

Radio se abre a partidos de oposición

Por Gabriel Sosa Plata

CUADRU DE MÉXICO Los signos de apertura política en la radio mexicana son cada vez más claros.

Lo que antes era inusitado en el medio, se ha convertido en algo cotidiano.

Patrocinio de encuestas, transmisión en vivo de las elecciones internas de los principales candidatos y una cobertura especial de todas las campañas políticas en los noticiarios, son elementos a los que ya parecen acostumbrarse los radioescuchas capitalinos.

Efervescencia política

La efervescencia política tiene sus razones: por primera vez habrá de ser elegido el gobernador del Distrito Federal, al tiempo que se renovará a los integrantes de la Asamblea Legislativa de la capital, de la Cámara de Diputados y la mitad de la Cámara de Senadores en julio.

"Nuestro propósito es validar la cre-

(PRI). Esta organización política ha estado en el poder desde 1929.

Esta situación viene desde los años 40", dijo de la Selva. "Desde esa época ha habido entendimiento, un apoyo mutuo en favor de un fin común que ha sido el mantener, por una parte, los privilegios para la explotación comercial de la radio, y por la otra, un apoyo casi irrestricto a la política del gobierno".

Es por eso que una constante histórica ha sido la demanda de los partidos de oposición por abrir espacios en radio y televisión para la transmisión, en programas específicos, de sus plataformas de gobierno.

El camino para lograr tal apertura ha sido difícil e insuficiente debido a que los espacios establecidos por la legislación electoral han sido cargados sólo a los denominados "tiempos oficiales".

Los tiempos oficiales son los espacios que en los medios electrónicos el Estado puede disponer para la transmisión de campañas sociales y otros mensajes. En total son 30 minutos diarios que marca la

INFORMACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN EN 1988 (De octubre de 1987 a mayo de 1988)

TIEMPO TOTAL POR TIPO DE MEDIO

	TELEVISIÓN	RADIO
PRI	90,7%	69,4%
Partidos de oposición	9,3%	30,6%

Fuente: Centro Internacional de Investigación Política y Desarrollo, A.C. (Julio de 1988)

INFORMACIÓN EN RADIO Y TELEVISIÓN EN 1994 (Del 22 de junio al 16 de agosto de 1994)

PARTIDO	GLOBAL %	TELEVISIÓN %	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
Otros partidos (5)	15,5	24,4	10,1

Fuente: Comisión de Radiodifusión del IFE

dibilidad de la radio", dijo Adrián Vargas Guajardo, presidente de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México (ARVM), "porque consideramos que así podemos contribuir a que se realicen elecciones limpias, democráticas y abiertas".

Sin embargo, el interés de los empresarios por ser más plurales tiene también otra causa visible: incrementar sus audiencias perdidas en los últimos años y, a la vez, sus ingresos publicitarios.

"Este cambio se debe a una mayor atención que están poniendo a los medios, en su conjunto, los partidos políticos y otros grupos sociales", dijo Alma Rosa Alva de Selva, profesora e investigadora de la Universidad Nacional Autónoma de México. "Pero también los empresarios de la radio quieren ganar, con esta actitud, credibilidad y tener la posibilidad de argumentar que ellos sí están brindando un verdadero servicio público".

Radiodifusores priistas

Para la audiencia del centro del país, el actual comportamiento de la radio resulta novedoso. Esto se debe a que antes de las elecciones federales de 1994 los medios de comunicación, en lo general, se mostraban muy proclives a apoyar a Partido Revolucionario Institucional

Ley Federal de Radio y Televisión y el 12,5 por ciento (en un día de transmisiones) que desde 1969 los radiodifusores pagan en especie como un impuesto adicional al Estado.

Breve recuento

Un breve recuento... En 1973, la Ley Federal Electoral estableció, con tiempos muy limitados, el derecho de los partidos a tener acceso a la radio y la televisión durante los periodos de campañas electorales.

En 1977 la Ley Federal de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales (LFOPPE) extendió esa garantía en épocas de "normalidad" — cuando no había comicios en puerta — y dispuso que hubiera equidad en el acceso.

