



96
zej

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

ESTUDIO DE LA RADIO CULTURAL DE LA
CIUDAD DE MEXICO (1970 - 1996)

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A N :
PATRICIA MONTIEL HERNANDEZ
LAURA PATRICIA VILLARREAL RAMOS

DIRECTOR DE TESIS: CARLOS A. CHAVEZ SANCHEZ



MEXICO, D. F.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

1997.



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	I
CAPÍTULO I. MARCO HISTÓRICO Y CONCEPTUAL	1
1.1. Concepto y antecedentes de la radio	2
1.2. Surgimiento de la radio en México	8
1.3. Modalidades de la radio en México	12
CAPÍTULO II. REGLAMENTACIÓN DE LOS MEDIOS	15
2.1. Leyes en materia de radio y televisión hasta 1970	17
2.1.1. Leyes de carácter técnico	18
2.1.2. Leyes de carácter facultativo	19
2.1.3. Leyes de carácter limitativo	20
2.2. Los medios y la reforma de 1976	25
2.3. La centralización de la industria radiofónica	27
2.4. Los cambios en reglamentación de la radio de México (1977-1980)	29
2.5. Elementos que determinan el factor cultural de la radio (80's)	32
2.6. Regulación actual de la radio	37

CAPÍTULO III: DIFUSIÓN CULTURAL Y LA RADIO	
EN LOS 90'S	40
3.1. La cultura y su difusión en la radio	41
3.1.1. El desarrollo de la radio cultural hasta los 90's	42
3.2. Nuevas tendencias	49
3.3. La radio comercial	54
CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS DOS	
CADENAS RADIOFÓNICAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE	
MÉXICO	59
4.1. Radio Educación	60
4.1.1. Radio Educación y su organización interna	64
4.1.2. Los programas emitidos por Radio Educación	
en la actualidad	66
4.2. Radio Universidad	77
4.2.1. Radio Universidad en las últimas dos décadas	82
4.2.2 Programas que emite Radio Universidad	84
CAPITULO V. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y	
CONCLUSIONES	95
5.1. Determinación de la muestra	95
5.2. Aplicaciones de la muestra	98

5.3. Presentación y análisis de los resultados	100
5.4. Perspectivas y conclusiones de la radio cultural de la ciudad de México	110
BIBLIOGRAFIA	120
HEMEROGRAFIA	122
OTRAS FUENTES	124
ANEXO	125

INTRODUCCIÓN

La radio como medio de comunicación, desde sus inicios ha tenido como propósito fundamental el difundir hechos, circunstancias e información para que la sociedad esté enterada de lo que acontece a su alrededor, por esta razón podemos considerar a la radio como un instrumento transmisor de la cultura.

A través del cumplimiento de sus tres principales funciones: informar, educar y entretener,¹ la radio se ha convertido en un poderoso medio que se ha desarrollado al mismo ritmo que la propia sociedad. Este medio de difusión, también ha proporcionado parámetros de conducta a la audiencia sobre como formar y dirigir su propia vida.

En el ámbito mundial la radio es un medio de comunicación importante y con amplia trascendencia social, por lo cual es necesario reflexionar sobre el significado y el uso social que se le ha dado en la configuración de una parte importante de nuestra cultura.

El presente trabajo tiene como principal objetivo hacer un estudio directo de tipo exploratorio o de acercamiento a la realidad social, particularmente sobre la radio cultural, desde su organización, contenidos, desarrollo, características y problemas de sus emisiones en la ciudad de México, tomando en

¹ Romo Gilli, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, 3a. impresión, México, Ed. Diana, Mayo de 1990, p. 25.

cuenta el desarrollo que este medio ha tenido y las limitaciones ante las que se ha encontrado como consecuencia de que el Estado apoyó el surgimiento de la radio comercial, por lo que deseamos comprobar con ello la siguiente hipótesis:

El posible estancamiento de la radio cultural en la ciudad de México se debe a que el Estado ha dado prioridad al desarrollo de la radio comercial minimizando la importancia de la radio cultural.

Por esto tomamos en cuenta lo que Raúl Rojas Soriano dice acerca de una investigación directa, que es aquella en donde la información se obtiene directamente de la realidad social a través de técnicas como la observación, investigación documental en monografías, bibliografías, hemerografías y algunos documentos existentes sobre el tema, las herramientas de la investigación documental sirven de apoyo a la investigación directa.²

En nuestra investigación emplearemos técnicas de observación ordinaria, entrevistas estructuradas e informantes clave,³ con la finalidad de cumplir los objetivos establecidos y con los cuales se estructurarán cada uno de los capítulos, además de comprobar la hipótesis antes citada.

² Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, 18ª edición, México, Ed. Plaza y Valdés, Agosto de 1996, p.32.

³ *Ibidem*, pp. 33 y 34.

Desde sus inicios la radio se inventó como reflejo de una sociedad necesitada de entablar comunicación y obtener información como fue el caso de los marinos que pasaban mucho tiempo en altamar y que constantemente viajaban a nuevas tierras.

Esta necesidad permanece hasta nuestros días motivo por el cual la radio como medio de comunicación sigue existiendo, es decir, que la sociedad sigue precisando de la información y de mantener comunicación con otras personas.

Para poder comprender el amplio mundo de la radio y su importancia, es necesario conocer el significado de ésta y las necesidades que ha cubierto para la sociedad. En el primer capítulo de este trabajo, se analizan los conceptos y antecedentes más importantes con respecto a la comunicación radial, considerando la etapa de su invención y el surgimiento de ésta.

Este marco nos permitirá conocer la relación de la radio con la sociedad, así como también el concepto que existe para definir a la radio de carácter cultural y sus principales funciones.

Cualquier medio de comunicación existente dentro de una sociedad debe seguir leyes que lo rijan, y por lo tanto, en el segundo capítulo hablaremos del desarrollo de esta legislación con base en las necesidades que han tenido los medios y la propia ciudadanía.

Se describirán las distintas leyes que han existido en nuestro país desde 1926, en materia de radio y televisión, además de los cambios más importantes que se le han hecho a través de los años. Asimismo, se hablará de la centralización de la industria radiofónica, del derecho a la información y de la regulación actual de la radio.

Con base a esta reglamentación, se abordará el tema sobre los elementos que determinaron el factor cultural de la radio en la década de los 80's.

Antes de definir a la radio cultural es necesario entender como cultura "el espacio vital donde se conjugan las habilidades creadoras de los hombres, sus formas de expresión, pensamiento, acción y participación, donde se manifiestan, las creencias, organizaciones y técnicas; donde el hombre no sólo es un receptor o consumidor de manifestaciones, sino un creador renovador y beneficiario",⁴ es decir, que cultura se refiere a todo aquello que el hombre crea en un tiempo y un espacio determinado y que contribuye al desarrollo de la sociedad.

Hay que precisar que la cultura está conformada por diversos factores sociales que en su conjunto rigen a los miembros de una sociedad. Donde están consideradas las pautas de conducta, las cuales se refieren a los esquemas que debe cumplir y llevar a cabo el ser humano que sea y que quiera ser miembro de dicha sociedad.

⁴ Romo Gilli, Ma. Cristina, La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza, México, IMER, 1990, p. 107.

Profundizar en las distintas concepciones de cultura, es el tercer capítulo de este trabajo donde nos centramos en evaluar los elementos considerados como parte de cualquier cultura y de la difusión que se le hace a este tema en la radio, a través de las estaciones de carácter cultural. Asimismo, es importante analizar el papel de la radio comercial en los últimos años y las limitaciones que han tenido las emisoras culturales y educativas a consecuencia de ello.

Puesto que el tema central de este trabajo es la radio de carácter cultural definimos a este tipo de emisoras como aquellas que “existen para prestar un servicio público sin fines de lucro; son propiedad del Gobierno Federal, de los gobiernos de los estados, municipios, universidades y otras instituciones educativas oficiales, y están subvencionadas por dichas entidades”.⁵

Estas emisoras son educativas e informativas ante todo y a través de su contenido, deben buscar ser interesantes para los radioescuchas.⁶

Este capítulo es la columna vertebral del presente trabajo, puesto que en él se analiza la importancia de la radio de carácter cultural para la sociedad mexicana que, día con día, se ha hecho más compleja y el número de sus problemas ha aumentado en gran consideración, por lo cual, en este tipo de

⁵ Vilar, Josefina, et al, El sonido de la radio, Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica, 1ª edición, México, Ed. Plaza y Valdés, UAM Xochimilco, 1988, p. 129.

⁶ Idem.

emisiones ha encontrado un verdadero amigo dispuesto a satisfacer sus necesidades educativas, culturales, sociales y de entretenimiento.

Es indispensable resaltar las distintas tendencias que han surgido en la radio como los programas hablados, la participación de la audiencia en éstos y los programas de análisis que buscan la reflexión de los radioescuchas respecto a temas que son de interés social, económico y político.

En el cuarto capítulo se analiza la programación de las dos principales estaciones de radio cultural de nuestra ciudad, Radio Educación y Radio Universidad, las cuales en las últimas dos décadas han luchado por mantener la atención y al mismo tiempo, satisfacer las necesidades comunicativas de la propia sociedad mexicana, sin tener realmente una gran audiencia.

El estudiar a ambas emisoras nos permitirá conocerlas en su organización interna y en los cambios que han hecho en los contenidos de sus emisiones. Asimismo, se hablará de los problemas que han tenido que enfrentar desde su aparición en el cuadrante en la década de los 20's, hasta la etapa que han vivido en los últimos años.

Para efectos de completar este trabajo de investigación decidimos llevar a cabo una encuesta para encontrar un panorama real de la aceptación o rechazo que tiene la radio cultural en la ciudad de México. Los resultados obtenidos, así como las conclusiones a las que llegamos se exponen en el quinto y último capítulo.

La radio por ende es un medio de difusión que cuenta con una gran aceptación en todos los niveles de la sociedad. Actualmente mantiene una actitud de servicio hacia el público radioescucha, teniendo como metas principales ofrecer la programación que la audiencia requiere o desea escuchar.

La radio cultural, considerada como la "Otra Radio", por Cristina Romo, es ahora el medio de comunicación que estudiaremos en este trabajo, considerando su posición mostrada ante su audiencia y a las necesidades de comunicación de la propia ciudadanía mexicana.

La radio cultural fue creada con el objetivo de incrementar el nivel educativo y capacidad de reflexión de los radioescuchas, por medio del contenido de los programas así como proporcionar un espacio para la difusión de los diversos trabajos de investigación.

En el presente trabajo analizamos la continuidad de la radio cultural a lo largo de su historia, su aportación y lo que significa para nuestra sociedad. Paralelamente, tratamos de rescatar este tema, a veces relegado o poco considerado debido al apabullante acaparamiento de la radio comercial.

Hablar de la riqueza de la radio que ofrece una opción inteligente, que no considera al público como un simple consumidor de productos sino como una persona sensible y pensante, es hablar de la radio cultural.

CAPÍTULO I. MARCO HISTÓRICO Y CONCEPTUAL

La radio como medio de comunicación masiva, es uno de los instrumentos adecuados para difundir información, cultura y entretenimiento, además de llegar a la población en general en el momento que ésta lo desee.

Con el paso del tiempo, la radio ha evolucionado en todos los aspectos, desde el ámbito histórico y conceptual, hasta su estructura interna. Como medio de difusión cumple con distintas funciones, ya sea informar, educar, entretener o emitir anuncios publicitarios de algún producto o servicio.

El mensaje en la radio es inmediato y simultáneo, debe ser claro, sencillo y conciso para que el radioescucha entienda el contenido con sólo oírlo una vez. Debe emitirse de manera interesante para lograr captar la atención del radioescucha y así, aprovechar el poder de sugestión del medio. El locutor es el que da la sensación de que se dirige personalmente a cada radioescucha, estableciendo una relación de empatía.

La ventaja del mensaje de la radio es que está al alcance de todos los sectores de la población en sus diversas manifestaciones: radio comercial, experimental, cultural y comunitaria, independientemente de la posición económica y social de los radioescuchas. Muestra de ello es que desde su creación a la actualidad han aumentado las estaciones dentro del cuadrante. "A octubre de 1996, son mil 47 estaciones concesionarias y 108

permisionarias en la República Mexicana".¹ La principal diferencia entre una estación concesionaria y una permisionaria, es que la primera responde a cambios mercantiles, mientras que la segunda labora a través de un permiso, sin que sus fines sean de lucro.

Día con día las emisoras se han preocupado por ir especializando más el contenido de sus programas y su tiempo al aire es cada vez más amplio. Esta nueva estructura en su programación se ha llevado a cabo por las necesidades de información y esparcimiento de la sociedad, "en la República Mexicana existen 15 millones 218 mil 821 radios en los hogares".²

En el desarrollo de los siguientes capítulos, se pretende ejemplificar la función de la radio dentro del lapso 1970-1996 en su aspecto cultural y su desarrollo mismo en la Ciudad de México.

1.1. CONCEPTO Y ANTECEDENTES DE LA RADIO

Existen varias definiciones sobre el concepto de la radio de acuerdo a diversos autores. Para este trabajo de investigación consideramos que es un medio masivo de comunicación que envía el mensaje a través de señales

¹ *En Cifras*, Revista *El universo de la radio*, México, Vol.1, No. 3, Otoño de 1996, p.84.

² *Idem*.

sonoras a distancia, en una forma dispersa y unidireccional; cuyos objetivos son informar, educar y entretener al público receptor, y que actualmente transmite una programación tan diversa que puede llegar a todos los sectores de la población sin importar el tiempo y el espacio.

Dennis Mc Quail, por ejemplo, define a la radio de la siguiente forma: tiene un número de características que son básicas para su formación:

- Un alcance generalizado
- Un contenido público
- Une al emisor y receptor con un mismo mensaje
- Los receptores no se conocen entre sí
- Una estructura técnica compleja para llegar al receptor.³

Por otro lado, Marshall McLuhan define a la radio "como un medio orientado hacia las necesidades individuales de un público generalizado en distintas horas del día y con una programación dirigida a todos los receptores que tienen también diversas actividades".⁴

Dentro de las principales funciones de este medio están: informar, educar y entretener o divertir,⁵ con la característica de ser inmediata y de gran alcance

³ Mc Quail, Dennis, Características de los medios de comunicación masiva, México, Ed. Diana, p.30.

⁴ McLuhan Marshall, La Comprensión de los medios como las extensiones del hombre, México, Ed. Diana, 1973, p.58.

⁵ Romo Gilli, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, Op. Cit. p. 25.

como medio de difusión, a través del cual se pueden incluir mensajes publicitarios ya que es un método efectivo de comunicación auditiva que sirve como enlace entre un número infinito de personas y llega a cualquier individuo sin importar su condición económica y social.

La radio tiene una posibilidad infinita de difundirse, ya que al ser meramente auditiva, no tiene límites en su mensaje y puede captarse de forma voluntaria e involuntaria. Cabe mencionar que un radioescucha, al recrear en su mente lo que percibe por la radio, puede interpretarlo como su capacidad educativa, social y persuasiva se lo permita.⁶

La radio nació por satisfacer la necesidad de comunicarse a distancia, como en el caso de los marinos, donde la radio era necesaria para comunicarse desde tierra firme con los barcos en altamar.

Uno de sus precursores, el italiano Guillermo Marconi, en la última década del siglo pasado realizó diversos experimentos. En 1894 logró que sonara una campana a distancia en su laboratorio, basándose en la propagación de las ondas electromagnéticas descubiertas por Hertz cuatro años antes.

Marconi se dirigió a Inglaterra —donde el uso de la radio sería fundamental— para mostrar al imperio británico la nueva conexión sin hilos, ya que fortalecería su flota marítima gracias a una mejor comunicación.

⁶ Vilar, Josefina, et al, Op. Cit. p. 25.

Después de varios intentos por patentar su invento, Marconi logró enviar una señal a través del espacio el 2 de junio de 1897, logrando fama y reconocimiento en Europa al comunicar a dos embarcaciones con la tierra a una distancia de 5 y 16 kilómetros.

El New York Herald de los Estados Unidos, invitó al italiano Marconi a Norteamérica, donde fundó en 1899 una compañía dedicada a la explotación de su patente radiofónica, la cual 20 años después formaría la Radio Corporation of America (RCA Victor), una de las pioneras en este ámbito.

Marconi continuó sus experimentos con la radio y en 1903 captó noticias emitidas desde Inglaterra y Canadá, al estar a bordo de una embarcación en altamar, iniciándose así el proceso informativo de la radio, al dar a conocer situaciones de interés general.⁷

Los trabajos realizados por Marconi hasta esa época, eran calificados como una emisión telegráfica, entonces, el físico canadiense Fessenden, logró por primera vez transmitir la voz a una distancia de 1600 metros en el año de 1901.

Fessenden adquirió experiencia durante su estancia laboral con Edison, lo cual le facilitó su desarrollo profesional al canadiense, y por ende, el perfeccionamiento de los resultados de los experimentos efectuados por

⁷ Mc Quell, Dennis, Op. Cit. p. 32.

Marconi. Fessenden logró que la onda electromagnética fuera continua y que la voz recorriera una cierta distancia por medio de un detector más sensible.⁸

Después de esto, Fessenden pudo enviar una emisión que contenía música y también una voz, la cual fue captada por unas embarcaciones que se encontraban cerca del litoral canadiense.

Esto marcó el inicio del proceso lucrativo sobre el funcionamiento de la radio; era ahora una transmisión comercial, pero no todos compartían la opinión de Fessenden al respecto.

Por otro lado, Lee De Forest mejoró los estudios del canadiense y comenzó a transmitir música con el fin de alegrar a los marinos durante sus viajes en altamar. Fue el primer creador de una transmisión a control remoto en la historia de la radio, con la participación de Enrico Caruso que se encontraba en la Opera House de Francia.

Con este tipo de emisiones, se inició el proceso de fabricación de radio receptores en el ámbito comercial, aunque era necesario utilizar audifonos para recibir el mensaje.

Hasta esos momentos la radio sólo había servido como medio de comunicación entre la marina y la aviación —la cual estaba iniciando— Sin embargo, fue el ruso Sarnoff quien cambió la expectativa de la radio al estar

⁸ Idem.

en contacto con el Titanic en el momento exacto del accidente transmitiendo información sobre el suceso.⁹ Fue entonces cuando la radio se convirtió en un medio de comunicación social.

Sarnoff indicó que la radio era un aparato de comunicación colectiva y que la fabricación de aparatos receptores era fundamental para fomentar la industria de la radio como tal, aunque todavía no se conocía el alcance y magnitud de la radio en esa época.

El conflicto bélico entre Alemania y Estados Unidos propició que el gobierno estadounidense expropiara las emisiones experimentales argumentando que su uso era exclusivo de la milicia. Después fueron devueltos a sus dueños originales quienes perfeccionaron sus aparatos con innovaciones desarrolladas durante la guerra.

Cada continente desarrolló con su modo a la radio, de acuerdo a sus necesidades y capacidad tecnológica en esos años, siendo finalmente la KADKA de la Westinghouse quien inició la radiodifusión, después de que la Radio Corporation of America (RCA), no consideró viable la propuesta de Sarnoff sobre el uso de la radio como medio colectivo o social.

