



# UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

---

TESINA

Para obtener el título de:  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

**“X E U R 1530”**

**DE RADIO ONDA A  
MARIACHI ESTÉREO**

**MONOGRAFÍA**

Mario Romero Chávez

Asesora: Elvira Laura Hernández Carballido



Ciudad Universitaria 2011



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**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	4
CAPÍTULO 1        La Radio en México	
1.1 La Historia de la Radio en México	6
1.2 Formatos de Programación	28
1.3 Gustos Musicales del Público en el Distrito Federal	35
CAPÍTULO 2        Radio Unión Texcoco S.A. de C. V.	
“XEUR, Radio Onda, 1530 AM”	45
2.1 Charla con un Pionero	46
2.2 “Esta es... Radio Onda, La Tropical Ardiente, XEUR 1530”	54

### CAPÍTULO 3 “De Radio Mil a Radiorama”

3.1 El Fin de una Dinastía e Inicio de Otra Llamada Radiorama	71
3.2 Los Cambios Sufridos en la XEUR, de 1994 a 2004	74
3.2.1 Grupo Siete	75
3.2.2 Red “W” Interactiva	78

### CAPÍTULO 4 “Al Son de Mariachi Estéreo”

4.1 Lo que se escucha	90
4.2 Compromiso de Producción	96
4.3 Voces y Micrófonos	100
Conclusiones	103
Referencias	113

## INTRODUCCIÓN

Monografía en cuatro capítulos que describen la historia de una de las emisoras con gran penetración en el gusto popular del Distrito Federal y su área conurbada, sobre todo en sus primeros años de vida.

La “XEUR, 1530” Radio Unión Texcoco S.A de C.V. son la siglas, la frecuencia y la razón social de dicha estación radiofónica. Se le ha conocido con algunos nombres como “Radio Onda”, “La Super Estelar”. “Cambio 1530”, “Fiesta Mexicana”, “Tu Música 1530” “Red W Interactiva” “Frecuencia Positiva”, “La Mexicana”, “Mariachi Estéreo”, entre otros.

Trabajo que inicia con una visión macroscópica sobre la historia de la radio en nuestro país con una investigación bibliográfica, que nos permite ubicar las primeras emisoras de radiodifusión, los radiodifusores, las principales cadenas y asociaciones, la legislación, la fuerza de la radio en general, datos duros sobre lo que ha sido los primeros años de la radiodifusión en México. Para que de manera contextual ubiquemos a la “XEUR, 1530”, en cuanto a su temporalidad, al espacio físico, así como dentro de los grupos formados, y asociaciones

Se pretende destacar dos etapas de la emisora, la primera cuando esta pertenece al Núcleo Radio Mil, bajo el nombre de “Radio Onda”, y cuyo formato musical es estable desde su inauguración en 1965, hasta el año de 1994, cuando es vendida a Grupo Radiorama. Dando inicio a una segunda etapa. En la que se ve envuelta esta emisora con una serie de cambios, tanto de nombres, como de formatos, que impiden la penetración suficiente, para crear identidad con sus audiencias.

Dos etapas que se destacan por la identidad generada por la primera con un sector de la sociedad, no sólo en el plano del entretenimiento con la música

tropical, también con la información, desde la “División Noticias del Núcleo Radio Mil”, la parte cultural, también con su división propia, y con una dirección artística preocupada por llevar espectáculos, eventos masivos, con los artistas de primer nivel a los sectores más populares de manera gratuita. Labor social, entre otras actividades, en conjunto con delegaciones, municipios, y asociaciones civiles, o gubernamentales.

Que en opinión personal, lo más importante de esto ha sido la labor humana, los recursos humanos sobre los materiales, técnicos, y hasta los económicos.

A diferencia de la segunda etapa donde la emisora ha carecido de una identidad con la sociedad, debido primero a los diferentes cambios de formatos, cambios que obedecen al interés comercial, a las ganancias que se obtienen de una manera rápida, que ha llevado incluso al arrendamiento de la estación.

Sin embargo no todo resultado ha sido negativo, a pesar de que se ha preponderado lo comercial, lo económico y político, en ese devenir de formatos, ha demostrado que la radio la hacen las personas, la comunicación está por encima de simplemente del concepto negocio.

En esta segunda etapa Radiorama comparte el destino de la “XEUR”, con otras empresas, algunas dedicadas a la radiodifusión.

La presente tesina forma una pequeña parte de la historia de la radiodifusión en nuestro país, en la Ciudad de México, es un fragmento pero con la intención de contribuir con el quehacer del investigador de la comunicación, para quien se interese en la radiodifusión no sólo como una industria sino como un ejercicio de comunicación, emisora de sentimientos, pensamientos, conocimientos, información y entretenimiento.

# **CAPÍTULO 1**

## **LA RADIO EN MÉXICO**

En el presente capítulo se detalla el inicio de la radiodifusión en nuestro país, el trabajo de los pioneros en esta actividad desde 1919, momento en que se realizan las primeras pruebas, luego en la Ciudad de México, tanto en el interior de la República.