Para 1987, el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) estableció, a diferencia de la legislación anterior, la iniquidad: "la duración de las transmisiones de los partidos políticos será incrementada en periodos electorales en forma proporcional a su fuerza electoral".

Si bien hubo logros de los partidos políticos de oposición para tener un mayor acceso en radio y televisión a través de los tiempos oficiales, los avances se difuminaban a través de la escasa cobertura de sus

Vea OPOSICIÓN, página 58

CREAMOS LOS ESTÁNDARES POR CALIDAD MUNDIAL

SW Networks, una compañía de Sony Corporation of America, ofrece formatos de música a pedido con programas de gran calidad además de bibliotecas de producción, una variedad de materiales que le pueden ayudar a la preparación de sus programas matinales, muestras de sonidos con sus artistas favoritos, clips de sonido y mucho más.

**PARA PRODUCIR SUS PROPIOS
PROGRAMAS CON GRAN CALIDAD EN
INGLÉS O EN EL IDIOMA DE SU
AUDIENCIA, LLAME A DAVID BARONFELD
AL: (+1) 212.833.5400, EXT. 5684**

SW

networks

Una compañía de Sony Corporation of America

**1370 Avenue of the Americas New York, NY 10019
Fax (+1) 212.833.4994**

Marque el número (53) en la tarjeta de Servicio al Lector

La radio y los partidos políticos

► OPOSICIÓN, de la página 3
campañas políticas en los noticiarios. Estadísticas que acompañan este artículo comprueban tal afirmación.

Es por eso que desde 1994 el Instituto Federal Electoral (IFE, el órgano recientemente ciudadanizado encargado de organizar las elecciones) ha hecho en diferentes ocasiones una serie de exhortaciones a los radiodifusores.

El objetivo es que los difusores basen sus noticiarios en lineamientos como la equidad, objetividad, calidad uniforme en el manejo de la información, posibilidad de aclaración, sección especial para las campañas en los noticiarios, especificación de las informaciones noticiosas

pagadas y respeto a la vida privada de los candidatos.

No siempre los dueños de las estaciones han cumplido totalmente con tales recomendaciones, sobre todo en lo referente a la equidad. Sin embargo, ellos tienen sus razones.

"Los noticiarios sí deben ser equitativos y objetivos con todos los partidos", dijo Guillermo Salas Vargas, vicepresidente ejecutivo del Núcleo Radio Mil (NRM) y vocal de la ARVM. "Pero eso no debe equipararse a que les demos el mismísimo tiempo a cada uno porque eso rigidiza absurdamente la cobertura que pueda ser interesante para el público".

Salas agregó que la intención es ser

parejo en el tratamiento, aunque esto dependerá de las peculiaridades y actividades que tengan en campaña los candidatos. De lo contrario "podrían bostezar los radioescuchas" con información intrascendente o sólo de relleno.

Nueva reforma

Y con el ánimo de lograr un mejor trato hacia los partidos políticos, a fines de 1996 fue aprobada la nueva reforma política. Ésta, en lo general, incrementa los espacios que en los "tiempos oficiales" disponían las organizaciones políticas. Por ejemplo, para la elección de miembros del Congreso de la Unión, el tiempo total de transmisión para partidos es de

125 horas en radio y 100 en televisión.

Según el nuevo ordenamiento, cada partido político que no tenga representación en el Congreso de la Unión podrá disponer de un 4 por ciento de ese tiempo.

La parte restante se distribuirá entre los partidos que sí tengan representación en el Congreso (actualmente PRI, Partido Acción Nacional, Partido de la Revolución Democrática y Partido del Trabajo) bajo el siguiente criterio: 30 por ciento se repartirá en forma igualitaria y 70 por ciento en forma proporcional a su fuerza electoral.

Para el periodista de *Crónica* e investigador Fernando Majía, este es uno de los puntos más polémicos de la reforma en la medida "que beneficia al PRI, que ocupará un poco más de la mitad de ese 70 por ciento, pues su votación en las elecciones de 1994 rebasó el 50 por ciento".