La Westinghouse fabricó en serie los radioreceptores al percatarse del gran mercado con el que podrían contar. La KADKA, el 2 de noviembre de 1920,

⁹ De Fleur, Melvin, Teorías de la comunicación masiva, Buenos Aires, 1970, p.78.

fue la primera emisora legalizada y autorizada para transmitir. Se iniciaba entonces la radio masiva reglamentada.

El 4 de noviembre de 1912 nació en Inglaterra la British Broadcasting Company (BBC), otra empresa precursora de la radio que sigue funcionando actualmente.

En Estados Unidos se otorgaron 670 autorizaciones por parte del gobierno para establecer estaciones de radio, lo que generó transmisiones en cadena y una proyección de este medio como una industria potencial en el ámbito mundial.

1.2. SURGIMIENTO DE LA RADIO EN MÉXICO

La primera emisión radiofónica en México, se le atribuye al Ingeniero Constantino de Tárnava hijo, originario de la Ciudad de Monterrey, Nuevo León, el 9 de octubre de 1921, quien logró transmitir desde su ciudad de origen, el primer programa radial.

Tárnava durante su juventud desarrolló el primer aparato transmisor en el país, gracias a su habilidad adquirida en la electrónica, después de estudiar en Estados Unidos ingeniería eléctrica y de su interés por la radio experimental.

El periódico El Universal, gracias a Félix F. Palaviccini acordó invertir capital en el área radiofónica, junto con empresarios como Raúl Azcárraga Vidaurreta, quien se dedicaba a los servicios de estacionamiento en la alameda —uno de los pioneros de este tipo que funcionaban en la ciudad— ambos visionarios grupos industriales que buscaban siempre nuevos campos donde invertir.

Dichos grupos empresariales formaron la emisora La Caja de la Radio, en 1922. Posteriormente hizo lo mismo Martín Luis Guzmán, entonces director del Periódico El Mundo. Durante esta década, también se funda la estación JH que posteriormente da origen a la CYB de la Compañía Cigarrera “el buen tono” y que hoy opera con las siglas XEB.

A partir de entonces la radio se dedicó a difundir principalmente programas musicales y radionovelas, es decir, su programación se basaba en el entretenimiento dejando en un segundo plano a la información.

Una de las primeras estaciones fue la XEQ fundada en 1938, que transmitió programas musicales durante el día, abarcando varios géneros de musical. Siempre presentó sus programas mediante la aparición de marcas reconocidas

incluso utilizaba la siguiente frase: “La XEQ, una emisora al servicio de usted, el comercio y la industria nacional”.¹⁰

Con esta estructura, el propósito de la radio se orientó hacia el entretenimiento, pues el informar y educar no eran una prioridad; en ese momento la publicidad era fundamental, como lo es en nuestros días, para el financiamiento de la radio. Sin embargo, las radiodifusoras no pueden dejar de cubrir el aspecto cultural que el gobierno les exige para poder transmitir, por lo que con programas como “Los Niños Catedráticos”, “El DRIQ” y la “Campana Cultural XEQ”, esta emisora pretendía cubrir el aspecto educativo y cultural de la radio, aunque eran cápsulas de menos de un minuto de información.¹¹

Los industriales trataron de justificar que la radio sí cumplía con sus funciones educativas y de información gracias al contenido que tenían los comerciales de ciertas marcas, como es el caso de Colgate y Palmolive, con cuyos anuncios la población aprendió a lavarse los dientes y a bañarse con jabón.

La XEX por su lado, inició sus actividades el 30 de octubre de 1947, con una actitud reformadora de la moral, ya que sancionó varias melodías como “amorales”, las cuales eran difundidas en otras emisoras —como “Aventura”

¹⁰ Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, México, 1972.

¹¹ Idem.

de Agustín Lara, por ejemplo— donde apareció como principal locutor Alfonso Sordo Noriega, ex-trabajador de la XEQ.

Otras estaciones, como la XEFO del Partido Nacional Revolucionario (actual PRI)¹² y la XEOY del Grupo Radio Mil iniciaron sus transmisiones radiofónicas en 1942,¹³ aunque sólo difundían noticias de interés público.

Finalmente, la radio mexicana caracterizó su programación por las radionovelas principalmente, las cuales se transmitieron de forma continua de 1940 a 1955 y le dieron un toque dramático al estilo radiofónico. Era el de mayor auge entre el público receptor en esa época, al servirle de entretenimiento para la población en general.

Desde los inicios la radio comercial ha sido lucrativa con programación de entretenimiento logrado gracias a la variedad de su programación tanto en su contenido informativo como musical, mientras que la radio cultural ha buscado atraer a su audiencia sin fines de lucro, buscando “la difusión de la cultura, la educación, la orientación o el deporte no profesional”.¹⁴

¹² Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, 8ª edición, México, Ed. Juan Pablos, 1990, p. 91.

¹³ Sosa Plata, Gabriel y Esquivel Villar, Alberto, Los mil y una radios, México, Ed. Mc Graw Hill, 1997, p. 7.

¹⁴ Villar, Josefina, et al, Op. Cit. p. 30.

1.3. MODALIDADES DE LA RADIO EN MÉXICO

En el transcurso del desarrollo radiofónico en México, la radio ha tenido diversas manifestaciones, tal es el caso de las estaciones experimentales, culturales o educativas y comerciales. Todas estas funcionan mediante un permiso o concesión otorgado por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT), en un espacio determinado en alguna frecuencia, ya sea AM, FM u onda corta y en base a la Ley Federal de la Radio y Televisión, la cual rige este ámbito.

La penetración de la radio comercial es mayor que cualquier otra, ya que a través de su programación, busca satisfacer las necesidades y exigencias del público consumidor, al mismo tiempo que trata de cubrir las necesidades publicitarias de la iniciativa privada, fortaleciendo así los intereses económicos de las empresas.

En cambio, la radio denominada experimental es utilizada por aficionados a la materia o estudiosos en el área, las cuales transmiten emisiones en un espacio otorgado por la Secretaría de Comunicaciones para realizar sus actividades de manera no lucrativa y transmitir por un tiempo establecido.

Este tipo de radio se manifiesta principalmente en pequeñas comunidades y en escuelas dedicadas a impartir la materia, ya que se utiliza para

experimentar y conocer el funcionamiento de la radio como industria, desde su producción en sí, hasta su difusión en público.

En cuanto a la radio cultural o educativa , su principal objetivo es fomentar el interés por la cultura, dirigiéndose a todos los sectores de la población. Para efectos de esta investigación nos referiremos al surgimiento de las diferentes estaciones culturales que transmiten en la ciudad de México.

En primer término, la Secretaría de Educación Pública, creó Radio Educación en 1923, destinada a emitir programas que reforzaran la función educativa de dicha institución.

La segunda radiodifusora cultural que surgió fue Radio Universidad, bajo la manutención de la Universidad Nacional Autónoma de México, en 1937, con el objetivo de difundir el pensamiento universitario y la cultura generada en torno a la propia Universidad.

Sin embargo, no solamente las instituciones dedicadas a la educación fueron las únicas interesadas en este tipo de emisoras. El Estado creó el IMER, Instituto Mexicano de la Radio en 1983, "como un organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio propio".¹⁵ Dentro de los objetivos de su creación se encuentran el de operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad

¹⁵ *Ibidem*, p. 130.

radiofónica pertenecientes al Gobierno Federal, administrando y operando así, a las emisoras estatales. Asimismo, produce los programas radiofónicos relacionados con la transmisión de información referente al Estado o de corte oficial, que son transmitidos en todas las radiodifusoras del país con duración de 30 minutos.¹⁶ Dichas cápsulas son identificadas como espacios de cortesía patrocinados por RTC (Radio, Televisión y Cinematografía).

Después de describir los antecedentes históricos de la radio y definir el concepto de la radio cultural en sí, podemos continuar en el siguiente capítulo con la descripción de la reglamentación estipulada para legislar este medio en nuestro país.

¹⁶ *Idem.*

CAPÍTULO II. REGLAMENTACIÓN DE LOS MEDIOS

La reglamentación de los medios, se hizo indispensable, a partir del constante crecimiento de los mismos, los cuales necesitaban normas y leyes que los rigieran. El Estado es el encargado de promover esta legislación según el artículo primero de la Ley Federal de Radio y Televisión, que dice “corresponde a la nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible”.¹⁷

Las leyes que rigen los medios de comunicación en México están vigentes desde 1923. Como cualquier legislación, ésta se ha modificado con el paso del tiempo y con las necesidades e intereses de la sociedad. Este conjunto de disposiciones jurídicas en materia de comunicación masiva surge, “generalmente, de la ley fundamental de cada nación, Constitución o Carta Magna, toda vez que en la misma existe, cuando menos, un artículo que se refiere a la libre expresión de las ideas.”¹⁸

A esto debemos agregar el derecho que tiene la sociedad a estar debidamente informada, es decir el “derecho a la información”, el cual es una garantía social de suma importancia.

¹⁷ Ley Federal de Radio y Televisión, Diario Oficial de la Federación, México, 19 de enero de 1960, p.3.

¹⁸ Villar, Josefina, et al, Op. Cit. p. 137.

Actualmente el artículo 6º de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, señala lo siguiente: “la manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado”.¹⁹

Con respecto a la libertad de prensa, queda manifiesto en el artículo 7º de dicha Constitución que: “Es inviolable la libertad de escribir y publicar artículos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni exigir fianza a los autores o impresores ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene más límites que el respeto a la vida privada, a la moral, y a la paz pública. En ningún caso podrá secuestrarse la imprenta como instrumento del delito”.²⁰

Como se puede observar, esa “libertad de expresión” tiene sus límites respecto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. Por lo cual estos artículos constitucionales pueden, en momentos en los que se considere necesario, facultar al gobierno para censurar y/o penalizar a cualquiera de los medios de comunicación.

Sin embargo, la indiferencia del gobierno ante el crecimiento del monopolio

¹⁹ Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Febrero 1996, Art. 6º.
²⁰ Ibidem, Art. 7º.

electrónico generó una tensa situación a finales de los 70's, por lo cual urgía que el Estado reformara de algún modo el control de los medios.

Las disposiciones generales que en materia de legislación dictó el gobierno desde 1926 se han modificado, pero contienen cierta normatividad que a continuación analizamos.

2.1. LEYES EN MATERIA DE RADIO Y TELEVISIÓN HASTA 1970

Desde el gobierno de Plutarco Elías Calles hasta el de Luis Echeverría, el Estado de México ha expedido tres tipos de leyes para normar a las industrias de Radio y Televisión y estas son:

- 1) De carácter técnico
- 2) De carácter facultativo
- 3) De carácter limitativo

2.1.1. LEYES DE CARÁCTER TÉCNICO

Las leyes de carácter técnico se refieren a todas las disposiciones que el gobierno emite, en relación al espacio aéreo que pertenece a la nación y que es ocupado por las industrias de radio y televisión para emitir sus transmisiones.

Estas disposiciones jurídicas técnicas “surgen de la necesidad que tiene el Estado de reglamentar el funcionamiento de una industria como la radio y la televisión, que para propagar ondas electromagnéticas requieren del espacio situado sobre territorio nacional, el cual, según la fracción IV del artículo 42 de la Constitución es propiedad de la nación”.²¹

Durante el gobierno de Plutarco Elías Calles, se expidió en 1926 la “Ley que regula las transmisiones de radio en México”. El propósito de su creación fue organizar el funcionamiento de los medios de difusión que utilizan el espacio aéreo de la nación y que necesitan transmitir con una frecuencia asignada.

Posteriormente se promulgó en 1931 la primera “Ley de Vías Generales de Comunicación”, la cual normó los servicios de anuncios comerciales por radio, en conexión con la Red Telegráfica Nacional.

²¹ Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México. Op. Cit. p.109.

2.1.2. LEYES DE CARÁCTER FACULTATIVO

Las disposiciones jurídicas facultativas son aquellas mediante las cuales, el Estado “concede privilegios a las industrias de radio y televisión”, ya sea por la posición hegemónica de dichas industrias en lo referente a la radiodifusión internacional o porque después de un periodo de negociaciones con los industriales, el Estado se ve obligado a legislar a favor de la empresa privada.²²

El primer antecedente de estas leyes se remonta a 1929, con el decreto que aprueba la “Convención Radio Telegráfica Internacional” publicada en el Diario Oficial el 24 de mayo del mismo año. Asimismo, en 1938 se aprobó “El Convenio Regional Norteamericano de Radiodifusión”.

En el sexenio de Miguel Alemán, se promulgaron algunas leyes de carácter facultativo:

- Decreto del 19 de febrero de 1948 que aprueba la Convención Internacional de Radio Comunicaciones, firmada el 25 de septiembre de 1948 en Río de Janeiro.

²² Fernández Christlieb, Fátima, La industria de la radio y televisión. Gestión y desarrollo. México, No. 3, Vol. I, Juan Pablos Editor, Julio - Septiembre de 1986, p. 119.

- Decreto del 25 de febrero de 1948 que aprueba el convenio interino para regularizar el uso de la banda normal de radiodifusión en la región norteamericana. Se promulgó el 17 de marzo de ese mismo año.
- Acuerdo internacional sobre radiodifusión por altas frecuencias firmado en México en 1949 y publicado en el diario oficial el 21 de junio de 1951. Decreto del 22 de junio de 1951 que aprueba el acuerdo anterior.

Estas disposiciones, en su mayoría, fueron el resultado de convenciones internacionales organizadas por asociaciones privadas de tipo internacional

2.1.3. LEYES DE CARÁCTER LIMITATIVO

Este tipo de disposiciones limitativas las dicta el Estado para enmarcar el área de acción de la radio y la televisión mexicana. En este rubro de leyes, se establece la “Ley Federal de Radio y Televisión de 1960”, dicha legislación fue la primera en normar el uso de la radio y la televisión.

Es en esta ley, en la cual se especifican los requisitos para otorgar las concesiones y motivos para la cancelación de las mismas, así como las

condiciones que existen para las transmisiones en algún idioma extranjero y los límites en lo que a propaganda comercial se refiere.

El cumplimiento de dicha legislación, promulgada en 1960, es responsabilidad fundamental de: la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

La primera de ellas vigila y controla, por la vía del monitoreo, que el contenido de los mensajes radiofónicos se ajuste a las normas existentes en la materia e igualmente garantiza el pleno cumplimiento de los derechos constitucionales en el ámbito de la comunicación y de las demás leyes y reglamentos referentes a la radiodifusión. También a la Secretaría de Gobernación le compete la coordinación y el funcionamiento de las estaciones del Gobierno Federal.

Por su parte, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, es la encargada de que las emisoras se ajusten a los lineamientos técnicos, desde su previa instalación hasta su funcionamiento y se mantiene permanente a través de inspecciones periódicas.

Asimismo, esa dependencia tiene la facultad de otorgar, o en su caso revocar, concesiones y permisos para la instalación de una emisora de radio, asignándole la frecuencia respectiva en Amplitud Modulada (A.M.), Frecuencia Modulada (F.M.) u Onda Corta (O.C.).

También determina la naturaleza y el propósito de las propias emisoras, las cuales podrán ser según el Artículo 13° de la Ley Federal de Radio y Televisión:

- **comerciales**, cuando tengan un fin eminentemente lucrativo a través de la venta de su tiempo de transmisión, por lo que se les otorga una concesión (emisora concesionaria)
- **oficiales**, las cuales son administradas y operadas ya sea por el Gobierno Federal o por los Gobiernos Estatal y Municipal (emisora permisionaria)
- **culturales**, administradas y operadas por universidades o casas de cultura e instancias gubernamentales (emisora permisionaria)
- **de experimentación**, utilizada por aficionados a la materia o estudiosos en el área (emisora permisionaria).

Parte de las disposiciones que contiene esta Ley, se orientan a legislar sobre los contenidos de las emisiones, mientras que otras lo hacen sobre la operación técnica.

Dentro de los principales aspectos que considera esta ley se encuentran los siguientes:

a) Señalar a la radio y televisión una función social, lo cual se establece concretamente en el Artículo 4º, el cual señala que “la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto, el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social”.²³

b) Dar libertad a las empresas que manejan los medios para sus tarifas con la autorización gubernamental correspondiente, lo cual se establece en el Artículo 53 que dice “La Secretaría de Comunicaciones y Transportes fijará el mínimo de las tarifas a que deberán sujetarse las difusoras comerciales en el cobro de los diversos servicios que les sean contratados para su transmisión al público”.²⁴

c) Separar y clasificar las funciones del Estado en materia de comunicación.

d) Destinar el tiempo de la propaganda comercial, el cual, según el Artículo 42, no excederá del cuarenta por ciento del tiempo

²³ Ley Federal de Radio y Televisión, Op. Cit. Art. 4º.

²⁴ *Ibidem*, Art. 5º.

total de transmisión, así como regular la frecuencia de los comerciales.

Concretando, la Ley de 1960 establece las obligaciones y derechos de los concesionarios que a continuación se señalan:

- a) Cumplir una función social.
- b) Transmitir en cadena nacional y en forma gratuita los boletines y mensajes emitidos a la población mexicana.
- c) Anunciar previamente al auditorio los programas no aptos para niños.
- d) Utilizar de manera obligatoria el idioma español.
- e) Acatar las observaciones que por escrito le entregue la Secretaría de Gobernación.
- f) Evitar la publicidad engañosa y exagerada.

Asimismo, dicha Ley especifica las siguientes obligaciones y derechos del Estado:

- a) Promover programas de orientación al ciudadano.

- b) Proteger la radio y la televisión.

- c) Dar facilidades a las estaciones para que puedan ser captadas en el extranjero y así divulgar nuestra cultura, fomentando así el turismo y las relaciones comerciales.

- d) Dictar las normas técnicas necesarias para la operación de las estaciones.

2.2. LOS MEDIOS Y LA REFORMA DE 1976

Durante el gobierno del licenciado José López Portillo, se esbozó su programa de gobierno en 1976, el cual contenía la reestructuración del aparato estatal mediante una reforma administrativa que "procuró respaldarse en un personal idóneo, eficiente, honesto y que se propuso fortalecer la organización republicana respetando y robusteciendo las funciones legislativa y judicial, así como los derechos regionales derivados del régimen federal".²⁵

Respecto a la radio y la televisión, la Ley Orgánica de 1976, definió cuatro Secretarías de Estado relacionadas con los medios de comunicación. Dos de

²⁵ Carrillo Castro, Alejandro. La reforma administrativa en México, México, Ed. Porrúa, 1980, p. 134.

ellas ejerciendo funciones de control y las dos restantes, con una intervención secundaria.

Las secretarías con función de control son la Secretaría de Gobernación, la cual está a cargo de vigilar el contenido de las transmisiones y de administrar las estaciones radiofónicas y televisivas pertenecientes al Ejecutivo Federal; y la Secretaría de Programación y Presupuesto (desaparecida en la actualidad), la cual vigilaría y controlaría financiera y administrativamente la operación de los organismos descentralizados y las instituciones que explotarían bienes y recursos de la nación. Puede decirse que aquí entrarían las entidades que utilizan el espacio aéreo para la transmisión de mensajes radiofónicos o televisivos.

Asimismo, las dependencias que tienen la vigilancia secundaria son la Secretaría de Educación Pública y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. La primera está encargada de vigilar las emisiones de la radio y televisión y la segunda es la encargada del aspecto técnico de las emisoras y otorga concesiones y permisos.²⁶

En resumen, la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal de 1976, reforzó la regulación del Estado en los medios de comunicación, de forma más orgánica y funcional.