La creación de asociaciones y agrupaciones entre radiodifusores, los intentos que se hacen con el fin de regular el ejercicio de la radiodifusión.

Se muestran las características de los formatos o contenidos de programación, dependiendo de la época en que ubiquemos la historia de la radio. Para clasificar algunos tipos de música y sus audiencias que nos permita visualizar el trabajo realizado por “Radio Onda” 1530 de AM. La “XEUR”, que posteriormente se convierte en “Mariachi Estéreo”.

Finalmente algunos de los muestreos en cuanto al gusto popular, las emisoras del Distrito Federal; sus formatos de programación, en la década de los ochenta, momento de mayor impacto de “Radio Onda”.

### **1.1 LA HISTORIA DE LA RADIO EN MÉXICO**

#### **La Radio**

“Definido como el medio masivo por excelencia --su cobertura, que alcanza al 98 por ciento de la población del país, no la tiene ningún otro medio de difusión-- la radio mexicana tiene ya una historia de más de 70 años. Siete décadas en las que el impulso experimentador de los pioneros se transformó en interés empresarial por parte de la

generación de radiodifusores que convirtió a esta actividad en industria a partir de los años treinta”<sup>1</sup>

En 1919 el ingeniero *Constantino de Tárnava* se convierte en pionero e iniciador de la radio en México. Se instala en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, la *primera estación experimental* en nuestro país.<sup>2</sup>

En agosto de 1921, Con motivo del centenario de los tratados de Córdoba, con los cuales México oficializa su independencia, el presidente *Álvaro Obregón* visita esta ciudad veracruzana de *Córdoba*, en dónde se realizan diversas manifestaciones artísticas, culturales, cívicas, de entretenimiento, y por primera vez en nuestro país, transmisiones radiofónicas.

La noche del 27 de septiembre de este mismo año, se realiza el primer programa radiofónico. Siendo el joven *Adolfo Enrique Gómez Fernández*, de 26 años, quien pone a funcionar con la ayuda de su hermano *Pedro*, un transmisor de 20 watts de potencia, y el patrocinio del empresario *Pedro Barra Villela*, para sus experimentos instalan el equipo marca *De Forest*, en la planta baja del Teatro Ideal de la Ciudad de México y transmite desde ahí un breve programa radiofónico integrado por dos canciones, participan en esa emisión el tenor *José Mojica*, quien interpreta “Vorrei”, de *Paolo Tosti*, y la niña *María de los Ángeles Gómez Camacho*, hija de *Adolfo Enrique Gómez Fernández*, que entona “Tango Negro”, de *Belisario de Jesús García*.

El 27 de octubre de 1921, en Monterrey, Nuevo León, el ingeniero *Constantino de Tárnava Jr.* Después de las pruebas que iniciara en 1919, inicia

---

<sup>1</sup> Mejía Barquera, Fernando “*Historia Mínima de la Radio Mexicana (1920-1996)*” Fundación Buendía. México. REVISTA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. Año no. 1 edición no. 1 marzo-mayo 2007, <http://web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf> p.1

<sup>2</sup> Cámara de la Industria de la Radio y Televisión “*Antecedentes Históricos de la Radio*” *Personalidades en la Radio*. Página web. México. <http://www.cirt.com.mx/historiadelaradio.html>, consultada el 20 de enero 2007

las transmisiones regulares de una emisora a la que llama "TND": *Tárnava Notre Dame*. La emisora "CYO", posteriormente identificada como "XEH".<sup>3</sup>

El trabajo de los pioneros de la radio se lleva a cabo simultáneamente en diversos lugares del país. Son en esa época tantos los experimentos y transmisiones radiofónicas, que resulta difícil otorgar a alguien el título de "primer radiodifusor de México".

Al mismo tiempo que los trabajos de experimentación con transmisiones radiofónicas efectuadas en el Distrito Federal, se realizan muchos más en otras ciudades como Pachuca, Cuernavaca, Guadalajara (donde el señor *Manuel Zepeda Castillo* transmite desde los altos del "Teatro Degollado"), Morelia (con don *Tiburcio Ponce* que instala una emisora llamada "7 A Experimental"), San Luis Potosí, Chihuahua y Ciudad Juárez, entre otras poblaciones.

Al no existir una reglamentación en cuanto a las transmisiones radiofónicas, hasta este momento es posible utilizar una frecuencia con plena libertad, sin embargo por la falta de receptores los radiodifusores no encuentran mucha retroalimentación, ya que el número de ellos es muy limitada aún, tratándose de aparatos de galena o de válvulas, utilizando la banda de amplitud modulada (AM), y algunas emisoras lo hacen por Onda Corta (OC).