A su vez, los radiodifusores se muestran descontentos por el aumento de esos tiempos. "El 12.5 por ciento que estamos comprometidos a otorgarle al Estado no debe destinarse como propaganda a los partidos políticos", dijo Salas. "Es para otro tipo de mensajes que están bien definidos en el decreto respectivo y que se relacionan con mensajes de interés público y aspectos similares".

Paralelamente, al tiempo que el IFE otorgó más espacio gratuito para la difusión de los programas partidistas, adquirirá en este proceso electoral hasta 10 mil promocionales en radio y 400 en televisión para la difusión de las campañas políticas. Cada promocional tendrá una duración de 10 segundos y están a disposición de los partidos. El presupuesto que durante este año ejerce el IFE para ello es de 125 millones de pesos.

Antes tales cifras, el periódico *El Financiero* señala que la facturación en radio y televisión podría aumentar en este año hasta en un 60 por ciento.

De esta manera, los radiodifusores tienen más razones para estar contentos que molestos, ya que no sólo ganan dinero sino también credibilidad y audiencia. Y es precisamente este último factor el que llevó a la ARVM a realizar diversas actividades con ese fin.

Entre las actividades está la aplicación de tres encuestas sobre la tendencia del voto, un estudio combinado de conteo rápido y de encuesta de votantes al salir del centro electoral (*exit poll*) y la organización de un debate entre los candidatos a la gubernatura del Distrito Federal (PAN, PRD y PRI). El debate será transmitido en cadena nacional de radio y televisión, y sobre cual informaremos próximamente.

Así, los cambios en la radio han sido de gran magnitud. Radiópolis es un grupo que siempre ha estado ligado al poder y propiedad del reconocido empresario Emilio Azcárraga. Este grupo transmitió en vivo por la XEQ 940 ¡Comunicación Total! el debate que sostuvieron Cuauhtémoc Cárdenas y Porfirio Muñoz Ledo para ganar la candidatura del PRD (de tendencia centro izquierda) a la gubernatura del Distrito Federal.

La felicitación de los partidos políticos de oposición a la radio no se hizo esperar. "Estos son los nuevos tiempos", dijeron algunos militantes perredistas al salir del debate. "Ni duda cabe que la radio se está transformando".

■■■
Gabriel Sosa Plata es periodista especialista en medios de comunicación que contribuye regularmente con artículos para *Radio World* desde México. Puede comunicarse con el señor Sosa al teléfono: +52-5-597-7288.

IT'S 100% RADIO

THE NAB RADIO SHOW

September 17-20, 1997
New Orleans, Louisiana

At The NAB Radio Show you can take charge of the new era in radio. Help control the destiny of your business and your career. This is radio's most exclusive event, focused on one thing only—your business, the business of radio! Plan now to attend The NAB Radio Show and...

- Supercharge your engineering skills in these cutting-edge certification programs:
- AM Directional Antenna Workshop
- RFR Workshop
- AM/FM Transmitter Workshop
- Interact with the industry gurus on the issues and opportunities facing your station.

- Network with radio's movers and shakers.
- Make the business deals that will take you into the next century.
- Experience ground-breaking technologies first-hand.
- Meet face-to-face with the suppliers that are shaping the new era of radio!

PLUS, you won't want to miss these exciting events:

- Radio's Opening Reception
- The NAB Marconi Radio Awards Dinner and Show
- The NAB Radio Luncheon and National Radio Award Presentation
- The NAB Career Fair
- And so much more!

The excitement is building—Register Today!

For more information:

- **WEB:** Point your web browser to www.nab.org/conventions/ to register on-line or to receive up-to-the-minute conference, hotel and travel information.
- **FAX-ON-DEMAND:** Dial **301-216-1847** from the touch-tone handset of your fax machine and follow the voice instructions.
- **CALL:** **800-342-2460** or **202-775-4970**. Want to exhibit? Call **202-775-4988**

SUCCEED IN THE NEW ERA OF RADIO

GET MORE INFO TODAY!

Fax this completed form to **202-429-5343**

Please send me more information on ☐ Attending ☐ Exhibiting RWI

Name _____ Title _____

Company _____ Call Letters _____ ☐ AM ☐ FM

Address _____

City _____ State _____ ZIP _____

Country _____ Email _____

Phone _____ Fax _____