²⁶ Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Diario Oficial de la Federación, México, 29 de Diciembre de 1976, Art. 58, fracción 29.

2.3. LA CENTRALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA RADIOFÓNICA

Con la anterior reforma administrativa de 1976, anunciada por José López Portillo, todo indicaba un cambio fundamental en la injerencia del Estado en los medios de comunicación; los cuales, esencialmente radio y televisión, estaban en manos del monopolio radio-televisivo que desde la creación de estaciones transmisoras se forjó bajo la protección de los grandes consorcios norteamericanos.

Es necesario hacer una sinopsis histórica sobre la radio, para poder entender la influencia de estos grupos en el desarrollo de este medio en México y el papel que ha jugado en la centralización de esta industria.

En 1931 se funda la XEW, filial del consorcio Radio Corporation Of America (RCA) que mediante su división radiofónica, National Broadcasting Corporation (NBC) instrumenta el modelo comercial americano sustentado en la venta de espacios de transmisión para la inserción de anuncios publicitarios. Se debe destacar la participación de Emilio Azcárraga Vidaurreta, ya que el fue una persona importante en la penetración de las emisoras norteamericanas en nuestro país. Ese mismo año XEW-NBC anuncia la apertura de 15 estaciones más en la provincia.

A la par de este ingreso de cadenas norteamericanas al país, se consolidaban diversas asociaciones de radiodifusores encaminadas a unificar las estaciones radiofónicas presentando grupos fuertes y competitivos frente a las transnacionales.

Bajo esta perspectiva, en 1937 se creó la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AME) y la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC); esta última como una sección de la Cámara Nacional de Comunicaciones y Transportes, antecedente directo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

Para 1938 la Columbia Broadcasting System (CBS) inauguró, la cadena XEQ con su primera estación en la capital y 15 estaciones más en el interior de la República. En 1945, las dos grandes cadenas mencionadas anteriormente se fusionaron, creando así, la Organización Radioprogramas de México con más de 30 estaciones en el país.

En las posteriores décadas, el avance de la radio se caracterizó por la apertura de nuevas estaciones en el interior del territorio nacional; las que tenían origen independiente se vieron incorporadas rápidamente a las diferentes asociaciones y consorcios, los cuales se expandieron de forma desmesurada, provocando una centralización de la radio en unos cuantos grupos minoritarios que controlan desde esa época el desarrollo de la radio nacional.

En el transcurso de los años, los medios de comunicación adquirieron un lugar relevante en los sectores académico y político de México. En el caso particular de la radio, basándonos en la información disponible, se puede argumentar que las investigaciones relacionadas con este medio, demostraron una tendencia ascendente por parte de la audiencia para escuchar este medio a partir de los años sesenta.²⁷

Esto es importante, puesto que coincide con la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en ese mismo año (1960) y que aparentemente pondría en riesgo el que las emisoras cumplieran con las funciones y requerimientos allí señalados. Además de que como se ha mencionado, los grandes consorcios temían que el "tesoro" que la radio comercial había encontrado desde sus inicios, al atraer a la audiencia, se perdiera como consecuencia de la Ley establecida.

2.4. LOS CAMBIOS EN REGLAMENTACIÓN DE LA RADIO DE MÉXICO (1977-1980)

Los monopolios de la radio y la televisión se fortalecieron durante la indecisión y la falta de una política informativa bien definida por parte del

²⁷ Rebell Corella, Ma. Antonieta, et al, Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, 1ª edición, México, Ed. Trillas, 1989, p. 220.

Estado. Durante el gobierno de Luis Echeverría, él mismo amenazó a los medios de comunicación con cancelar concesiones y reducir el carácter comercial de las transmisiones. Esta advertencia hecha por el entonces presidente, sólo condujo a los medios a tomar un rumbo anticultural y antinacional.²⁸

De este hecho surge la preocupación del Estado por establecer una nueva relación con los empresarios de la industria de la comunicación, sin embargo, el constante cambio de directivos y la desaparición y creación de organismos gubernamentales, restaron credibilidad a la administración, ante los grandes emporios.

Finalmente en 1980, dentro de los cambios legislativos propuestos para aclarar la situación, tanto con los empresarios como con la ciudadanía, inició el proceso de reglamentación del derecho a la información, a consecuencia de la adopción de la terminología y conceptos informativos del informe final de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, llamado: Informe Mc Bride, hecho por el presidente José López Portillo y firmado el 6 de agosto del mismo año.²⁹

Dicho informe respaldado por la UNESCO, mostró el panorama de los medios de información; destacó el problema de financiamiento y la búsqueda de formas no comerciales de comunicación.

²⁸ Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Op. Cit. p. 225.

²⁹ Idem.

No obstante, aunque la presencia internacional de México abogó por una democratización de los medios y la institución del derecho a la información a toda la población, la realidad fue otra; la iniciativa privada recibió aún más concesiones y el proyecto de Ley fue cancelado.

Por otra parte, la participación de algunos sectores independiente en las audiencias públicas, la apertura al diálogo manifiesta en éstas y la existencia de un debate, sentaron las bases que conducirán a los medios electrónicos, sobre todo a la radio, a la búsqueda de la pluralidad, revelándose como un foro en el cual podrían expresarse libremente las opiniones de los más diversos sectores de la sociedad, siendo esta la directriz de muchas estaciones y grupos radiofónicos en la década de los 80's.

Sin embargo, se tomó en cuenta que el derecho a la información ofrece una gran oportunidad y representa un factor social, para que todo el país en sus distintos sectores, económicos y educativos, tenga acceso a la cultura, a los conocimientos en el arte, en la literatura, en las ciencias a través de los diversos temas que puedan contener las emisiones radiofónicas.

2.5. ELEMENTOS QUE DETERMINAN EL FACTOR CULTURAL DE LA RADIO (80'S)

Las diferencias entre una emisora cultural y una comercial son extensas, tanto ideológica como radiofónicamente hablando. Entre éstas encontramos las de carácter económico, que quizás es el principal motor para que existan buenas producciones en el cuadrante.

También podemos destacar que en lo referente a su contenido, en muchas ocasiones no hacen falta recursos económicos, sino gente preparada que esté comprometida con una sociedad, como por ejemplo, Radio Universidad, que desde sus inicios se ha preocupado por difundir las expresiones artísticas, culturales y científicas de sus propios alumnos y docentes.

En las dos décadas previas a los 80's, las políticas gubernamentales en materia informativa pretendieron fortificar el aparato estatal en lo referente a la expansión de medios informativos como en una ampliación del poder de decisión por la vía jurídica.

Dichas pretensiones estuvieron lejos de consolidarse lo cual facilitó el encubrimiento económico-político del monopolio de los medios de comunicación, principalmente la televisión, dando pie a los cuestionamientos de las organizaciones sociales sobre la legalidad en los medios de difusión.

Cabe destacar que como lo hemos mencionado antes, el gobierno no da una definición en cuanto a la cultura que deben difundir los medios. En esta concepción deberían entrar las características primordiales en cuanto a las cualidades de dicha cultura.

Sin embargo, los elementos que han determinado el factor cultural en la década de los 80's han estado influenciados por algunos sectores que tienen participación directa o indirecta en este medio de comunicación, dichos sectores son los siguientes:

a) Sector informativo: Compuesto por representantes de los principales medios de comunicación a escala nacional y regional.

b) Sector de partidos políticos: Compuesto por los partidos de oposición y del gobierno.

c) Sector de la opinión pública: Compuesto por sindicatos, asociaciones profesionales, educativas y universidades.

Se debe tomar en cuenta la definición que el gobierno da sobre las radiodifusoras culturales, las cuales en México, "son las que prestan un servicio público sin fines de lucro".³⁰ Este tipo de emisiones no pueden dedicarse a halagar el gusto fácil de la mayoría de la gente, porque deben ser

³⁰ Vilar, Josefina, et al, Op. Cit. p. 129.

ante todo "educativas e informativas, entendiendo éstas funciones como el servicio público que deben cumplir".³¹

A la dificultad de informar y educar adecuada y oficialmente, hay que añadir un problema que afrontan las radiodifusoras culturales: realizar este trabajo de forma amena para capturar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento.

En el capítulo cuarto de esta investigación, describimos las funciones y objetivos de dos de las difusoras de nuestro país, ubicadas en la ciudad de México, con el propósito de que diferenciamos cómo han adecuado éstas, el concepto cultural y la legislación en este rubro.

En México, como en otros países, se cuenta con una política de comunicación radiofónica integrada a la política de comunicación social del Gobierno de la República y en ello se sustenta la creación de organismos específicos en materia de radio. Esto sucede con el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), fundado en 1983 como organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonios propios.

Bajo esta perspectiva, se debe considerar que los elementos que determinaron el factor cultural, en la década de los 80's, a parte de los sectores anteriormente señalados, son en su mayoría, la constante necesidad de la

³¹ *Ibidem*, p. 129.

ciudadanía por mantenerse informada y encontrar en algún medio de comunicación, en este caso en la radio, un espacio que le pueda ayudar a incrementar su cultura e información.

“En la década de los 80’s la radio, se vio determinada por la movilización de las organizaciones sociales en búsqueda de canales de expresión propios y un crecimiento desmesurado de la tecnología informativa hacia nuevas formas de privatización”.³²

Al mismo tiempo el Estado tuvo problemas por garantizar la estabilidad económica en México, lo que orilló a la sociedad civil a buscar medios de expresión por los cuales pudieran ser atendidas sus demandas. Fue así como la radio experimentó una drástica transformación colocándose como el medio de comunicación con mayor servicio público en el país.

Algunos sucesos ocurridos en la capital del país durante esa década, reivindicaron la función de la radio de servicio público, sobre en todo tres acontecimientos:

En primer instancia, la pauta la dio el lanzamiento del Sistema de Satélites Morelos, lo cual permitió a las organizaciones radiofónicas transmitir sus señales a toda la República e incluso a otros países, consolidando así la importancia de la Radio.

³² Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, Op. Cit. p.305.

El segundo suceso más relevante, y que quizás fue el que marcó el auge de una función menos comercial y de servicio a la comunidad, fueron sin duda, los sismos del 19 y 20 de septiembre de 1985. Esto lo podemos afirmar puesto que al haber vivido tales hechos recordamos la ardua labor de la radio que aún con falta de electricidad en la ciudad, permitió comunicar a autoridades entre sí, familias que se encontraban dispersas en zonas de la capital o de la misma República.

Es imposible olvidar la función desempeñada por la radio y la televisión, pero principalmente la primera fue una gran ayuda para toda la sociedad, al ceder los espacios de entretenimiento a la solicitud de ayuda para los damnificados que perdieron sus hogares o que no encontraban a sus familiares.

Finalmente el tercer acontecimiento, fueron las elecciones de 1988, pues en este periodo uno de los candidatos a la presidencia de la República Mexicana, después de la caída del sistema en el conteo rápido de las votaciones, Cuauhtémoc Cárdenas tomó bastante fuerza en sus discursos y fue invitado por varias estaciones radiofónicas a expresar sus ideas y opiniones respecto al Partido Revolucionario Institucional (PRI) considerado del Estado y al cual pertenecieron él y su padre, en años anteriores. Es decir, que la radio ofreció conjuntamente con otros medios de comunicación pero ésta con mayor fuerza, una nueva perspectiva del país, preparándolo hacia la transición democrática.

2.6. REGULACIÓN ACTUAL DE LA RADIO

En la actualidad la regulación de la radio no ha variado, sin embargo su estructura sí, ya que se ha dejado de lado la importancia de ser un medio de servicio público para convertirse en un medio comercial.

De 1978 a la fecha, las estaciones de carácter cultural no han aumentado y pese al auge que ha tenido la necesidad de expresión por parte de los radioescuchas, el número de radiodifusoras en este rubro no se ha extendido.

Raúl Cremoux en su libro: *La legislación mexicana en radio y televisión*, menciona que en 1978 "...existían en México 793 estaciones comerciales y sólo 36 de las llamadas culturales... De hecho sólo son 20 las emisoras registradas en la columna de culturales".³³ Esto es a nivel nacional.

"Sin embargo, a sólo menos de dos décadas de estos datos, se ha notificado recientemente por la Asociación de Radiodifusores A.C., que en el Distrito Federal existen 64 emisoras, de las cuales 56 son comerciales y 8 culturales".³⁴

³³ Cremoux, Raúl, *La legislación mexicana en radio y televisión*, México, Ed. UAM, 1989, p. 28.

³⁴ Dirección General de Estadística. *Medición de auditorio de radio y televisión en el Distrito Federal*, México, 1985.

En lo concerniente a la autorización de concesiones para establecer una radiodifusora, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes establece en su reglamento capítulo VI, respecto a servicios de radiocomunicaciones lo siguiente: "Servicio de Radiocomunicaciones Autorizado; Servicio concesionado o permissionado de radiocomunicaciones especificándole una o más frecuencias asignadas con su respectiva potencia, en un área geográfica de servicio, con un horario de operación y demás disposiciones y parámetros específicos o la clase de servicio de que se trate".³⁵

Este reglamento también estipula la radiodifusión de señales pagadas y recibidas por usuarios determinados. Es decir, cuando una radiodifusora vende su producción a usuarios que pagan por escuchar ciertas estaciones, en el caso de Multiradio Digital, perteneciente a Multivisión.

Por otra parte, se toman en cuenta los servicios de radiocomunicación por satélite, para los cuales existen permisos que se pueden conceder, que permiten la conducción de señales entre puntos determinados, mediante el empleo de uno o varios sistemas de satélites. También se pueden conducir simultáneamente en un sentido de una señal desde un punto determinado, hacia un conjunto de puntos de recepción específicos.

A partir de este reglamento se puede establecer que las personas que estén interesadas en montar una radiodifusora, tienen varias ventajas en cuanto a la transmisión que pueden abarcar y el auditorio al que pueden llegar.

³⁵ Reglamento de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, Capítulo VI, p. 7.

Es decir, que pese a los constantes cambios que se le hicieron a la Ley Federal de Radio y Televisión, éstos no se han concretado por parte del Estado y sin embargo, han estado cambiando las funciones primordiales de este medio de comunicación, que inició con una función social, con espacios de servicio público y ahora se dedica a comercializar el espacio.

Este medio de comunicación, al igual que la televisión como medios electrónicos, han crecido en las últimas décadas en cuanto a publicidad, dejando a un lado sus principales objetivos: informar, educar y entretener.

Este hecho ha sido muy notorio ya que la sociedad civil ha encontrado espacios en los que puede expresarse y sin embargo, son pocas las radiodifusoras que están destinadas a difundir la cultura.

Después de conocer la reglamentación de la industria de la radio en México, es preciso conocer la función cultural que tiene este medio, por lo que se analizará en el siguiente capítulo.

CAPÍTULO III. LA DIFUSIÓN CULTURAL Y LA RADIO EN LOS 90'S

La radio en esta década se ha transformado considerablemente, colocándose como el medio de comunicación con mayor participación social. En la actualidad este medio se mantiene con funciones específicas y con responsabilidades sociales definidas.

Ante el innegable atractivo de la televisión, del video y sus potencialidades de globalización, un medio que tiene como características lo personal, íntimo, comunitario y cotidiano pareciera poco atractivo. Sin embargo, son precisamente esas características las que permiten que la radio adquiera una importancia en el mundo actual y en el mundo por venir.

Asimismo, este medio de comunicación ha creado nuevas tendencias en sus producciones como consecuencia de la necesidad de expresión que tiene la audiencia en los últimos años. Es innegable que la radio comercial se ha incrementado y que esta satisfaga la necesidad de entretenimiento de la audiencia, la cual día a día es mayor, puesto que los radioescuchas buscan el entretenimiento que ofrecen los medios de comunicación.

Estos aspectos son los que actualmente han llevado a la radio a un desarrollo desmesurado en todos sus ámbitos y en especial a considerar al radioescucha

como un interlocutor participe en las emisiones radiofónicas en las que se exponen temas de relevancia social.

3.1. LA CULTURA Y SU DIFUSIÓN EN LA RADIO

Para poder comprender la función cultural que tiene la radio, se debe entender el término cultura como el “espacio vital donde se conjugan las habilidades creadoras de los hombres, sus formas de expresión, pensamiento, acción y participación, donde se manifiestan las creencias, organizaciones y técnicas: donde el hombre no sólo es un receptor o consumidor de manifestaciones, sino un creador renovador y beneficiario”.³⁶

Estas ideas y creencias no sólo se refieren a determinada época o lugar, sino al conjunto de valores de cualquier sociedad. Al hablar de cultura no solamente se refiere a las costumbres, música o arte de una sociedad, sino a los aspectos sociales, económicos y políticos con los que se relacionan.

La cultura para cualquier persona debe ser un factor que le ayude a internarse en los sucesos que acontecen en su tiempo y en su espacio. Por esta razón, la

³⁶ Romo Gilli, Ma. Cristina, La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza, Op. Cit. p.107.

cultura abre caminos al difundirse en la sociedad incrementando sus conocimientos educativos.

En distintas ocasiones el término cultura es considerado como un grupo de ideas que tiene la élite. Sin embargo, la cultura debe entenderse como un instrumento al que tiene acceso la sociedad en común.

Se puede entender como cultura todo aquello que exalte el desarrollo de una o más personas a través de los acontecimientos y factores que influyen en otras personas. Lo cultural no debe entenderse únicamente como el ejercicio del arte, la literatura o del conocimiento histórico; más bien se trata de todo aquello sobre lo que descansa nuestra propia condición en el tiempo y espacio.

3.1.1. EL DESARROLLO DE LA RADIO CULTURAL HASTA LOS 90'S

Después de definir el término cultura, es indispensable recordar la función de la radio de carácter cultural, la cual es prestar "un servicio público sin fines de

lucro³⁷ según la Ley Federal de Radio y Televisión. En esta ley no se especifica que se entiende por cultura.

Es importante mencionar los cambios que ha tenido la radio cultural en México para evaluar su desarrollo desde sus inicios hasta la década de los 90's.

José Vasconcelos concibió el modelo de la radio cultural como una vía de comunicación que alentaba la intención educativa. Sin embargo, "a pesar del formidable impulso original, los entusiasmos fueron insuficientes. Una radio educativa sin contenidos pedagógicos, con problemas políticos, financieros y sin oyentes no tenía mucha viabilidad".³⁸

Con el desmesurado crecimiento de radiodifusoras de carácter comercial, lo más cultural que se transmitía eran los programas de competencia de conocimientos, memorización de hechos o la presentación de conciertos y obras musicales ilustradas con la biografía de sus autores. No obstante que este contenido desalentaba a la audiencia, los programas educativos atraían su atención aunque nunca completamente.

Ante estas circunstancias en la época de los 40's, la radio cultural paralizó sus transmisiones como consecuencia de que el público radioescucha centraba su

³⁷ Villar, Josefina, et al, Op. Cit. p.129.

³⁸ Pi Orozco, Luis Ernesto. Citado por Lidia Camacho en Fronteras, rumbos, sintonías y posibilidades de la radio, *Revista Mexicana de Comunicación*, México, No. 45, Fundación Manuel Buendía, Agosto - Octubre de 1996, p.40.

atención en los programas de la radio comercial que difundía radionovelas y programas musicales.

