Ciudad invisible, ciudad vigilada”, en *La Jornada Semanal*, *La Jornada*, pp. 6 y 7.

pacios con que hoy cuentan estos programas. Las declaraciones de banqueta, las entrevistas y las notas aderezadas con los comentarios del conductor ocupan la mayoría de esas más de cien horas diarias de noticias y opiniones que no son sinónimo de que estemos bien informados. Cantidad, siempre se ha dicho, no es necesariamente calidad en el ámbito informativo; cantidad no repercute en una mayor comprensión.

*Recuperar los públicos arrebatados por la televisión.* Cuando se analizan los ratings de los principales noticiarios radiofónicos, no queda ninguna duda de que los públicos de estos programas son muy amplios pero en nada comparables con los que tiene la televisión. Actualmente, como apreciamos en la tabla adjunta, estos noticiarios logran, en conjunto, un índice de audiencia de poco menos de cinco puntos en su horario de mayor penetración. Un solo programa de televisión puede alcanzar, a esa misma hora, un rating mucho mayor al conjuntado por todas las emisiones de noticias por radio.

RATING DE NOTICIARIOS RADIOFÓNICOS EN EL VALLE DE MÉXICO

Programa	rating
1. Monitor (AM)	0.69
2. Buenos días	0.60
3. Eduardo Ruiz Healy (AM)	0.44
4. Monitor (FM)	0.43
5. Ensalada de Lechuga	0.38
6. Cúpula empresarial	0.30
7. Eduardo Ruiz Healy (FM)	0.44
8. Detrás de la noticia (AM)	0.25
9. Para empezar	0.24
10. Formato 21	0.17
11. Enfoque	0.16
12. Detrás de la noticia (FM)	0.13
13. Pulso de la mañana	0.10
14. En contacto	0.08
15. Así lo dice Lamont	0.08
16. Hora 7	0.07
17. Alerta urbana	0.07
18. Al momento	0.07
19. La noticia y usted	0.06
20. Antena radio	0.06
21. Cada mañana	0.05
22. Radio UNAM informa (FM)	0.04
23. Radio UNAM informa (AM)	0.02
Total	4.76

Horario: 8:00 a 9:00 hrs. Fuente: IBOPE AGB, octubre-diciembre de 1998, sin niños.

Por otra parte, el público capitalino prefiere enterarse de las noticias a través de la televisión que por medio de la radio. Los resultados de la encuesta sobre Consumo Cultural y Medios en la Ciudad de México, publicada por el periódico *Reforma* en febrero de 1998, así lo demuestra. A la pregunta de cómo prefiere enterarse de las noticias, 56% respondió que a través de la televisión, 24% por medio de la radio, 14% se inclinó por la prensa y 5% consideró otros medios. También se les preguntó a los encuestados si escuchaban radionoticiarios; 57% contestó que sí, un punto menos en comparación con la encuesta del año anterior, y 43% que no, esto es, 4% más en comparación con la encuesta de 1996, lo que significa que los noticiarios radiofónicos perdieron escuchas durante ese periodo.

Por último, se les pidió su opinión sobre cómo consideran la información que presentan los radionoticiarios y la respuesta no dejó muy bien librado al medio: manipulada, contestó 26% y censurada, 20% (46% en total); y plural y objetiva, 26 y 23% respectivamente (49%). Así pues, casi la mitad de los radioescuchas considera que la información radiofónica no se apega a los hechos tal como ocurren.

Aparte de estos datos, la radio en los últimos años pareciera que ya ni en sus propios cuadros confía, pues ha preferido contratar, por grandes sumas de dinero, a personajes identificados con la televisión en lugar de formar nuevas generaciones de profesionales del medio. Guillermo Ochoa (un caso reciente), José Cárdenas, Nino Canún, Pedro Ferriz de Con, Lourdes Ramos, Joaquín López Dóriga y muchos más son ejemplos de esta dependencia respecto de las pantallas.

### ¿Un futuro prometedor?

Con la llegada de la radio digital, internet y los sofisticados procesos de grabación y reproducción de sonidos, entre otras tecnologías, los noticiarios radiofónicos cuentan con mayores posibilidades de ofrecer productos distintos a los actualmente explotados para servir, de una manera más profesional, a sus públicos.

Por supuesto que la aplicación de estas nuevas tecnologías deberá estar sustentada en los resultados de diversas investigaciones sobre las perspectivas de la radio a 10, 15 o más años de distancia y en una evaluación autocrítica sobre las razones del porqué un medio con tal potencialidad ha visto reducir sus márgenes de aceptación y consumo de sus productos.

¿Cómo deberá ser la radio del futuro?, ¿los noticiarios deben conservar sus formatos actuales o deberán transformarse a fin de no ser aniquilados por la fascinación de la imagen?, ¿los niños de esta época serán, con el tiempo, los adultos que realmente escucharán la radio?, ¿quién podría garantizar que así será?, ¿alguien se ha preocupado por investigar sus hábitos de consumo y definir las estrategias para ganarse a los radioescuchas del nuevo siglo?