Para los 70's, la radio cultural renace gracias a la función social que este medio retomó con el movimiento estudiantil de 1968, el cual empezó a levantar a la sociedad de la pasividad en que vivía.

Este hecho fue uno de los acontecimientos que ayudó a la radio cultural a incrementar su audiencia, ya que el público radioescucha mostró su interés por conocer su propia historia y las circunstancias que guiaban la transformación del país.

Actualmente los contenidos de las producciones radiofónicas culturales se basan en las temáticas de orientación, cultura, educación, información, complementadas con entretenimiento y música ajena a la moda, pero que ofrece al radioescucha una variedad de programación y una alternativa diferente en radio.

Como medio de comunicación, la radio dispara la imaginación, establece una comunicación más directa, inmediata e instantánea con el receptor buscando establecer una intercomunicación.

La radio ha estimulado al auditorio a participar, "hacer radio es otra cosa. Es establecer comunicación, es crear sentido en común; es considerar al receptor

y al emisor como interlocutores".³⁹ Por lo tanto, la radio de carácter cultural, a la vez que busca incrementar el nivel educativo, también ofrece al radioescucha la oportunidad de expresar sus ideas, denuncias y de recibir orientación.

La identificación colectiva de la audiencia con los factores de carácter cultural y social de la radio es lo que fomenta el sentido cultural en ella misma. Esta identidad puede ser tangible en tanto seamos capaces no sólo de sentirla, verla o escucharla, sino de compartirla.

Al difundir la cultura por la radio se intenta difundirla con más personas y que a la vez ellas la compartan con la sociedad, logrando así una identificación con los problemas actuales, costumbres y tradiciones del país.

El desarrollo de la radio cultural en los 90's sin duda se ha incrementado, como consecuencia de los diversos sucesos acontecidos en el país. Aún cuando no nació como un foro para la política o para la economía, sí cumple con su función cultural al detallar los factores que van determinando la vida cultural de la audiencia, por lo tanto, los temas referentes a hechos políticos, sociales y económicos se difunden en este tipo de emisiones.

Es por ello, que en esta década, la radio cultural ha cambiado su programación, tomando en cuenta que un gran número de radioescuchas

³⁹ Romo Gilli, Ma. Cristina, *Ensayo la radio, vigente en el umbral del siglo XXI*, Revista *El Universo de la Radio 1*, México, Vol. 1, ARDF, Primavera de 1996, p.28.

necesitan un foro de expresión para comentar sobre sucesos que inestabilizan a la propia cultura, pues debido a varios factores, como la apertura del comercio con Norteamérica, han ocasionado que se ponga en peligro la autenticidad de las raíces mexicanas.

Se debe considerar que el gobierno de Carlos Salinas de Gortari (1988-1994) se interesó en las relaciones internacionales y poco se ocupó del aspecto nacional, incluyendo los valores del pueblo. Esta situación ocasionó el olvido del aspecto educativo a nivel nacional.

La radio cultural trata de ayudar a la audiencia a encontrar una autenticidad en sus raíces, es decir, lograr una identificación con los hechos que la rodean, incluyendo su historia y sus tradiciones. Para lograr una mayor participación de la audiencia, se auxilia de la forma en que emite sus mensajes, “una radio cultural es aquella que se abre a la participación de núcleos sociales cada vez más extensos, al mismo tiempo que es capaz de establecer los términos de una amplia credibilidad en la inmediatez de su estructura y su discurso”.⁴⁰

Erróneamente se pensaba que las radiodifusoras de carácter cultural estaban destinadas a difundir música clásica, obras de teatro, críticas de cine, biografías de músicos, poetas, pintores o escultores y que sólo tenían acceso a este tipo de programas personas con un alto grado de cultura. Sin embargo, se ha demostrado que la radiodifusión cultural pretende dirigirse a la audiencia

⁴⁰López Veroni, Felipe, El sentido cultural de la radio. Un medio genuinamente social, *Revista Mexicana de Comunicación*, México. No. 42, Año 8, Noviembre de 1995 - Enero de 1996, p. 8.

en general, con la intención de que ésta se interese en generar una identificación con su propia cultura.

El carácter cultural de la radio seguirá incrementándose, aún cuando existan nuevas tendencias en este medio de comunicación y pese a que el propio país inserte en su vida cotidiana costumbres de otros países, como consecuencia de los constantes intercambios comerciales que han surgido en esta década, ya que la propia sociedad busca preservar los valores, costumbres y tradiciones.

La audiencia busca satisfacer sus necesidades de expresión y por ello ha encontrado en los programas de información, un nuevo aliado para resolver su problemática. Ante esta situación, vuelca sus emociones en denunciar o en preguntar sobre temas que al resto de la audiencia le interesa escuchar. Por esto, la radio cultural presta sus servicios de orientación, en forma especializada, es decir, que existen programas conducidos por especialistas en el tema.

Es necesario que en la radio cultural los conductores de este tipo de programas sean cultos, no sólo con talento, ya que es importante que al exponer un hecho lo realice un conocedor del tema.

En la actualidad en México, coinciden dos elementos que han ayudado al desarrollo de la radio: por un lado el carácter tan peculiar de este medio, cuyo sustento primordial es el discurso, es decir, el hablamos y escuchamos sin

más intermediarios que el lenguaje que todos usamos; y el que la sociedad está cada vez más dispuesta a hablar.

Si la propia sociedad tiene esa necesidad de expresión, asimismo tiene la necesidad de transmitir a las generaciones venideras todas sus costumbres y tradiciones para no perder el propio origen cultural. Es decir, que en la radio cultural, la audiencia ya ha encontrado un espacio de expresión, ahora sólo le resta ayudar a la radio cultural a difundir en mayor medida la autenticidad mexicana.

Algunas radiodifusoras de carácter comercial han incluido en sus emisiones programas de carácter social, en los cuales exponen la problemática actual; sin embargo se alejan del aspecto cultural. Claro está, que esto sucede porque aún cuando la audiencia ha recibido este tipo de emisiones por parte de las emisoras comerciales, éstas no abandonan su principal objetivo que es entretener y vender productos.

Cabe señalar que las emisoras de carácter cultural que existen en México, son dependientes de universidades, del Estado o en algunas ocasiones de organismos cívicos. En este aspecto podemos considerar a dos de ellas que tienen mayor presencia a nivel nacional: Radio Educación y Radio Universidad; en estas emisoras se han exaltado en su mayoría el valor educativo que deben manejar como medio de comunicación.

La función educativa de la radio ha buscado ser un auxiliar significativo en nuestro país "...la radio en los países subdesarrollados, con una tasa de analfabetismo considerable, resulta ser no solamente el primer medio de información, sino también la fuente fundamental para la adquisición de conocimientos...".⁴¹

La radio cultural tiene varios aspectos que hemos analizado hasta el momento por los cuales se ha logrado mantener y lo tratará de hacer en futuras décadas, puesto que el alto índice de población se va incrementando y las necesidades de un público tan extenso precisará de mayor cultura que le permita entender los contextos históricos y actuales que vayan surgiendo en la sociedad, en cualquier tiempo y lugar. Por lo tanto, la función cultural de la radio, aquí, ahora y en el futuro es terminar con aquello que no intervenga a preservar la cultura del propio país.

3.2. NUEVAS TENDENCIAS

La radio como medio de difusión ha evolucionado según las necesidades de la sociedad. A partir de la década pasada la participación social del auditorio se ha incrementado como consecuencia de los distintos sucesos acontecidos en

⁴¹ Romo Gilli, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio. Op. Cit. p.26.

el país, y ha encontrado en la radio un foro de expresión para comentar, preguntar o solucionar la mayor parte de su problemática.

Los cambios en el aspecto tecnológico como son la implantación de la señal a través de los satélites, así como también las nuevas tecnologías de Radiodifusión Sonora Digital, han permitido a la radio tener mayor difusión y llegar a lejanos públicos. Este hecho ha propiciado que la gran audiencia a la que se llega, desee encontrar en este medio un espacio para expresar sus demandas y denuncias.

Ante este hecho, la programación de la radio mantiene un espíritu de apertura y de acceso a sus actividades a todos los grupos que conforman la población, que participa cada vez más, en forma recíproca con programaciones y transmisiones eminentemente pluralistas, que se adecuan a los requerimientos de todos los niveles sociales de México.

La radio siempre ha estado consciente de su compromiso con la sociedad y de participar en ella activamente, para ello se han creado radiodifusoras especializadas con formatos y programación destinados a los diversos sectores poblacionales, ofreciendo a sus radioescuchas programas de orientación social, médico, legal y laboral, entre otros temas.

Son varias las transmisiones que ofrecen noticieros con información veraz y oportuna, que apoyan a quienes se transportan en la ciudad para una mejor

fluidez de tránsito, orientan acerca de las condiciones atmosféricas y calidad del aire, además de que ofrecen música en sus diferentes géneros.

La vocación social de la radio frente a los problemas que aquejan a nuestra nación, se destaca aún más, por ejemplo, en crisis políticas y económicas con la amplia difusión de los acontecimientos, la opinión de los afectados y la discusión e interpretación de los analistas en cada uno de los temas involucrados. Esto incrementa significativamente el alcance y la penetración de las campañas en favor de los más diversos aspectos de nuestra convivencia cotidiana.

En situación de emergencia, la ciudadanía sabe que las radiodifusoras son pieza clave y en donde se han requerido, han servido de enlace para la comunicación instantánea. Esta ayuda de la radio, se evidenció más que nunca durante los terremotos del 19 y 20 de septiembre de 1985, cuando la radio, a la par de la sociedad civil, dejó a un lado su actividad cotidiana para dedicarse a apoyar a la población afectada.

Es decir, que el factor social que se ha desarrollado en las nuevas tendencias, surgió desde décadas anteriores, pero en los 90's éste se ha consolidado, pues la sociedad busca nuevas formas y emisoras que le brinden la oportunidad de expresión.

La actividad radiofónica se ha convertido, sin lugar a dudas, en uno de los principales medios de comunicación social con que se cuenta para informar,

concientizar y orientar a la opinión pública acerca de los asuntos que gravitan en el interés nacional.

La ciudadanía ha fomentado el desarrollo de la radio, ya que ésta como medio de comunicación, debe estar al pendiente de satisfacer las necesidades que la audiencia tiene. Este punto ha llevado a que dentro de las nuevas tendencias se establezcan otro tipo de emisoras: universitarias, gubernamentales y de comunidades indígenas. Estas tendencias vislumbran un interés por la sociedad y por su bienestar, es decir, que las nuevas modalidades establecen en sus programas un canal de comunicación con la audiencia, aún cuando la radio comercial limite su intención de servir al público oyente.

Esta nueva radiodifusión se ha visto afectada de diversos modos por las crisis en restricciones presupuestarias y por el dominio de la censura que no han dejado presentar nuevas alternativas frente a la radio comercial.

Entre los puntos más importantes que busca rescatar la radio se encuentra el fomento al uso correcto del idioma, la integración de la familia como base de la sociedad, el respeto a todos los sectores y estratos de la misma y la sana convivencia humana.

La radio opera con base en algo más íntimo y más poderoso: el lenguaje y el mensaje. El lenguaje es en el que se asienta la base de la cultura y el mensaje es la clave para que la audiencia se logre identificar con el tema tratado y por lo tanto, participe más.

Asimismo, la radio provoca en la audiencia una relación personal gracias a la cualidad del sonido de ser introyectado, es decir, a la posibilidad de que quien escucha, recree el mensaje de acuerdo con sus experiencias, vivencias e historia.

Este medio de comunicación "en circunstancias históricas estables, es decir, no de insurgencia revolucionaria, se inscribe en la vida cotidiana de la comunidad, en donde se realizan sus transmisiones de una manera más discreta y más constante que la televisión o la prensa, porque al carecer de la fascinación propia de la mirada, libera los cuerpos de sus perceptores y les permite llevar a cabo otras actividades al mismo tiempo que atienden a dichas transmisiones".⁴²

Ante esta perspectiva, cabe destacar que en esta década, la misma audiencia encuentra en la radio un foro de expresión, entretenimiento y cultura, en el que no es necesario estar frente a él o dedicarle mucho tiempo, pues en el propio automóvil se pueden escuchar los programas que se emiten.

La radio ha encontrado otro método por el cual agradar a la audiencia, el esparcimiento, ya que en la mayoría de sus programaciones se incluye la música.

⁴² Vilar, Josefina, et al. Op. Cit. p. 28.

Las nuevas tendencias han respondido a la audiencia en cuanto a la información de todos los ámbitos: política, economía, seguridad, redes viales, sociedad, cultura y educación. Esto se ha logrado gracias a que son varias las estaciones destinadas a la difusión de noticias de cualquier índole.

La radio en esta década ha abierto sus espacios a la sociedad y ha encontrado respuesta por parte de ella, con lo cual su principal función, comunicar se ha ido incrementando y a la vez ha ayudado a la sociedad a despertar de la pasividad a la que la quería llevar el Estado. Este hecho se verifica al tener dentro de la programación radiofónica, programas de debates políticos. Este servicio nació a partir de las elecciones presidenciales de 1988 y a partir de esa fecha, se ha incrementado el interés de la audiencia por conocer más sobre las diversas corrientes políticas del país, creando un espacio abierto y plural.

Así, podemos observar que con el paso del tiempo la radio ha ido abriendo camino para la libertad de expresión de la sociedad, a la cual, según el Artículo 7º de la Constitución, todos tenemos derecho.

3.3. LA RADIO COMERCIAL

La radio comercial es la que mayor difusión ha tenido a lo largo de la historia de este medio de comunicación. Desde sus inicios, hace más de 70 años, esta

radio ha sido impulsada, manejada y orientada por profesionales mexicanos y está reconocida como una de las mejores industrias radiofónicas del mundo.

La fisonomía comercial de la radio se desprende de su estructura, ya que este tipo de emisoras están "autorizadas a transmitir anuncios y cobrar por ellos. Concedidas a particulares, personas físicas o morales (insistentemente mexicanas) que pueden hacer con ellas casi lo que les venga en gana..."⁴³ Al igual que otros medios de comunicación, la radio abre espacios para la publicidad y, por esa vía, se sustenta de los ingresos provenientes de comerciales transmitidos dentro de una reglamentación y normalización existentes.

Nuestra nación, siendo un país en crecimiento, ha desarrollado su mercado interno aunque limitado en momentos como el actual. La demanda de bienes y servicios ha requerido de los medios de comunicación que permiten, de una manera eficiente, comunicar mensajes de tipo comercial a la mayor cantidad de consumidores.

Actualmente la radio es una de las formas más eficientes de comunicar mensajes. La práctica de la publicidad comercial a través de este medio, contribuye al crecimiento y desarrollo de muchos pequeños, medianos y grandes negocios, ya que a través de la radio se dan a conocer una gran

⁴³ Romo Gilli, Ma. Cristina. La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza, Op. Cit. p. 8.

cantidad de productos y servicios que la gente aspira a tener o disfrutar, para satisfacer sus propias necesidades.

La radio a través de estos espacios que vende, promueve el desarrollo comercial del país difundiendo mensajes creativos acerca de productos, servicios y establecimientos, que son la base del desarrollo económico y de creación de empleos.

La difícil situación económica por la que ha atravesado el país en los últimos años ha tenido un impacto importante en la radio comercial, en algunos casos se generó una descapitalización de esta industria, por lo que éstas se han visto obligadas a ofrecer planes para la compra de espacios publicitarios que resulten atractivos para los anunciantes, para que no se detenga la cadena de oferta y demanda.

La radio comercial ha sido un medio de entretenimiento al ofrecer diversas corrientes musicales y noticias, así como también eventos deportivos y otros géneros de interés general.

Este tipo de emisoras apega sus transmisiones a los hechos de que la sociedad es libre y por lo tanto, los hombres que la integran pueden elegir recibir la información que necesitan a través de cualquier medio. La comunicación radiofónica, considerada como un proceso, puede establecerse si por un lado existe un derecho individual a expresarse, y por el otro, está el derecho social a informarse.

Estas estaciones muchas veces se ven obligadas a congeniar con los intereses de sus clientes y a halagar los gustos de su auditorio. Por ello contratan o realizan estudios de mercado que les permiten conocer los hábitos de comportamiento de su público.

El número de las radiodifusoras que emiten su señal en nuestro país, cada vez se va ampliando, “de acuerdo con información de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión de junio de 1995, el universo de la radio en México lo constituye un total de mil 155 emisoras; mil 47 concesionarias y 108 permisionarias, de las cuales 787 están en la banda de Amplitud Modulada y 368 en la Frecuencia Modulada”.⁴⁴

Ante estos datos podemos determinar que el universo que ocupa la radio comercial es muy amplio, y por lo tanto, este tipo de emisoras pretenden en ocasiones, facilitar su tarea por lo que destinan gran parte de su trabajo a la programación musical.

La participación de artistas del gusto de la audiencia y la difusión de su música ayuda a que los propios anunciantes, comercialicen sus productos en mercados ya segmentados en cuanto a gustos y motivaciones. Por esta situación, la función de diversión y entretenimiento de la radio es explotada en todas las emisoras de carácter comercial.

⁴⁴ Solís Loree, Beatriz, *Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana. Revista Mexicana de Comunicación*, México, Número 42, Noviembre de 1995 - Enero de 1996, p. 9.

La radio se ha dividido en distintas modalidades de acuerdo a las características que le sugiere el propio auditorio, por lo que la radio cultural no ha podido desarrollarse a la par de la comercial, ya que gran parte de los radioescuchas, no demandan programas dedicados a la divulgación de la cultura.

La función cultural que ejerce la radio o que debiese ejercer, es un tema importante de aplicar a un caso concreto. Por esta razón, en el siguiente capítulo analizamos a las dos emisoras culturales de mayor trascendencia en México, Radio Educación y Radio Universidad.

CAPÍTULO IV. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN DE LAS DOS CADENAS RADIOFÓNICAS CULTURALES DE LA CIUDAD DE MÉXICO

Es importante analizar el contenido de las emisiones radiofónicas de carácter cultural, para poder comprender su importancia y desarrollo, estudiados en el capítulo anterior. Es por ello que en este apartado haremos un análisis de los antecedentes de Radio Educación y de Radio Universidad, así como lo referente a la programación de ambas.

Estas emisoras establecidas para incrementar el nivel de educación y divulgar la cultura entre los mexicanos, han tenido importantes cambios en sus emisiones con la finalidad de ser radiodifusoras con contenido atractivo para la audiencia y preservar valores, costumbres e incrementar el nivel cultural de los mexicanos. Sin embargo, los esfuerzos realizados hasta el momento, no han fructificado en una radio cultural exitosa.

En primera instancia conoceremos a Radio Educación, órgano desconcentrado actualmente, de la Secretaría de Educación Pública, pero instituida por ella en sus inicios. Repasaremos sus objetivos como emisora cultural, así como su trayectoria y la barra de programación con la que cuenta.

En segundo término hablaremos de Radio Universidad, como la otra radiodifusora cultural existente en el Distrito Federal, haciendo también un análisis respecto a sus antecedentes y la programación que emite.

Este análisis nos ayudará a conocer las principales características de estas radiodifusoras en la Ciudad de México, así como los intentos por mantenerse en el cuadrante tras el incremento y constante desarrollo de las radiodifusoras de carácter comercial.

4.1. RADIO EDUCACIÓN

La presencia de Radio Educación en el cuadrante, ha buscado ser una magnífica herramienta en la educación de la sociedad mexicana. Desde sus inicios el Ministro de Educación, el maestro José Vasconcelos, visualizó la necesidad de utilizar los medios de comunicación para incrementar el nivel educativo y cultural de los mexicanos, por lo que solicitó autorización al gobierno del Presidente Alvaro Obregón para utilizar una estación radiofónica.

Tras una larga espera, la Secretaría de Educación Pública (SEP), obtuvo el 15 de julio de 1924, la autorización correspondiente para operar una estación transmisora de radio, la cual fue inaugurada el 30 de noviembre del mismo año.

A partir de esa fecha, dicha estación fue identificada con las siglas CZE “Cultura y Educación” y apareció en el 560 del cuadrante con un modesto alcance de cinco mil watts de potencia. El horario destinado a sus

transmisiones era de escasas dos horas (de 18:30 a 20:30) de lunes a viernes, con una ampliación de 60 minutos los sábados.

Su programación se basaba en la difusión de lecturas pedagógicas y conferencias sobre asuntos educativos, así como boletines meteorológicos, consejos de agricultores, clases de cocina y audiciones musicales y de artistas contemporáneos. Al mismo tiempo esta estación era vocero de las actividades políticas del gobierno, sobre todo cuando se constituyó el Partido Nacional Revolucionario, actualmente el PRI.

Radio Educación, contaba con un aparato transmisor Western, que le permitía mantenerse al aire y ser escuchada por la sociedad capitalina. Esta radiodifusora, se estableció bajo la dirección de María Luisa Ross, quien fuera profesora de la SEP.

En la Conferencia Internacional de Comunicación, celebrada en Madrid en 1928, a México se le asignó la letra X como distintivo de sus emisoras, por lo cual la CZE cambió de nombre por el de XEFC.

Hasta ese tiempo la emisora se mantenía en el cuadrante como una buena opción para escucharse. Sin embargo, el desmesurado crecimiento de la radio comercial, especialmente con la aparición de la XEB y la XEW se empezó a acallar la esperanza de la radio cultural, por lo que dejó de transmitir durante algún tiempo.

En 1933, se instituyó la XFX en el 610 del cuadrante, sustituyendo a la XEFC, dirigida por Agustín Yáñez. El repertorio cultural que tenía esta emisora en su programación se componía de noticiarios, programas de orientación médica, emisiones infantiles, clases de primaria, cápsulas culturales y adaptaciones radiofónicas del teatro universal hechas por el escritor Rodolfo Usigli.

Este proyecto y su misión terminaron en 1940 cuando se convirtió en Radio Gobernación y dejó de pertenecer a la SEP, con lo cual cesaron las transmisiones y se clausuró la estación.

En los 50's, se trató de restablecer las emisiones contando con una pequeña oficina de radio, dos estudios y sus respectivas cabinas de grabación, ubicadas en el edificio de la propia SEP.

Sin embargo, fue hasta 1968 cuando la emisora surgió de nuevo, convirtiéndose definitivamente en Radio Educación con las siglas XEEP en el 1060 de Amplitud Modulada. Dicha emisora contaba con unos cuantos locutores e igual número de micrófonos y sus instalaciones estaban ubicadas en Av. Circunvalación esquina con Tabiqueros. Su horario de transmisión era de 7:00 a 14:00 horas y de 18:00 a 22:00 p.m. y el 90% de su programación estaba destinada a la música.

La intención de Radio Educación era convertirse en un instrumento difusor de clases de primaria (Radio Primaria), pero apenas se lograba captar la señal en algunas zonas del D.F. y el supuesto sistema de enseñanza consistía en

simples transcripciones de los libros de texto gratuitos que eran leídos por profesores de la SEP.

Para la década de los 70's, la emisora adquiere un mayor impulso dando lugar al acuerdo 21 de la Secretaría de Educación Pública (22 de noviembre de 1978), el cual define su carácter de organismo desconcentrado de la misma Secretaría y opera las estaciones XEEP, en los 1060 Khz en la banda de Amplitud Modulada y la XEPPM, en el 6185 Khz de onda corta en la banda internacional de 49 metros, de la que la propia Secretaría es permisionaria.

La emisora era dirigida por el periodista Miguel Angel Granados Chapa y su programación desde ese entonces hasta la fecha busca satisfacer a todo tipo de público a través de programas educativos, culturales, didácticos (en una menor proporción), con un horario de transmisión que se amplió hasta cubrir las 24 horas del día.

Radio Educación se fortaleció también en su infraestructura, puesto que se construyó la planta de transmisión con su respectiva antena y transmisor de 50 mil watts de potencia. En 1978 se inauguró el edificio donde actualmente se ubica en Angel Urraza No. 622, Colonia del Valle, en la Ciudad de México.

En diciembre de 1988, Radio Educación se incorporó al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), reforzando con ello su tradicional identidad como instrumento de apoyo y difusión a la creatividad artística. Además, se amplió su vinculación con las instituciones del subsector cultural del gobierno.

4.1.1. RADIO EDUCACIÓN Y SU ORGANIZACIÓN INTERNA

La organización y la misión interna de Radio Educación buscan consolidarla gracias a la calidad de sus emisiones. A continuación describiremos sus principales objetivos, perfil y la función que cumple hacia su audiencia.

Radio Educación, se concibe a sí misma, como "un vehículo de comunicación entre los distintos sectores de la sociedad civil y el Estado. Su programación reestructurada a partir de 1989 con base en los hábitos radiofónicos y necesidades de información cultural y recreación de los habitantes de la ciudad de México, se caracteriza por la diversidad temática, pluralidad de ideas, el uso de formatos para radio novedosos y una programación musical que incorpora géneros e intérpretes de distintas épocas y países, conservando su papel de difusor de la música popular mexicana que no tiene cabida en otros espacios del cuadrante".⁴⁵

Dentro del perfil de Radio Educación, se estipula el producir y transmitir programas educativos y culturales, expresando así la pluralidad étnica, regional y cultural de la República Mexicana. Esta meta se ha cumplido, puesto que en su programación el 52% de ella está destinada a este rubro; el 12.9% se refiere a transmisiones de carácter informativo, periodístico y de orientación social; en tanto que otro 19% es destinado al debate del acontecer

⁴⁵ Radio Educación, Documento Interno, México, Diciembre de 1996, p. 2.

nacional e internacional y el 16.1% restante, se orienta a la difusión de conciertos en vivo, a las expresiones actuales de nuestra cultura musical o al acompañamiento de los radioescuchas por la noche.

Como radiodifusora cultural, Radio Educación tiene los siguientes objetivos:

- a) Apoyar, a través de la radio la enseñanza a cargo de la SEP, especialmente la enseñanza abierta.

- b) Promover y difundir programas de interés cultural y científico.

- c) Transmitir programas que tiendan a elevar el nivel cultural de la población y que fomenten la propiedad del idioma nacional.

- d) Promover la radiodifusión cultural no lucrativa y establecer intercambios con instituciones encargadas de difundir las manifestaciones artísticas y culturales en el país y en el extranjero.

- e) Contribuir en su campo con el programa de cultura 1995 - 2000 del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

Para cumplir estos objetivos, la emisora realiza las siguientes funciones:

- Operar las emisoras XEEP (1060 Khz A.M.) y XEPPM (6185 Khz O.C.), en la banda internacional de 49 metros.

- Integrar y administrar la fonoteca de Radio Educación.
- Proveer asistencia técnica y de producción radiofónica a las emisoras no lucrativas del país que así lo soliciten.
- Difundir programas de información y análisis.
- Promover la investigación científica y técnica en materia de radiodifusión.⁴⁶

Como tareas básicas Radio Educación tiene por cumplir: la transmisión de programas que logren satisfacer las necesidades de información, orientación y recreación de su auditorio, así como lograr la reflexión pública sobre la realidad social, de tal manera que la propia emisora mantenga su papel de vanguardia en la difusión cultural.

4.1.2. LOS PROGRAMAS EMITIDOS POR RADIO EDUCACIÓN EN LA ACTUALIDAD

El establecimiento de objetivos y funciones dentro de la emisora, ayuda a buscar que la calidad de los programas sea la que atraiga a cierto auditorio, por

⁴⁶ *Ibidem.*, p.3.

lo cual, a continuación conoceremos datos relevantes sobre la audiencia y las propias producciones emitidas por Radio Educación, en colaboración con otras instancias culturales.

Para el análisis de esta información recurrimos a la Lic. María de la Paz Herner, subdirectora de Producción y Planeación de Radio Educación quien nos auxilió en la obtención de datos sobre este trabajo.

A partir de 1978, Radio Educación cambió su programación y su horario de transmisión, pero fue hasta 1989 cuando el buen desempeño de las propias emisiones se acrecentó, gracias a la colaboración de otras instancias culturales como el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CNCA), quien además trajo a otros departamentos del mismo carácter y con la misma función.

Radio Educación tiene concebido el quehacer cultural como “un conjunto de acciones de convenios, por lo cual esta emisora ha buscado en todo tiempo la coordinación con las diferentes instancias culturales en la consecución de sus propósitos, particularmente las que dependen del CNCA”.⁴⁷

En el periodo comprendido entre 1989 a 1994, Radio Educación mantuvo en el aire un promedio de 70 series dirigidas a los diferentes segmentos de la audiencia utilizando en la producción criterios de pluralidad.

⁴⁷ Herner, María de la Paz, Subdirectora de Producción en Radio Educación, Entrevista con, Diciembre de 1996.

Mediante la suscripción de convenios, se realizaron destacadas series de coproducción, con las que se reforzó el perfil plural, variado y de alta calidad de Radio Educación, al mismo tiempo que se otorgó a las entidades participantes la posibilidad de difundir sus objetivos por medio de la radio.

En este sentido se menciona el trabajo radiofónico desarrollado en el periodo 1989-1994, con distintas instituciones culturales destacando series radiofónicas como "Divagarte" y "Matices del Vitral", cuyo contenido era de carácter informativo sobre temas noticiosos del día.

Por otra parte, la Dirección General de Culturas Populares a través de sus series "Flor y Canto de los Pueblos" y "Lucha Reyes: Triunfo o Fracaso", entre otras, exaltaba la importancia de las raíces mexicanas, es decir, las tradiciones y costumbres de las culturas prehispánicas a través de los grupos indígenas existentes en el país hasta la fecha.

El Fondo de Cultura Económica, con sus series: "Baúl de Pergaminos" y "Vamos al Fondo", pretendía inculcar el gusto por las obras editadas por esta editorial, sintetizando libros y en otras ocasiones, adaptando radiofónicamente obras literarias.

El Instituto de Antropología e Historia informaba en emisiones como "Antropología: boletín al aire", "Diez de los veinte" y "Diez de los treinta", sobre objetos encontrados o datos antropológicos referentes a distintas etapas históricas.

El Instituto Nacional de Bellas Artes, a través de sus programas “Educación Artística” y la transmisión de los conciertos de temporada de la Orquesta Sinfónica Nacional desde el Palacio de Bellas Artes, cumplía con su objetivo de difusión artística en esta emisora.

Por su parte, el Fondo Nacional para la Cultura y las Artes, buscaba a través de sus emisiones “Perfil de creadores” y “De cuerpo a cuerpo”, exaltar la creación artística a través de las bellas artes y la divulgación de cultura folklórica y contemporánea.

Asimismo, el Programa Cultural de las Fronteras, por medio de sus emisiones “México de mis andanzas”; “Frontera joven”, “En los linderos de la nación” y “Bordando la frontera”, en sus contenidos reforzaba la identidad nacional y reflejaba parte de las experiencias obtenidas por quienes cruzan la frontera para ir a trabajar a Estados Unidos de América.

El Seminario de Estudios para la Cultura con su emisión “La costumbre de los días”, promovía la conservación de las tradiciones y costumbres de los pueblos de los distintos estados del país, mientras que el Programa Cultural “Tierra Adentro”, con su emisión del mismo nombre, basaba su contenido en experiencias en poblados existentes en la República Mexicana, que tienen poca difusión cultural. Por su parte, la Unidad de Producciones Audiovisuales, con su programa “Biental de Videos”, trataba temas referentes a las imágenes y sonidos exaltados en audiovisuales y cintas con material de calidad.

Entre las instituciones que no pertenecen al CNCA destacan: El Colegio de Economistas, la Comisión Nacional de Derechos Humanos, el Consejo Consultivo de la Ciudad de México, el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, el Gabinete de Estudios de Opinión S.C., el Grupo Interdisciplinario de Sexología A.C., el Instituto Nacional Indigenista, la Secretaría de Salud, la Universidad Pedagógica Nacional y otras más con las que se llevaron a cabo coproducciones radiofónicas afines a sus objetivos y funciones.

Por lo que respecta a los estados de la República Mexicana, se propiciaron intercambios de materiales y otras acciones en materia de capacidad radiofónica. Gracias a estos intercambios, series de reconocida calidad fueron ampliamente difundidas en distintas regiones del país, por radiodifusoras culturales, estatales y universitarias.

Todas estas coproducciones se dieron gracias a los 174 convenios establecidos con las instituciones antes mencionadas, así como también a través de un programa de promoción cultural, realizado por la Secretaría de Relaciones Exteriores en el que se involucraba a más de 200 radiodifusoras de otros países.

Es decir que durante el período de 1989 a 1994, Radio Educación buscó invariablemente los equilibrios tanto de la programación hablada en relación con la musical, como de las distintas temáticas entre sí de tal modo que la variedad, equidad y jerarquía en la distribución, junto con la participación de las instituciones culturales, abriera paso a la atracción de mayor audiencia.

Durante dicho lapso de tiempo, la radiodifusora transmitió de manera ininterrumpida 51,841 horas y realizó la producción de más de 22,500 programas para difundir a través de la XEEP en el 1060 del cuadrante. Asimismo, en la XEPPM en el 6185 del cuadrante de onda corta, invirtió a partir de 1994 un total de 4,000 horas en la emisión de contenidos orientados a la audiencia internacional y 120 horas en la producción de programas especializados.

Bajo este panorama, se dio el cambio motor para el desarrollo de la radiodifusora, con lo cual se establecieron en conjunto con las instituciones convenidas, el perfil básico de la programación, así como el contenido de las emisiones. Es por ello que en los últimos años Radio Educación ha desempeñado un papel como medio de comunicación destinado a la difusión cultural, sin dejar que los cientos de emisoras comerciales mermen o paralicen su desarrollo.

Es decir, que la radiodifusora retoma su principal misión: educar, sin olvidar las otras dos funciones que tiene como medio de comunicación: informar, y entretener. Es así como en relación con, las temáticas, la tendencia fue privilegiar la información y el entretenimiento, enseguida las categorías de orientación y educación.

En el aspecto informativo, Radio Educación otorgó prioridad a los mecanismo y las estrategias encaminadas a un mejoramiento sustancial de sus servicios informativos. Prueba de ellos es el noticiario transmitido en esta emisora "Pulso", el cual desde sus inicios y hasta la fecha ha tenido diversas

modificaciones de estructura y tiempo, con el propósito de dotarlo de elementos que, sin demérito del prestigio alcanzado por su objetividad e independencia, de criterio.

A continuación presentamos la programación actual de Radio Educación:

- El inicio y cierre de transmisiones se realiza con el Himno Nacional Mexicano.
- HL (Hora Local) UTC (Tiempo Universal Coordinado).
- Entre cada programa se transmite música mexicana de todos los géneros y épocas; y selecciones de música latinoamericana.

LUNES

HL	UTC		
18:00	00:00	Pulso 1	45'
19:00	01:15	Música	60'
20:15	02:15	Voces en concreto	10'
20:30	02:30	De puntitas	30'
21:30	03:30	El circo	15'
21:55	03:55	El cuento corto	05'
22:00	04:00	Hacedores de futuro	30'
23:00	05:00	Guías de forasteros	15'
00:00	06:00	México de mis andanzas	30'
01:00	07:00	Joyas de la literatura hispanoamericana	15'
02:00	08:00	Todas las voces	15'
03:00	09:00	Pulso 2	30'
04:00	10:00	Letra y música por América Latina	30'
05:00	11:00	E-locutor	15'
05:15	11:15	Música	45'

MARTES

HL	UTC		
18:00	00:00	Pulso 1	45'
19:00	01:00	Datos para una historia aún no escrita	15'
20:00	02:00	Comunicación 6185	30'
21:15	03:15	Música	45'
22:15	04:15	Voces en concreto	10'
22:30	04:30	De puntitas	30'
23:30	05:30	El circo	15'
23:55	05:55	El cuento corto	05'
00:00	06:00	Hacedores de futuro	30'
01:00	07:00	Guía de forasteros	15'
02:00	08:00	México de mis andanzas	30'
03:00	09:00	Pulso 2	30'
04:00	10:00	Todas las voces	15'
05:00	11:00	Dejemos de ser pacientes	30'
05:30	11:30	Música	30'

MIÉRCOLES

HL	UTC		
18:00	00:00	Pulso 1	45'
19:00	01:00	From a corner of Mexico	15'
20:00	02:00	Estampas radiofónicas de México	30'
21:00	03:00	Datos para una historia aún no escrita	15'
22:00	04:00	Comunicación 6185	30'
23:00	05:00	E-locutor	15'
00:15	06:15	Voces en concreto	10'
00:30	06:30	De puntitas	30'
01:30	07:30	El circo	15'
01:55	07:55	El cuento corto	05'
02:00	08:00	Hacedores del futuro	30'
03:00	09:00	Pulso 2	30'
04:00	10:00	México de mis andanzas	30'
05:00	11:00	Joyas de la literatura hispanoamericana	15'
05:15	11:15	Música	45'

JUEVES

HL	UTC		
18:00	00:00	Pulso 1	45'
19:00	01:00	Dejemos de ser pacientes	30'
20:00	02:00	Letra y Música por América Latina	30'
21:00	03:00	From a corner of Mexico	15'
22:00	04:00	Estampas radiofónicas	30'
23:00	05:00	Datos para una historia aún no escrita	10'
00:00	06:00	Comunicación 6185	30'
01:15	07:15	Música	15'
02:15	08:15	Voces en concreto	10'
02:30	08:30	De puntitas	30'
03:00	09:00	Pulso 2	30'
03:55	09:55	El cuento corto	05'
04:00	10:00	Hacedores de futuro	30'
05:00	11:00	Guía de forasteros	15'
05:30	11:30	Música	30'

VIERNES

HL	UTC		
18:00	00:00	Pulso 1	45'
19:00	01:00	Joyas de la literatura hispanoamericana	15'
20:00	02:00	Todas las voces	10'
21:00	03:00	Dejemos de ser pacientes	30'
22:00	04:00	Letra y música en América Latina	15'
23:00	05:00	From a corner of Mexico	15'
00:00	06:00	Estampas radiofónicas de México	30'
01:00	07:00	Datos para una historia aún no escrita	30'
02:00	08:00	Comunicación 6185	30'
03:00	09:00	Pulso 2	15'
04:15	10:15	Voces en concreto	15'
04:30	10:30	De puntitas	30'
05:30	11:30	El circo	30'
05:55	11:55	El cuento corto	15'

SÁBADO

HL	UTC		
18:00	00:00	Hacedores de futuro	30'
19:00	01:00	Guía de forasteros	15'
20:00	02:00	México de mis andanzas	30'
21:00	03:00	Joyas de la literatura hispanoamericana	15'
22:00	04:00	Todas las voces	15'
23:00	05:00	Dejemos de ser pacientes	30'
00:00	06:00	Letra y música por América Latina	15'
01:15	07:15	From a corner of Mexico	45'
02:00	08:00	Estampas radiofónicas de México	15'
03:00	09:00	Datos para una historia aún no escrita	30'
04:00	10:00	Comunicación 6185	15'

DOMINGO

HL	UTC		
18:15	00:015	Voces en concreto	10'
18:30	00:30	De puntitas	30'
19:30	01:30	El Circo	15'
19:55	01:55	El cuento corto	05'
20:00	02:00	Hacedores de futuro	30'
21:00	03:00	Guía de forasteros	15'
22:00	04:00	México de mis andanzas	30'
23:00	05:00	Joyas de la literatura hispanoamericana	15'
00:00	06:00	Todas las voces	15'
01:00	07:00	Dejemos de ser pacientes	30'
02:00	08:00	Letra y Música por América Latina	30'
03:15	09:15	Música	45'
04:00	10:00	Estampas radiofónicas	30'
05:00	11:00	Datos para una historia aún no escrita	15'

En lo referente a la función de entretenimiento se encuentran programas como "Voces interiores", "Palabras de jazz", "El terror con nosotros", "Brasil, brasileiro", "Corazones exiliados", "Así son todas", "Radio Freedom", "Radio novelas infantiles", "Notiloco", "Cachivaches", "Mi álbum musical", "Soneros", "Los sonidos del desván", "Desde acá los chilangos" y "Arriba el norte", entre otros, los cuales abordan temáticas sobre todo musicales, con distintos géneros como Rock, música de antaño, con baladas, sones, por otra parte se emite música clásica con conciertos grabados en vivo y tocada por orquesta y sinfónicas en los últimos tiempos.