Cuando allá por la década de los cincuentas surgió la televisión hubo inquietud sobre el futuro de la radio. Para fortuna de quienes creemos en la nobleza de este medio, vimos que su desarrollo y crecimiento no se detuvo

y continuó en ascenso durante muchos años más. Hoy, sin embargo, la radio se encuentra en un nuevo proceso de transición, quizás tan delicado como el que vivió hace casi medio siglo, ante la infinidad de alternativas de entretenimiento e información que en la actualidad tenemos al alcance de la mano. Queda claro que en aquella época, el ingenio, la creatividad y el trabajo sacaron adelante a la radio; hoy hace falta nuevamente una dosis de ese estímulo, de esa entereza, para reimpulsar un medio que, indudablemente, se encuentra entre los más adecuados para facilitar la expresión y la comunicación del ser humano. ♦

NOTICIARIOS RADIORÓNICOS EN LA CIUDAD DE MÉXICO  
(DICIEMBRE 1998)

Estación	Programa	Conductor	Horario
1. Estereo Cien Radio Mil	<i>Enfoque</i>	Jesús Rangel Raúl Sánchez Carrillo	6:00-9:00 13:30-14:30
2. Radio Red AM Radio Red FM	<i>Monitor</i>	José Gutiérrez Vivó Enrique Muñoz y Martín Espinosa Enrique Muñoz, Martín Espinosa y Gina Batista Miguel Velasco	6:00-10:00 13:00-15:00 18:00-21:00 0:00-1:00
3. Radio Red AM	<i>Redacción dominical</i>	José Luis Reyes y Leticia Almada José Luis Reyes y Leticia Almada José Luis Reyes Pedro Ferriz de Con Carmen Aristegui Javier Solórzano	6:00-9:30 14:00-15:00 18:00-20:00 7:00-10:00 13:30-15:00 18:30-20:00
4. Stereorey XELA AM	<i>Para empezar</i>	Eduardo Pasquel y Lourdes Ramos Guillermo Ochoa Edmundo Santos y otros Eduardo Pasquel y Lourdes Ramos	6:00-7:00 13:30-15:00 18:00-20:00 6:00-10:00
5. Radio ACIR  Azul 89	<i>Informativo panorama</i>	Víctor Trujillo	13:00-14:00
6. Radio ACIR	<i>El mañanero</i>		8:00-8:45
7. Radio Educación	<i>Pulso de la mañana</i> <i>Pulso de la tarde</i> <i>Pulso de la noche</i>		14:30-15:15 20:00-20:30
8. Ondas del Lago	<i>Hora 7</i> <i>Hora 13</i> <i>Hora 17</i>	Teresa Vale Patricia Flores y Antonio Valerio Alex Castillo	7:00-10:00 13:00-15:00 17:00-19:00

Estación	Programa	Conductor	Horario
9. Radio Fórmula AM	<i>Buenos días</i>	Héctor Martínez Serrano	5:00-9:30
10. Radio Fórmula AM y Radio Fórmula FM	<i>José Cárdenas informa</i>	José Cárdenas	18:00-21:00
11. Radio Fórmula AM y Radio Fórmula FM	<i>Cúpula empresarial</i>	Óscar Mario Beteta	6:30-10:00 15:00-15:30
12. Radio Fórmula AM y Radio Fórmula FM	<i>López Dóriga</i>	Joaquín López Dóriga	13:30-15:00
13. Radio AI	<i>Ensalada de Lechuga</i>	Héctor Lechuga	7:00-10:00
14. Radio Uno AM Radio Fórmula AM y Radio Fórmula FM	<i>Fórmula financiera</i>	Maricarmen Cortés	14:00-15:30 21:00-22:00
15. Radio Uno AM y Radio Uno FM	<i>Eduardo Ruiz Healy y 40 comentaristas</i>	Eduardo Ruiz Healy	6:30-9:30 19:30-21:00
Radio Uno AM			
16. Radio Chapultepec	<i>Antena uno</i>	Rodolfo Sánchez Noya	7:30-8:30
17. Radio 13	<i>Al momento</i>	Carlos Ramos Padilla Gustavo Méndez Tapia Lilia Silvia Hernández Arturo González	5:00-10:00 12:30-15:00 17:00-21:00 00:00-01:00
18. XEW AM y WFM XEW AM	<i>Detrás de la noticia</i>	Ricardo Rocha Estela Livera	6:00-9:00 14:00-15:00
19. Cambio 14.40	<i>La noticia y usted</i>	Gustavo Rentería Teseo López	5:00-10:00 17:00-19:00
20. XEB AM y Opus 94.5	<i>Antena radio</i>	Enrique Lazcano Nora Patricia Jara Billie Parker	7:00-10:00 13:00-14:00 19:30-21:00
21. Radio UNAM AM Radio UNAM FM	<i>Plaza pública</i>	Miguel Ángel Granados Chapa	9:30-10:00 8:00-9:30 (Lunes)
22. Radio UNAM	<i>Radio UNAM informa</i>		8:00-9:30 15:00-15:30 20:00-20:30
23. Radio 6.20	<i>En contacto</i>	Teodoro Rentería y Ana Georgina García Federico Vale Teodoro Rentería y Mónica Reyes	8:00-9:00 14:00-15:00 19:00-20:00
24. Radio ABC	<i>Así lo dice Lamont</i>	Federico Lamont	7:00-10:00
25. Radio ABC	<i>ABC en noticias</i>	Guillermo Chao	14:00-15:00
26. Radio ABC	<i>Hoy por hoy</i>	Manuel Mejido	18:00-20:00
27. La Poderosa	<i>Cada mañana</i>	Jorge Buzo, Martha Villela y otros	7:00-9:00
28. Formato 21			Las 24 horas

Fuente: Gerencia de Comunicación de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México y revista *Voces en el aire*, núm.14, segunda quincena de enero, 1999.