Con lo anterior podemos determinar que la variedad en la programación de Radio Educación, ha ayudado a que esta sea escuchada por un auditorio extenso. "Desde 1991 a la fecha se ha incrementado el auditorio, pasando del 5% al 7% de los entrevistados que saben precisar la frecuencia de la estación; y de 19% a 25% quienes declaran conocer su existencia".⁴⁵

Según el grupo de edad, la audiencia de la emisora es de 16 a 25 años el 22%; de 26 a 35 años, el 23% de 26 a 45 años el 25% de 46 a 55 años el 15% y de 55 a más, el 15%.

Dentro de las preferencias del auditorio de Radio Educación, destacan los programas musicales en primera instancia, seguidos de los programas informativos y por último los culturales. La opinión de la propia audiencia es muy importante para Radio educación, por lo cual se ha mantenido informada

⁴⁵ Radio Educación, Documento Interno, Rúbrica, México, Agosto de 1996, p. 1.

cada año de las características, preferencias y motivaciones de su auditorio, por medio de evaluaciones de la opinión pública.

La buena integración de su estructura interna y de la variedad de sus producciones ha permitido que Radio Educación haya tenido un buen desarrollo a partir de 1978, es por ello, que en la actualidad, en sus dos transmisoras, la del 1060 de A.M., y la de 6185 de onda corta, la calidad de sus emisiones y el apoyo educativo y cultural que puede ofrecer a través de ellas, la mantiene en el gusto de la audiencia, la cual día con día se incrementa y la existente se sigue manteniendo.

4.2. RADIO UNIVERSIDAD

A pesar de que la industria de la radiodifusión inicia sus transmisiones, bajo un carácter comercial, en los años veinte la inquietud de José Vasconcelos de utilizar a la radio como un medio para educar, despertó en Don Alejandro Gómez Arias, catedrático y gran actor de la lucha de la Autonomía Universitaria, el interés por establecer un medio en el que el pensamiento universitario y la difusión de toda la cultura que se estaba generando alrededor o en torno a la Universidad se extendiera a toda la población.⁴⁹

⁴⁹ Estrada, Manuel, Director de Producción de Radio Universidad, Entrevista con, Marzo de 1997.

La visión cultural que poseía Don Alejandro Gómez lo llevó a considerar que una radio de ese carácter sería "la contraposición a la radiodifusión que se venía dando desde 1926 con las primeras radiodifusoras comerciales, en particular la más potente en esos tiempos, la XEW".⁵⁰

Así y bajo la manutención de la propia Universidad Nacional Autónoma de México y del propio Estado, nació el 14 de julio de 1937, Radio Universidad, segunda emisora cultural registrada en la Ciudad de México.

Su aparición en el cuadrante se dividió en dos frecuencias:

- 1) XEXX en el 1970 Kilociclos de Amplitud Modulada.
- 2) XEYU en el 31.25 metros de onda corta.

Cabe destacar que Radio Universidad se instauró en una etapa de cambios económicos, políticos y sociales dentro del país, lo que no mermó su aparición pero sí apoyo su idea de ser un medio que enlazara las ideas de los universitarios respecto a los cambios que el país enfrentaba, con los de la propia sociedad.

En sus inicios, Radio Universidad transmitía de 4 a 5 horas diarias en forma experimental puesto que se carecía de presupuesto y de equipo que permitiera mantener la emisión diaria por más tiempo.

⁵⁰ Estrada, Manuel, Entrevista con.

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

El perfil que se pensó para esta radiodifusora universitario y cultural era distinto al de Radio Educación ya que, aún cuando se pensaba en ser una emisora distinta a las de carácter comercial, su principal objetivo era tomar de las grandes artes cada uno de los elementos que le sirvieran a la radio para extenderla no sólo a los universitarios; de allí la idea de incorporarse a la frecuencia de onda corta.

Todas las ideas que tenía el fundador y director de Radio Universidad, Don Alejandro, estaban sustentadas en los tres preceptos que rigen a la UNAM:

- 1) La docencia
- 2) La investigación
- 3) La difusión de la cultura⁵¹

Su interés por defender dichos preceptos lo hizo analizar la poca experiencia con la que contaban aquellos que formaban Radio Universidad en lo referente a la producción radiofónica, pero sabía que contaban con los elementos culturales para difundir buenos contenidos.⁵²

Dentro de los contenidos de las primeras transmisiones, se difundieron “Los conciertos de la Orquesta Sinfónica de la UNAM, el trío y los coros de la

⁵¹ Estrada, Manuel, Entrevista con.

⁵² Estrada, Manuel, Entrevista con.

Escuela Nacional de Música".⁵³ Estos, dentro del género radiofónico de programas musicales.

Respecto a la literatura, se crearon emisiones que retomaron tres elementos:

Dar cursos de literatura, hacer lecturas comentadas y las radiocomedias. Este último elemento logró producir obras radiofónicas, escritas y leídas por los propios universitarios.

Es decir, que desde su creación, Radio Universidad, en particular, Don Alejandro Gómez, estructuró la programación tomando en cuenta el difundir la capacidad artística de los propios estudiantes, demostrando también la participación del personal docente, en la guía del aprendizaje de los alumnos.

Con la intención de fomentar la participación creativa y oral de los universitarios, se abrieron espacios al aire en los cuales pudieran expresar sus inquietudes e ideas. El único requisito que se les pedía a los participantes era que fueran reconocidos dentro de la Universidad, ya fuera en forma académica o social.

Asimismo, se destinó un espacio radiofónico dentro de la emisora, para hacer ciclos de postgraduados, en los cuales, los propios estudiantes exponían su trabajo ante la sociedad durante un periodo de dos meses. Esta participación les contaba con valor curricular, lo que era más atractivo para los egresados.

⁵³ Estrada, Manuel, Entrevista con.

Es necesario aclarar, que aún cuando Radio Universidad inició con dos frecuencias, una en Amplitud Modulada y otra en onda corta, actualmente también la encontramos en Frecuencia Modulada, por lo que ahora son tres ya las frecuencias:

- 1) XEUN en el 860 de Amplitud Modulada, con una potencia de 45,000 watts.
- 2) XHUN en el 96.1 de Frecuencia Modulada y con 50,000 watts de potencia.
- 3) XEYU en el 9600 Khz de onda corta de la Banda Internacional con 31.25 metros.

Actualmente Radio Universidad es subsidiada por el Estado, quien le entrega a la propia Universidad Nacional Autónoma de México, cierto presupuesto y a la vez ésta lo divide entre sus dependencias de acuerdo a sus necesidades.

Cuando alguna institución cultural o altruista patrocina algún espacio radiofónico de la emisora universitario, del 100% de dicha cantidad sólo el 60% es transferido a la emisora y el otro 40% es destinado a otras dependencias de la misma Universidad.

En Radio UNAM laboran 140 personas en las tres distintas instalaciones de la difusora, de esta cantidad de trabajadores, sólo 40 de ellos, es decir, el 2% del

total, está en el área de producción radiofónica y el otro 80% restante, pertenece al área administrativa.

Es poco creíble que no exista mayor conocimiento sobre los antecedentes de nuestra radiodifusora y sin embargo así es, por lo que a continuación hablaremos de datos más recientes y sobre los cuales nos habló en entrevista el Licenciado Manuel Estrada, director de producción de Radio Universidad, quien ha laborado en ella desde hace 18 años.

4.2.1. RADIO UNIVERSIDAD EN LAS ÚLTIMAS DOS DÉCADAS

A diferencia del perfil con el que se inició Radio Universidad, en la actualidad este se ha modificado como consecuencia de la situación económica, política y social que vive el país, las necesidades de la propia sociedad y por el avance tecnológico que se ha dado.

Dentro de los principales objetivos que tiene la emisora universitaria están:

- Establecer una interrelación o una comunicación permanente con la comunidad universitaria.**

- Elevar la calidad de vida de los habitantes, principalmente de los que viven en la Ciudad de México.
- Presentar otro tipo de trabajo comunicativo en contraparte con lo que estamos acostumbrados la mayoría de los radioescuchas.
- La experimentación en un medio de comunicación, ya que es la forma de profesionalizar el trabajo radiofónico y presentarlo de forma estética.
- Proponer acciones concretas, a través de la producción de emisiones que proporcionen servicios a la comunidad.⁵⁴

La misión de la emisora hacia su audiencia en estos momentos, es semejante a la de los inicios de sus transmisiones, “difundir la cultura generada al interior de la Universidad Nacional Autónoma de México, así como el pensamiento de sus estudiantes y el conocimiento. Es decir, todo aquello que se genera al interior de la UNAM como manifestación cognoscitiva e inclusive cultural”.⁵⁵

Así, para lograr cumplir con su perfil, misión y objetivos. Radios Universidad busca constantemente el producir programas de alta calidad educativa y cultural, que les permita ser una de las dos radiodifusoras culturales de la Ciudad de México que ofrezca variedad y atractivo para su audiencia.

⁵⁴ Estrada, Manuel, Entrevista con.

⁵⁵ Cfr. Gaceta UNAM. Órgano informativo de la UNAM, p.10.

4.2.2. PROGRAMAS QUE EMITE RADIO UNIVERSIDAD

“Desde tiempo atrás, casi desde sus inicios, se ha considerado que esta emisora es elitista porque difunde “ la alta cultura, es decir, las manifestaciones artísticas generadas por los propios universitarios, en lugar de transmitir programas de cultura popular, los cuales tienen poca cabida en esta emisora”.⁵⁶

Esta idea de elitismo, ha creado opiniones por parte de la audiencia o de otras cadenas radiofónicas, de que la emisora está dirigida solamente a las personas que entienden estos contenidos; sin embargo, podemos decir que al contrario de esta conceptualización, Radio Universidad pretende, a través del contenido de sus programas, ayudar a que la audiencia incremente su nivel cultural respecto a variados temas.

Para seleccionar dichos tópicos a tratar en las emisiones radiofónicas de Radio UNAM, el Lic. Estrada nos comenta que primero generan un acercamiento con el público radioescucha de esta emisora a través de invitaciones que se les hacen para que llamen, envíen cartas o en sí se comuniquen a Radio Universidad para que expresen sus necesidades de comunicación y a la vez los productores conozcan sus inquietudes.

⁵⁶ Estrada, Manuel, Entrevista con.

Es decir, que al detectar las propias necesidades y problemas de la audiencia, se estructuran los contenidos de los programas de Radio Universidad, que a diferencia de las primeras transmisiones, ahora no sólo se le da espacio a las manifestaciones culturales sino también a las necesidades de los radioescuchas.

Aunque se desconoce el perfil del público radioescucha, se abordan temáticas con diseños y producciones, acordes con lo que se detecta a través de la participación telefónica o escrita por parte de los escuchas. “Para llevar a cabo las propuestas radiofónicas y las propuestas de acciones concretas, uno de los objetivos de la radiodifusora es necesario sumergirse en el mundo del público. Sólo así se detectan las necesidades de comunicación de la población que nos escucha”.⁵⁷

Cabe señalar que el director de producción considera que la audiencia de la emisora está conformada por: académicos, artistas (que desarrollan alguna actividad relacionada con las bellas artes) y gente que tiene un nivel cultural alto. Por lo tanto, sus necesidades de comunicación son referentes a temas culturales, sociales, económicos y políticos que se generen en el país.

Sin embargo, también considera que hay público infantil que forma parte de esa audiencia, por lo que existen producciones destinadas a los pequeños radioescuchas.

⁵⁷ Estrada, Manuel, Entrevista con.

Como podemos observar a través de la opinión del Lic. Estrada, pese a que no se conocen con certeza las características del público oyente de la emisora universitaria, sí se está al pendiente de sus necesidades y se piensa que de acuerdo a éstas se esquematizan sus características u ocupaciones, que ayudan a crear las emisiones.

Y puesto que estas producciones se caracterizan por tener contenidos sobre todo culturales, se ha llegado a pensar que esta radiodifusora “no se acerca a un público que no ha tenido acceso a una manifestación cultural”.⁵⁸ Sin embargo, desde hace cinco años se han dado cambios estructurales precisamente en la barra de programación, buscando que a través de programas con contenidos necesitados por la propia audiencia, ésta pueda acceder a cierto tipo de información o servicios que la UNAM ofrece desde años atrás y a los cuales no se les había dado difusión.

Dentro de las características de los programas se encuentran: musicales, programas de opinión, infantiles, literarios, informativos y de capacitación.

En los de carácter musical se encuentran actualmente dos de las series más antiguas de Radio Universidad: “La Guitarra en el Mundo” y “Panorama de Jazz”. La primera de estas series se mantiene bajo la producción y locución del Maestro Juan Helguera, desde hace 30 años, presentando todo el material y novedades de la música clásica para guitarras; y la segunda se inició, también

⁵⁸ Estrada, Manuel, Entrevista con.

hace 30 años, bajo la producción de Juan López Moctezuma y actualmente está al cargo de Roberto Aymes.

Antes de continuar con el análisis de la programación, cabe hacer un paréntesis para presentar la barra de programación actual de Radio Universidad:

PROGRAMACION DE RADIO UNAM

96.1 Mhz. F.M.

HORA		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
México	GMT					
7:00	14:00	Rúbrica				
7:10	14:10	Idiomas				
7:30	14:30	Noticiero Radio Francia Internacional	Las relaciones internacionales de México	Interacción académica		
				Música		
8:00	15:00	Radio UNAM informa				
8:30	15:30	Plaza Pública (en vivo)				
9:30	16:30	Espacio Universitario	Música	Conversaciones	Música	Música
10:30	17:30	Música		Música		Música
12:00	19:00	Diálogo jurídico (en vivo)	Ingeniería en Marcha (en vivo)	Consultorio Fiscal (en vivo)	Las voces de la salud (en vivo)	Brújula en mano (en vivo)
13:00	20:00	Música	Sinfonías divididas	Música		
14:00	21:00		Música			
15:00	22:00	Radio UNAM informa				
15:30	22:30	Concierto vespertino				
17:00	24:00	Por el sendero de los libros	Música		Música en imágenes	Notas sobre notas
17:10	24:10					
17:30	24:30	Música	En el espacio y tiempo		Música	Esta semana OFUNAM
17:45	24:45					
18:00	1:00					Hacia una nueva música
18:30	1:30					
19:00	2:00	Panorama del Jazz				
20:00	3:00	Radio UNAM informa				

20:30	3:30	La guitarra del mundo	La frontera del siglo	Clérigos, Juglares y trovadores	Melomanía	Pensamiento musical en la historia	
21:30	4:30	Música	Música perdida	La música en la vida	Música perdida	Concierto OFUNAM	
22:30	5:30	El croar de la serpiente	Música		En la noche de los tiempos		
23:00	6:00	Música			Música		
00:00	7:00	Revista Cultural Europea de Radio Francia Internacional					
1:00	8:00	Himno Nacional (fin de transmisión)					

RADIO UNAM 96.1 Mhz. F.M.

HORA		SABADO	DOMINGO
México	GMT		
7:00	14:00	Rúbrica	
7:07	14:07	Idiomas	Música
7:45	14:45	Entre pies y cabeza	
8:00	15:00	Goya deportivo	El rincón de los niños Con tantita ciencia Del tingo al tango
9:00	16:00	Cartelera cinematográfica	
9:07	16:07	Sube y baja (en vivo)	Hola Luis
10:00	17:00	Hola Luis	Domingo 7
11:00	18:00	Música	
12:00	19:00	La voz de la experiencia (en vivo)	Concierto OFUNAM
13:00	20:00	Buen Provecho	
14:00	21:00	El croar de la serpiente	Música
14:30	21:30	Querido señor fantasía	Clérigos, Juglares y Trovadores
15:00	22:00		
15:30	22:30	Panorama de Jazz	La guitarra en el mundo
16:00	23:00		
16:30	23:30	Radio Etiopía	Música
17:00	0:00		
17:30	0:30	La voz del tintero	Pensamiento musical en la historia Tiempo de audioteca
18:00	1:00		
18:30	1:30	Ex - perimento	Opera
19:30	2:30	Música	
20:00	3:00	Himno Nacional (fin de transmisión)	
20:30	3:30		
21:30	4:30		
22:00	5:00		
6:00	23:00		
8:00	1:00		

RADIO UNAM
860 Khz. AM/9600 Khz.

HORA		LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES
México	GMT					
7:00	14:00	Rubrica				
7:10	14:10	Idiomas				
7:30	14:30	Noticiero Radio Francia Internacional			Las relaciones internacionales de México	Música Interacción académica
8:00	15:00	Radio UNAM informa				
8:30	15:30	Plaza publica (en vivo)				
9:30	16:30	Espacio universitario	Enfoque Internacional	Argumentos (en vivo)	Momento económico (en vivo)	Temas de nuestra historia (en vivo)
10:00	17:00	Música	Chiapas expediente abierto (en vivo)	Voces de la democracia (en vivo)	América del norte	El milenio por venir (en vivo)
10:30	17:30				Fonoteca Kaul Helmer	
11:00	18:00	Música				
11:30	18:30	Diálogo jurídico (en vivo)	Ingeniería en marcha (en vivo)	Consultorio fiscal (en vivo)	Las voces de la salud (en vivo)	Brújula en mano (en vivo)
12:00	19:00	Música				
13:00	20:00	Música				
14:00	21:00	Las ciencias agrícolas en México	Por pura curiosidad	La respuesta esta la ciencia	A la luz de la ciencia	Música Conocimientos y Desarrollo (en vivo)
14:15	21:15	La ciencia al día				
14:30	21:30	La ciencia del ingenio				
14:45	21:45	En la ciencia				
15:00	22:00	Radio UNAM informa				
15:30	22:30	Cartelera Cinematográfica				
15:45	22:45	Pensarlo lo diferente	Música	Goya deportivo	El vuelo del canto americano	Música
16:00	23:00	Música		Una crónica de la democracia (en vivo)		Alas y raíces
16:30	23:30		La voz del tintero	La ciencia desde México	Vasos comunicantes (en vivo)	
17:00	0:00	Biblioteca de voces	Querido señor	Se regala cascajo		Cosas do Brasil
17:30	0:30	Música	Saint John y Wood The Beatles	Radio Etiopía		
18:00	1:00	El blues inmortal				
19:00	2:00	Panorama de Jazz				
20:00	3:00	Radio UNAM informa				
20:30	3:30	La guitarra del mundo	La frontera del siglo	Clerigos, juglares y trovadores	Melomanía	Pensamiento musical en la historia
21:30	4:30	Música	Música perdida	La musica en la vida	Música perdida	Concierto diferido OFUNAM
22:30	5:30	El croar de la serpiente	Música		En la noche de los tiempos	
23:00	6:00	Música	Música			
0:00	7:00	Revista Cultural Europea de Radio Francia Internacional				
1:00	8:00	Himno Nacional				

RADIO UNAM**860Khz. AM/9600 Khz.****O.C. Banda Internacional de 31 Mts.**

HORA		SABADO	DOMINGO
México	GTM		
7:00	14:00		
		Rúbrica	
7:07	14:07	Idiomas	Música
7:45	14:45	Entre pies y pieza	
8:00	15:00	Goya deportivo	El rincón de los niños
8:30	15:30		Con tanta ciencia
8:35	15:30		Del tingo al tango
9:00	16:00	Cartelera cinematográfica	
9:05	16:05	Sube y baja (en vivo)	Hola Luis (en vivo)
10:00	17:00	Hola Luis (en vivo)	Domingo 7 (en vivo)
11:00	18:00	Música	
12:00	19:00	La voz de la experiencia	Concierto OFUNAM en vivo (control remoto)
13:00	20:00	Buen provecho	
14:00	21:00	El anaquel	Cien años de Tango
15:00	22:00	Música	Caminos de Tango
16:00	23:00		En las alas de la Trova yucateca
17:00	0:00	Confesiones y Confusiones	La música que hace la diferencia
18:00	1:00	Música	Opera
21:30	4:30		Música en imágenes
22:00	5:00		La hora nacional
23:00	6:00		Alma de concreto
0:00	7:00		Música
1:00	8:00	Himno Nacional (fin de la transmisión)	

Cfr. En Internet <http://www.unam.mx/radiounam/> Información obtenida en 1997.

Con la anterior información se ha podido observar que en lo concerniente a la difusión musical, transmitidas en el 860 de A.M. y en la frecuencia de Banda Corta, se dedican 50 horas semanales a las emisiones musicales de un total de 126 horas a la semana de transmisión, lo que representa el 39.69% del contenido general de Radio UNAM.

En Frecuencia Modulada se destinan 73 horas semanales a la música, lo que representa el 57.94% del total de las 126 horas transmitidas semanalmente. Es decir, que uniendo el total de horas musicales emitidas en las tres frecuencias, son 173 tomando en cuenta que algunos programas se comparten en las tres frecuencias y otros son exclusivos de A.M. o F.M. según sea el caso.

Los programas de opinión, como Plaza Pública o los de servicios a la comunidad y de carácter social en A.M. se difunden en un total de 30:30 horas semanales lo que representa el 24.20% del total de las transmisiones. Por ejemplo, Ingeniería en marcha, el cual cubre la necesidad específica de aprender a dar mantenimiento o construir una casa habitación con materiales que el propio radioescucha puede conseguir de la propia naturaleza y utilizarlos para la obra de construcción.

En F.M. estas emisiones representan sólo el 10.31% del total de 126 horas, es decir, que son 13 las horas semanales que se difunden de este tipo de programas.

Respecto al género informativo, en Amplitud Modulada, los noticieros representan el 7.54% del total emitido semanalmente, es decir, 9 horas con 30 minutos. Y en Frecuencia Modulada son 7 las horas destinadas a este género siendo el 5.55% representado.

En lo referente a la cultura son 30 horas con 30 minutos las que se destinan a este rubro, teniendo contenidos con tópicos sobre literatura, poesía, danza,

cinematografía, idiomas, entre otros. Esto es en Amplitud Modulada y representa el 23.80% del total transmitido.

En cuanto a F.M. se transmiten 27 horas de programas culturales, abordando temas: literarios, de poesía, cinematografía, pintura, idiomas y deportes entre otros. Estas horas representan el 21.43% del total de la transmisión semanal.

Los programas infantiles representan el 4.77% con 6 horas semanales en cada una de las 3 frecuencias, lo que significa el porcentaje más bajo de todos los tópicos tratados en la emisora, pero los de mayor rating, "tanto por su calidad como por el tipo de comunicación que establece".⁵⁹

Dentro de esta categoría infantil se encuentran "Sube y Baja", el cual recibe de 60 a 70 llamadas durante la hora de emisión. Asimismo, está "Entre pies y pieza" que es un programa que hace ejercitar a los niños; también encontramos "Hola Luis" que dura una hora; "Con tantita ciencia" el cual aborda temas de divulgación científica para niños", "Del tingo al tanto" y "El rincón de los niños".

En estas producciones infantiles se elaboran convocatorias para que los niños participen escribiendo sobre algún tema que les llame la atención, así como también para que graben alguna canción y la envíen a la emisora, o se les regalan pases para que vayan a los distintos eventos culturales dedicados a los niños, en los que se atienden problemas que pueden tener los niños como la

⁵⁹ Estrada, Manuel, Entrevista con.

violencia en la familia. Este tipo de programas se transmiten 6 meses consecutivos y descansan dos por falta de presupuesto.

En lo que respecta a la música, en estas producciones se abordan distintos géneros como la clásica (principalmente la generada por los propios universitarios), el jazz, el blues, el rock, el bolero y el tango.

Por otra parte en los programas hablados y de opinión, se abordan temas particularmente los que tratan de los problemas nacionales y actuales; por ejemplo, la salud. Cabe destacar que “no se trata de curar sino de prevenir enfermedades”.⁶⁰ Asimismo, se habla de temas sobre economía, corrupción, falta de empleo, entre otros. Los programas de opinión son el pan de cada día como lo dice el director de producción de esta emisora, ya que estos no han buscado el renovarse con nuevas formas de producción.

En lo que se refiere a los programas de servicios a la comunidad se trata de orientar al público sobre cómo puede tener acciones concretas que pueda emprender la audiencia, tanto económica como fácilmente.

Y en los programas informativos se mantiene a la audiencia enterada de lo que sucede en el país y en el mundo entero por lo que se tienen dos tipos de emisiones, una de información nacional (“Radio UNAM informa”) y otra de noticias internacionales (“Noticiero de Radio Francia Internacional” y “Enfoque Internacional”).

⁶⁰ Estrada, Manuel, Entrevista con.

Como hemos podido observar, Radio Universidad, es una de las emisoras culturales, que al igual que Radio Educación, ofrece un contenido muy variado e interesante en su transmisión. Sin embargo, sufre la misma situación presupuestal que no le permite estar a la vanguardia ni en producción ni en tecnología.

CAPÍTULO V. ANÁLISIS DE LA ENCUESTA Y CONCLUSIONES

En los capítulos anteriores expusimos tanto el marco legal como histórico de la radio, en particular de la radio cultural, enfocado a dos emisoras de la Ciudad de México, Radio Educación y Radio Universidad, analizando su historia así como su programación actual. Sin embargo, para efectos de completar este trabajo de investigación, decidimos llevar a cabo una encuesta que nos pudiera dar un panorama real de la situación de la radio cultural en nuestra ciudad en los últimos tiempos, específicamente el caso de Radio Educación.

5.1. DETERMINACIÓN DE LA MUESTRA

La determinación de la muestra se obtuvo de acuerdo a la fórmula para estudios sencillos presentada por Raúl Rojas Soriano y que se aplica cuando existen las siguientes condiciones:

- a) La población objeto de estudio grande (mayor a 10,000 casos).
- b) El cuestionario que se aplica es reducido.

c) Las alternativas de respuestas son mutuamente excluyentes, por ejemplo, Sí o No; Bueno o Malo; Adecuado o Inadecuado, en la mayoría de los casos.

La fórmula es la siguiente:⁶¹

$$n = \frac{Z^2 p q}{E^2}$$

En donde:

Z = número de unidades de desviación estándar en la distribución normal que producirá el nivel deseado de confianza.

Para una confianza del 95 %

$$Z = 1.96$$

p q = se refiere a la variabilidad del fenómeno estudiado; en este caso es igual:

$$p = .5$$

$$q = .5$$

⁶¹ Rojas Soriano, Raúl. Op. Cit. p. 188.

E = Indica el grado de error o diferencia máxima entre la medida muestral que se está dispuesto a aceptar, en este caso es del 5 %

Sustituyendo:

$$n = \frac{(1.96)^2 (.05)(.05)}{(.05)^2} =$$

$$n = \frac{(3.84)(.25)}{.0025} =$$

$$n = \frac{.9604}{.0025} =$$

$$n = 384.16$$

Como el tamaño de población en la Ciudad de México es de 8 millones 489 mil 7 habitantes, según cifras proporcionadas por el INEGI del censo de 1995, se utiliza el factor de corrección finito y la muestra anterior 384 se denomina entonces muestra inicial donde:

$$n = \frac{n_0}{1 + \frac{n_0 - 1}{N}}$$

Sustituyendo:

$$n = \frac{384}{1 + \frac{384 - 1}{8'489,007}} =$$

$$n = \frac{384}{1.0000451} =$$

$$n = 383.98$$

Lo anterior nos indica que para obtener resultados reales de la encuesta se requieren recabar 384 entrevistas.

5.2. APLICACIÓN DE LA MUESTRA

Las condiciones en las que se aplicaron las encuestas fueron las siguientes:

- ✓ Personas mayores de 18 años. Esta edad fue determinada con base a los datos obtenidos durante la entrevista que tuvimos con directivos de Radio Educación, los cuales señalaron que el público al que va dirigida su programación abarca todas las edades. Sin embargo, hacen énfasis en la

importancia que han tomado actualmente los programas dedicados a los niños, los cuales tendrían que ser analizados en un trabajo especial sobre radio infantil.

- ✓ Vivir en la Ciudad de México, no importando la zona en la que habiten o laboren.
- ✓ Se aplicaron las encuestas de manera aleatoria sin importar si el entrevistado tenía disponible o en su poder algún aparato receptor. Por lo tanto, la pregunta acerca del hábito de escuchar radio forma parte del cuestionario y da lugar a un resultado tabulable.
- ✓ Punto importante es el conocer la ocupación del radioescucha de la emisora para obtener un panorama más completo que permita ser utilizado para otros fines.
- ✓ Para observar el posicionamiento que tienen las diversas emisoras que forman el cuadrante se pidió a los entrevistados mencionar las cinco principales estaciones de radio que escuchan.
- ✓ Las encuestas fueron realizadas durante los meses de agosto y septiembre de 1997.

✓ Para que la muestra fuera realmente representativa se eligieron diversos lugares como: supermercados, universidades, avenidas como Insurgentes y Reforma, oficinas de organismos públicos y del sector privado, cines y centros comerciales.

El cuestionario aplicado se encuentra en el Anexo 1.

5.3. PRESENTACIÓN Y ANÁLISIS DE RESULTADOS.

El presente reporte constituye una exposición breve de los principales datos obtenidos con la aplicación de las encuestas.

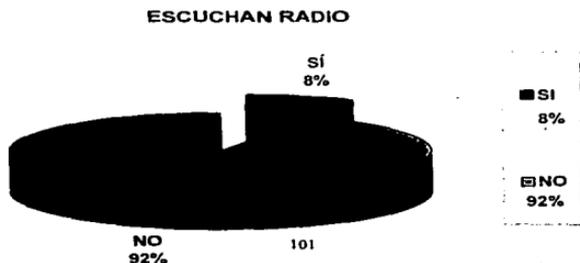
Desde sus inicios, la radio se inventó como reflejo de una sociedad necesitada de entablar comunicación y obtener información como fue el caso de los marinos que pasaban mucho tiempo en altamar y que constantemente viajaban a nuevas tierras. Esta necesidad permanece hasta nuestros días motivo por el cual, la radio como medio de comunicación sigue existiendo, es decir, que la sociedad sigue precisando de la información y de mantener comunicación con otras personas.

La radio provoca en la audiencia una relación personal gracias a la cualidad del sonido de ser introyectado, es decir, a la posibilidad de que quien escucha,

recrea el mensaje de acuerdo con sus experiencias, vivencias e historia. Es un vehículo de difusión hacia un público de cualquier condición social o educativa.

Asimismo, la radio es un medio eficaz para informar de manera inmediata y simultánea, sin que exija demasiado esfuerzo por parte del receptor, solamente escuchar, lo cual le permite al mismo tiempo realizar otro tipo de actividades. Además, no debemos olvidar la amplia cobertura con la que cuenta este medio de comunicación.

Con la siguiente tabla vemos representados los resultados concernientes a la primera pregunta donde indica que el 90% de la muestra representativa escucha radio, siendo muy bajo el porcentaje de los no radioescuchas. Esto nos ratifica la importancia de la radio como medio de comunicación masiva gracias a sus funciones: informar, educar y entretener o divertir, con la característica de ser inmediata y de llegar a cualquier individuo sin importar su condición económica y social.



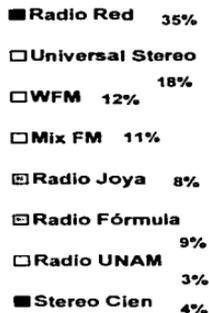
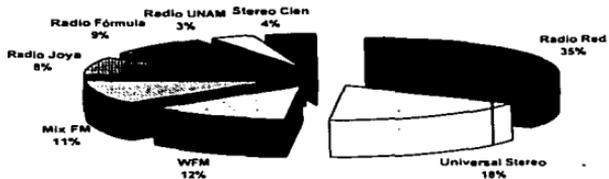
En la Ciudad de México, existen 64 emisoras, de las cuales 56 son comerciales y las 8 restantes se dividen entre culturales, experimentales y comunitarias.

A lo largo de las últimas décadas, la batalla por el auditorio de la radio adquiere intensidad día con día, y no es para menos, el ser escuchadas por más personas significa para las emisoras privadas la posibilidad de obtener una mayor participación en cuestión de inversión publicitaria, lo que ha significado una gran competencia para la radio cultural.

El universo de la radio en México lo constituye un total de mil 155 emisoras; mil 47 concesionarias y 108 permisionarias, de las cuales 787 están en la banda de Amplitud Modulada y 368 en la Frecuencia Modulada. Cada una de estas emisoras ha diversificado su programación para que hoy en día, podamos sintonizar emisiones que satisfacen cualquier gusto ya sea con programas informativos, una completa barra noticiosa, programas deportivos, aquellos dedicados a la mujer o simplemente, emisiones musicales.

Con los resultados de estas encuestas, se obtuvo el siguiente posicionamiento de las estaciones de radio más escuchadas, tomando en cuenta las dos primeras opciones mencionadas por cada entrevistado.

Estaciones de radio más mencionadas



Como podemos observar, la estación que cuenta con mayor auditorio es Radio Red, la cual se ha destacado por ser pionera desde hace más de 25 años, en los informativos, los cuales después de los sismos del 85, se volvieron el pan nuestro de cada día, y en la mayor parte de las emisoras que forman el cuadrante surgen cada vez más programas de este tipo.

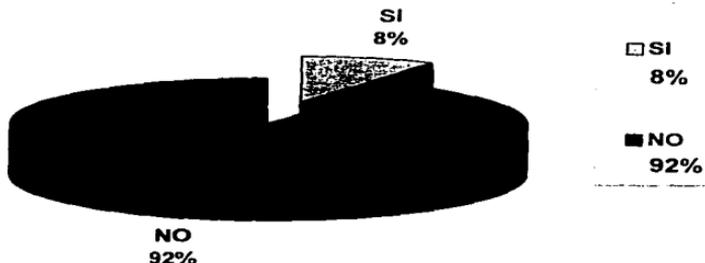
Cabe resaltar que estos programas han ampliado sus transmisiones a tener no sólo la emisión matutina, sino que también cuentan con ediciones del medio día, de la tarde y de la noche.

Parece que este es el tipo de emisoras preferidas por los radioescuchas ya que tres de las estaciones más mencionadas siguen este formato. Podemos

mencionar que tal vez por la velocidad con la que suceden los hechos tanto en nuestro país, como en el mundo, es un factor importante en el éxito de dichas emisiones. Además que la información vial que todas proporcionan es de vital importancia para el ritmo en el que vivimos actualmente.

En segundo plano tenemos las radiodifusoras dedicadas a transmitir programación musical combinada con intervenciones de sus locutores, los cuales en su mayoría tienden a ser jóvenes y programan música preferida por este mismo sector.

Escuchan Radio Educación



Como podemos observar en esta gráfica es muy bajo el porcentaje de radioescuchas asiduos a la emisora, siendo sólo el 8% de la muestra encuestada.

Al recabar esta información, observamos que la audiencia de Radio Educación no es significativa en comparación con el porcentaje de las personas que escuchan radio, incluso algunos de los entrevistados dijeron no conocer la ubicación de dicha emisora.

La penetración actual de Radio Educación en el público es menor en comparación con datos recabados con anteriores encuestas realizadas en agosto de 1991, por el gabinete de estudios de opinión SC (GEO) bajo el patronato de esta emisora.

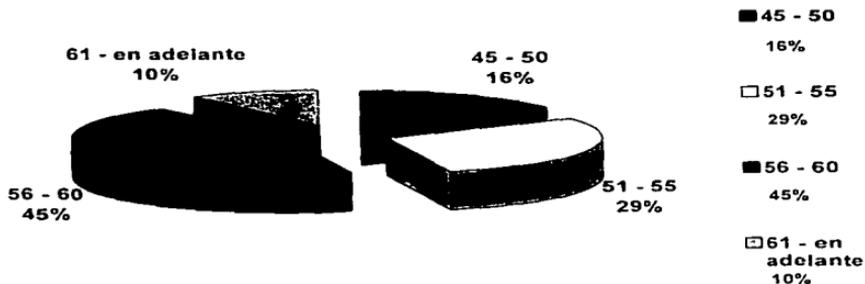
Sí analizamos la siguiente gráfica podemos observar que el público de Radio Educación tiene una composición bastante heterogénea. En todos los grupos de entrevistados (estudiantes, trabajadores del sector privado, amas de casa, jubilados, trabajadores autónomos y trabajadores públicos) hay radioescuchas. Sin embargo, resalta el alto porcentaje en el gremio de los jubilados, lo que nos indica que Radio Educación tiene un público generacional y con una fidelidad a la estación muy alta, en contraste con la opinión que tienen los directivos de dicha emisora, con respecto a que su auditorio es principalmente juvenil.

Perfil ocupacional del público de Radio Educación



El estudio de las edades en el segmento en que Radio Educación tiene mayor penetración, es decir los jubilados, se muestra en la siguiente gráfica, comprobándose lo que aseveramos anteriormente, que el público de Radio Educación es generacional, destacando que las edades en las que predomina dicha emisora es de 56 a 60 años siendo el 45% del total encuestado.

Edad del público asiduo a Radio Educación



Lo anterior resulta muy importante, no sólo por conocer o demostrar que cantidad de audiencia tiene Radio Educación y buscar una justificación de su estancia en el cuadrante ¡No! Nuestro principal objeto de estudio es la radio cultural en la ciudad de México, es entonces que las cifras son más que números, porcentajes y tablas, es la demostración de que la radio, desde sus inicios y hasta la actualidad, ha mantenido su principal objetivo: ser un medio de comunicación que difunde hechos y aspectos relevantes para la sociedad, cumpliendo con ello sus tres principales funciones: informar, educar y entretener.

Como medio de comunicación, la radio disparó la imaginación, establece una comunicación más directa, inmediata e instantánea con el receptor buscando establecer una intercomunicación.

En nuestro país, Constantino de Tárnava estableció la primera radiodifusora en Monterrey, Nuevo León en 1921, bajo el nombre de Notre Dame. A partir de esa fecha, la radiodifusión empezó a ser una nueva forma de comunicar a la sociedad mexicana brindando entretenimiento e información general, pues antes sólo existía la prensa.

Es entonces que con el nacimiento de la radio, se inicia un gran emporio industrial de éxito, como lo pudimos corroborar en nuestro trabajo de investigación ya que, tan sólo en la ciudad de México el 90 por ciento de la población escucha radio.

Desde sus inicios, con la unión de capitales extranjeros con nacionales, las emisoras proliferaron rápidamente en toda la república mexicana y el gobierno, al visualizar, este gran poder que se consolidaba, legisló su funcionamiento.

El alcance obtenido por la radio despertó el interés de utilizar este medio de comunicación, no sólo para el entretenimiento e información del público, sino para transmitir también programas culturales, lo que da origen a dos tipos de radio: la comercial y la cultural, aunque con el paso del tiempo, se han abierto nuevas formas de emisoras como la experimental y la comunitaria.

Puesto que el tema central de este trabajo es la radio de carácter cultural, definimos a este tipo de emisoras como aquellas que existen para prestar un servicio público sin fines de lucro, aunque en la Ley Federal de Radio y Televisión no se especifica que se entiende por cultura. Son propiedad del Gobierno Federal, de los gobiernos de los estados, municipios, universidades y otras instituciones educativas oficiales y están subvencionadas por dichas entidades.

Así, surgen en nuestro país dos opciones, Radio Educación y Radio Universidad. La primera nace en 1924, a iniciativa de José Vasconcelos, con el objetivo de reforzar la función educativa de la Secretaría de Educación Pública y como un poderoso auxiliar pedagógico del maestro.

Años más tarde, surge en 1937 Radio Universidad, con la misión de dar a conocer a la sociedad en general, el quehacer de la Universidad Nacional Autónoma de México, tanto del sector estudiantil como el de la docencia e investigación.

Este tipo de emisoras son educativas e informativas y buscan interesar a los radioescuchas a través de su contenido, por lo tanto no pueden dedicarse a halagar el gusto fácil de la mayoría de la gente, porque deben cumplir tanto con las funciones de informar, educar y entretener, como con la de brindar un servicio público.

Su tarea es difícil ya que deben realizar este trabajo de forma amena para captar a las mayorías que están acostumbradas a encontrar en la radio un medio sencillo de entretenimiento.

5.4. PERSPECTIVAS Y CONCLUSIONES DE LA RADIO CULTURAL EN LA CIUDAD DE MÉXICO

Junto a sofisticadas tecnologías de comunicación y a casi ochenta años de haberse instalado en la vida cotidiana de la humanidad, la radio permanece como un medio de comunicación vigente con funciones específicas.

La radio, como se ha mencionado a lo largo de este trabajo, es un medio de comunicación rápido, instantáneo e inmediato de mensajes de cualquier índole que llega a un auditorio heterogéneo y que informa, educa y divierte al radioescucha.

La radio cultural fue creada con el objetivo de incrementar tanto el nivel educativo, la capacidad de reflexión de los radioescuchas a través de los contenidos de los programas, así como para proporcionar un espacio para la difusión de diversos trabajos de investigación.

Analizando los resultados que arrojaron las encuestas que realizamos para este trabajo de investigación, podemos mencionar que la radio de este carácter no lleva a cabo acciones que cumplan sus objetivos, ya que el nivel de audiencia que presentan es muy bajo.

No es que juzguemos si realmente su programación tiene o no éxito, lo que ponemos en duda es que los directivos de ambas emisoras aseguraron que sus emisiones estaban enfocadas al auditorio juvenil y el resultado de las encuestas indica todo lo contrario, que la audiencia asidua a sus transmisiones es mayor de 45 años, lo cual indica que el perfil de su programación no es el indicado.

Tal vez ambas emisoras deberían acercarse a las distintas instituciones interesadas en la difusión cultural de nuestro país para ofrecer otro tipo de programas que acaparen mayor auditorio.

Bajo esta perspectiva, estas radiodifusoras pueden elaborar coproducciones con instituciones dedicadas a la cultura, especialistas en áreas como la música, la danza, el teatro, la pintura, la literatura, el cine, la arquitectura, la historia o las propias culturas indígenas existentes en México, pero hasta el momento, sólo ha sido exitoso en Radio Educación y en menor medida en Radio Universidad.

La radio cultural está en el camino para consolidarse como un medio de comunicación que preserve las costumbres y tradiciones, pero no debe

quedarse como un simple preservador de la cultura, al contrario deberían luchar por ganar un lugar en el gusto del público gracias al contenido y calidad de sus emisiones.

Deben luchar por quitarse la imagen de que una estación cultural es aquella que solamente se dedica a transmitir música clásica, sino tener la imagen de que realmente están incrementando el nivel cultural del auditorio a través del gusto por las bellas artes, desarrolladas en nuestra nación, las cuales poco a poco se van quedando en el olvido, como consecuencia del desmesurado crecimiento del país y el vertiginoso desarrollo que ello implica.

El hecho de que sean instituciones educativas y culturales quienes investiguen, produzcan y dirijan las transmisiones convenidas con las emisoras de este carácter, implica que sean dichas instituciones quienes, siendo especialistas en cada tema, le den el debido uso y enfoque a la información que se ha de difundir, para que así, la audiencia conozca el tema y lo comprenda.

En la actualidad es indispensable que las emisoras culturales sean las portadoras de mensajes educativos y de orientación, puesto que la propia ciudadanía así lo requiere como parte de una evolución encaminada a aprovechar los propios recursos históricos, naturales y actuales de México y de sus habitantes.

Sin embargo, es importante destacar el papel de la radio en el desarrollo de la sociedad ya que a través de la evolución misma de su programación y anuncios publicitarios, comenzando con las radionovelas, la música y actualmente con programas informativos y de servicio a la comunidad, marcan patrones y modelos de conducta que han sido parte del comportamiento de la sociedad.

Cabe recordar que durante la década de los 30's los comerciales radiofónicos de Colgate y Palmolive recordaban al radioescucha que tenía que limpiarse los dientes y utilizar jabón en el baño.

Por otra parte, el desarrollo de los programas informativos, comenzando con Monitor en Radio Red hace más de 25 años, y teniendo su auge en los sismos de 1985, han cambiado la manera en que el radioescucha se mantiene informado, por lo que estas emisoras culturales se han visto en la necesidad de modificar sus propios noticieros para estar en la vanguardia y seguir los patrones que el mismo público ha establecido.

La lucha día con día por el auditorio es cada vez mayor, las estaciones comerciales copian los patrones unas a otras por la falta de creatividad de formatos de producción. Esta batalla por la audiencia de la radio significa para las emisoras obtener ganancias económicas con la publicidad, de ahí que las estaciones estén en permanente disputa por la programación más atractiva y por contar con la participación de locutores que tengan reconocimiento y audiencia propia.

Un caso latente es el de Tomás Mojarro, quien después de tener uno de los programas con mayor rating en Radio Universidad, fue contratado por la XEQ del Grupo Radiópolis (Televisa), es decir que ni siquiera una empresa como Televisa puede sustraerse a la guerra entre las radiodifusoras por el auditorio. Sin embargo, Radio Universidad logró demostrar que con poco capital se puede lograr producir programas de éxito que compitan con los grandes consorcios.

Esta es una debilidad que debiera ser aprovechada por la radio cultural, tratando de encontrar un tipo de programa que llame la atención del público y que al mismo tiempo lo oriente y eduque, que funcione de tal manera que cumpla con su objetivo y que para el radioescucha sea casi imperceptible y se logren vencer los prejuicios por escuchar las estaciones de este carácter.

Uno de los grandes adelantos que han logrado estas emisoras es la segmentación de su público, con lo cual se logra una desmasificación del auditorio. Estructuran su programación de acuerdo a las necesidades y características de la sociedad. Entonces, posiblemente en todo el universo de radioescuchas, existen personas con características similares que buscan escuchar ese tipo de programas. Por ejemplo, las amas de casa que buscan programas de orientación en el hogar, a diferencia de otras que buscan recetas de cocina, o los jóvenes que desean escuchar programas de orientación sexual en vez de escuchar emisiones de música como el rock.

Esta segmentación permite que la propia audiencia escuche y participe en las emisiones que más le convengan a sus intereses y gustos, por ello, las radiodifusoras culturales están planeando, estructurando y diseñando constantemente sus programaciones con la intención de que estas satisfagan las necesidades de la audiencia que cada día son diferentes. Sin embargo, hace falta llevar a cabo un gran esfuerzo de penetración en el auditorio para darse a conocer sobre todo con su público objetivo, es decir, el juvenil.

Asimismo, la apertura para la retroalimentación con los radioescuchas en las emisiones de análisis social, económico o político, permite que la audiencia encuentre un foro de orientación y en ocasiones de denuncia. Esto agrada a la sociedad, puesto que es escuchada por un medio de comunicación que tiene interés y tiempo para escucharla, lo que actualmente las propias dependencias o autoridades correspondientes no pueden llevar a cabo.

En la ciudad de México se originan 22 programas informativos matutinos, según datos de Tere Vale, protagonista de uno de ellos y propietaria reciente, junto con su esposo Miguel González Avelar. El 68.59 por ciento de quienes se informan por este medio, según datos de la agencia Nielsen, atienden los noticiarios de la mañana, mientras sólo el 16.68 por ciento oye los de mediodía y un porcentaje todavía menor, el 14.73 por ciento, sintoniza los de la tarde-noche.⁶²

⁶² Granados Chapa, Miguel Angel, Batalla en la radio, Plaza Pública, *Periódico Reforma*, México, Agosto 11 de 1997, p.21-A.

Por lo tanto, consideramos que las perspectivas de la radio cultural para los próximos años, la acercan a ser un foro de expresión de cientos de ciudadanos que desean ser escuchados en sus necesidades, principalmente culturales y educativas, pero que a la vez son distintas por el lugar o las condiciones de vida que tienen.

Ante esto, se puede prever que la radio de los próximos tiempos, será más abierta, tratará todo tipo de temas, será menos temerosa al abordar los asuntos que afectan directamente tanto a hombres, mujeres, jóvenes, viejos, obreros, campesinos, políticos, religiosos y comunidades en particular.

La radio cultural, tiene un importante objetivo para nuestro país, puesto que los programas de carácter turístico, histórico, regional, musical e idiomas ayudan a que los mexicanos nos identifiquemos más con nuestro país, en estos tiempos en los que las distintas naciones, a través de sus productos o servicios, están ingresando a México. Sin embargo, por muy buen contenido que tenga un programa, mientras no se difunda, no logrará su objetivo de mover al público a la acción.

La difusión de temas culturales como la literatura, la música, la arquitectura, la pintura, la escultura u otras expresiones artísticas, permite que las diversas generaciones de artistas y sus obras, sean conocidas por toda la sociedad, valorando con ello su trabajo y a la vez, fomentando la inquietud de expresión de los jóvenes y niños. Con la cifra encontrada de una baja audiencia para

Radio Educación demuestran que estos propósitos se cumplen sólo con el 8 por ciento del total de radioescuchas en la ciudad de México.

La temática desarrollada particularmente de Radio Educación, sobre las características de los distintos grupos indígenas pertenecientes a diferentes culturas prehispánicas desarrolladas en nuestro país, exaltando sus artesanías, costumbres, tradiciones y forma de vida, entre otras cualidades, busca que le permita a la audiencia conocerlos y a su vez, valorar las raíces mexicanas. El reto es conseguir una mayor audiencia y que sean más los radioescuchas que reciban datos culturales.

Es de suma importancia considerar lo que la radio cultural puede ofrecer, puesto que su objetivo fundamental es ayudar a la audiencia a incrementar su cultura y educación, dándole herramientas que le permitan destacar y afrontar las nuevas costumbres de países extranjeros, que se insertan en la vida de los mexicanos.

Por otro lado, el aprovechamiento de los distintos avances tecnológicos en materia de comunicación, puede ser de vital importancia para el esparcimiento de la radio y en especial el de la radio cultural, ya que permitiría escucharse en regiones del país en las que hasta hace poco tiempo no podía ingresar, gracias al uso satelital,. Es por ello, que se puede decir que la calidad en la señal, aunada a las necesidades de la audiencia, pudo lograr una cobertura nacional en todas sus transmisiones.

La radio cultural podría ingresar en los hogares de miles de mexicanos como un medio para concientizar a las futuras generaciones de la necesidad de tener mayores beneficios educativos y culturales a través de un medio de comunicación tan importante como lo es la radio, y no solamente obtener entretenimiento, el cual desde hace casi ochenta años, ha venido explotando la radio comercial como su principal función comunicativa con propósito de la venta de espacios publicitarios sin buscar elevar el nivel cultural de los radioescuchas.

Las diferencias entre una emisora cultural y una comercial son extensas, tanto ideológica como radiofónicamente hablando. Entre éstas encontramos las de carácter económico, que quizás es el principal motor para que existan buenas producciones en el cuadrante.

En lo referente a su contenido, también podemos destacar que en muchas ocasiones no hacen falta recursos económicos, sino gente preparada que esté comprometida con una sociedad, como por ejemplo, Radio Universidad, que desde sus inicios se ha preocupado por difundir las expresiones artísticas, culturales y científicas de sus propios alumnos y docentes.

El problema cultural en México (entendida en todas sus manifestaciones), se origina sin duda desde la enseñanza escolar que se recibe en nuestro país ya que carece de principios básicos sobre la expresión artística en todos los rubros.

Por ello Radio Educación y Radio Universidad, han tratado desde distinto punto de vista a la cultura en sus programas, pero siempre han tenido como principal propósito el difundir un entretenimiento que eduque e incremente el nivel cultural de la sociedad.

Consideramos que la radio cultural es un importante medio de comunicación que pretende acercar a radioescuchas con distintas costumbres, ideas y sentimientos, pero que tienen en común el gusto e interés por todas las manifestaciones de la cultura, que debe buscar incrementar el número de radioescuchas y obtener resultados satisfactorios con su auditorio.

BIBLIOGRAFÍA

- Carrillo Castro, Alejandro, La reforma administrativa en México, México, Ed. Porrúa, 1980.
- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Edición 1996.
- Cremoux, Raúl, La Legislación mexicana en radio y televisión, México, Ed. UAM, 1989.
- De Fleur, Melvin, Teorías de la comunicación masiva, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1970.
- Fernández Christlieb, Fátima, La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo, No. 3, Vol. I, México, Juan Pablos Editor, Julio-Septiembre, 1986.
- Fernández Christlieb, Fátima, Los medios de difusión masiva en México, 8ª Edición, Juan Pablos Editor, México, 1990.
- McLuhan Marshall, La comprensión de los medios como las extensiones del hombre, México, Ed. Diana, 1973.

- Mc Quail, Dennis, Características de los medios de comunicación masiva, México, Ed. Diana, 1976.
- Mejía Prieto, Jorge, Historia de la radio y televisión en México, México, 1972.
- Rebeil Corrella, Ma. Antonieta, et al, Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio, 1ª edición, México, 1989.
- Rojas Soriano, Raúl, Guía para realizar investigaciones sociales, 18ª edición, México, Ed. Plaza y Valdés, 1996.
- Romo Gilli, Ma. Cristina, Introducción al conocimiento y práctica de la radio, 3ª impresión, México, Ed. Diana, 1990.
- Romo Gilli, Ma. Cristina, La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza, México, IMER, 1990.
- Sosa Plata, Gabriel y Esquivel Villar, Alberto, Las mil y una radios, México, Ed. Mc Graw Hill, 1997.
- Vilar, Josefina, et al, El sonido de la radio, Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica, 1ª edición, México, Ed. Plaza y Valdés, UAM Xochimilco, 1988.

HEMEROGRAFÍA

- Dirección General de Estadística, Medición de auditorio de radio y televisión en el Distrito Federal, México, 1985.
- En cifras, Revista *El universo de la radio*, México, Vol. I, No.3, Otoño de 1996.
- Gaceta UNAM, Órgano informativo interno de la UNAM.
- Granados Chapa, Miguel Angel, Batalla en la radio, Plaza Pública, *Periódico Reforma*, México, 11 de Agosto de 1997.
- Ley Federal de Radio y Televisión, Diario Oficial de la Federación, México, 19 de enero de 1960.
- Ley Orgánica de la Administración Pública Federal, Diario Oficial de la de Federación, 29 de diciembre de 1976.
- López Veroni, Felipe, El sentido cultural de la radio, Un Medio Genuinamente Social, *Revista Mexicana de Comunicación*, Año 8. No. 42, México, Fundación Manuel Buendía, Noviembre de 1995 - Enero de 1996.

- Pi Orozco, Luis Ernesto. Citado por Lidia Camacho en Fronteras, rumbros, sintonías y posibilidades de la radio, *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 45, México, Fundación Manuel Buendía, Agosto-Octubre de 1996.
- Radio Educación, Documento Interno, México, Diciembre de 1996.
- Radio Educación, Documento Interno, Rúbrica, México, Agosto de 1996.
- Reglamento de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. Capítulo VI.
- Romo Gilli, Ma. Cristina, Ensayo de la radio, vigente en el umbral del siglo XXI, *Revista El Universo de la Radio 1*, Vol. I, México, ARDF, Primavera de 1996.
- Solís Lerec, Beatriz, Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana, *Revista Mexicana de Comunicación*, No. 42, México, Fundación Manuel Buendía, Noviembre de 1995- Enero de 1996.
- Tecnología audioeducativa, análisis y metodología de la emisión radiofónica, No. 18, Grupo TAE de FUNDESCO.

OTRAS FUENTES

- Estrada, Manuel, Director de Producción de Radio Universidad. Entrevista con, México, Marzo de 1997.
- Herner, María de la Paz, Subdirectora de Producción en Radio Educación, Entrevista con, México, 1996.
- Internet. <http://www.unam.mx/radiounam>, 1997.

ANEXO 1

Cuestionario aplicado para llevar a cabo la encuesta aplicada en el capítulo V.

ENCUESTA

EDAD: _____

ESCOLARIDAD: _____

OCUPACIÓN: _____

1.-¿Escuchas radio? Sí NO

2.-¿ Qué estaciones escuchas? Menciona 5.

3.-¿Escuchas radio educación? Sí NO