Los aficionados a la radiodifusión constituyen el 6 de julio de 1922 en el Colegio Francés de la Ciudad de México la "Liga Nacional de Radio", la intención es intercambiar experiencias, realizar seminarios, conferencias, aprender unos de otros, haciendo así un gremio estable, nombrando como presidente al ingeniero *Salvador F. Domenzaín*.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup>Mejía Barquera. P.2 *Op.Cit.*

<sup>4</sup> *Ib.*

El 6 de marzo, *la Liga Nacional de Radio* se fusiona con el *Centro de Ingenieros y el Club Central Mexicano de Radio* para formar la Liga Central Mexicana de Radio, la segunda organización constituida por los radiodifusores mexicanos, haciendo crecer y dando mayor fortaleza a este gremio. Entre sus dirigentes figuran *Vicente Lombardo Toledano, Felipe Sierra, Francisco C. Steffens, Salvador F. Domenzáin, Modesto Rolland y Manuel L. Stampa.*

Muy importante para el desarrollo de la radio en nuestro país fue 1923. En ese año se inauguran, entre otras, las emisoras “CYL” denominada ‘El Universal Ilustrado, La Casa del Radio’, propiedad de los señores *Raúl Azcárraga y Félix F. Palavacini* y la “CYB” -hoy conocida con las siglas “XEB”- de la compañía cigarrera *El Buen Tono*.<sup>5</sup>

En febrero, el señor *Raúl Azcárraga*, dueño de la tienda de artículos electrónicos “La Casa del Radio”, había puesto a funcionar un transmisor de 50 watts de potencia, con señales de prueba desde el local de su negocio ubicado en Avenida Juárez número 62 en la Ciudad de México, *Azcárraga y Palavacini* (propietario del periódico El Universal Ilustrado) llegan al acuerdo de operar conjuntamente la estación. El 8 de mayo este diario informa en su primera plana lo siguiente: “*A la usanza de los grandes periódicos norteamericanos El Universal Ilustrado cuenta con una poderosa estación transmisora de radiofonía, instalada en la capital de la República*”.

En esta transmisión inaugural, que da comienzo a las 20.00 horas, participan el célebre guitarrista español *Andrés Segovia*, el compositor mexicano *Manuel M. Ponce*, el pianista *Manuel Barajas* y la diva *Celia Montalbán*, el poeta estridentista *Manuel Maples Arce*, lee su poema “Radio”. El 18 de septiembre de

---

<sup>5</sup> Cámara de la Industria de la Radio y Televisión “**Antecedentes Históricos de la Radio**” *Personalidades en la Radio*. Página web. México .<http://www.cirt.com.mx/historiadelaradio.html>, consultada el 20 de enero 2007

1923 la emisora estrena una planta transmisora de 500 watts y transmite regularmente hasta 1928, año en que desaparece.

*“La radio desde sus inicios en los años veinte, fue el medio apropiado para la divulgación de los trabajos personales tanto de intérpretes como de compositores, la creación musical encontró el canal idóneo. El papel de la radio fue de un recogedor de las exposiciones artísticas. Los autores eran los que con sus canciones modificaban los gustos de los sectores mayoritarios del país.”<sup>6</sup>.*

Se inaugura oficialmente la estación conocida como ‘El Buen Tono’, con las siglas “CYB”. El 15 de septiembre de 1923, y más tarde, en 1929, con el indicativo “XEB” (actualmente es la decana de las radiodifusoras en operación). Instalada por la fábrica de cigarrillos *El Buen Tono*, cuyo capital es de origen francés. El coronel *José Fernando Ramírez*, el capitán *Guillermo Garza Ramos* y el ingeniero *José de la Herrán*, quienes meses antes habían instalado la emisora “JH” de la Secretaría de Guerra y Marina, son contratados por el gerente de El Buen Tono, *José J. Reynoso*, quien también es senador de la República, para colocar el equipo técnico de la emisora y dirigir las primeras transmisiones.

Con la intención de darle formalidad y control al uso del espacio aéreo, así como a las transmisiones la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones que se celebra en la ciudad de “Berna, Suiza”, el 6 de julio se asignan siglas a diversos países, para utilizar e identificar las emisoras de radiodifusión, a México le son asignadas de las siglas “CYA” a la “CZZ”, aún cuando nuestro país no envió ningún delegado a dicha conferencia, de tal manera que las estaciones existentes tienen que transformar sus siglas, entre ellas; ‘El Universal-La Casa del Radio’ tiene que utilizar las siglas “CYL”, ‘El Buen Tono’, “CYB”, la estación del diario ‘Excélsior’ que comenzó a operar en marzo, adopta las siglas “CYX”.<sup>7</sup>

---

<sup>6</sup> REBEIL, Corella María Antonieta, Alba de la Selva Alma Rosa, Rodríguez Zárate Ignacio. “*Perfiles del Cuadrante, experiencias de la radio*”. México, Trillas, 1989 p. 119

<sup>7</sup> Mejía Barquera. P.4 *Op.Cit.*

En la ciudad de Washington en 1929. Se celebra “La Conferencia Internacional de Telecomunicaciones”, donde se determinan nuevos indicativos de llamada para las estaciones que prestan esta clase de servicios. A México, que en esta ocasión sí envía representantes a la Conferencia, le son asignadas las siglas “XAA” hasta la “XPZ”. La Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas (SCOP) decide distribuir así esos indicativos de llamada: XA, servicios de radiocomunicación para aeronaves; XB, servicios generales; XD y XF, telegráficos; XC, servicio marítimos; y XE, radiodifusión. Como consecuencia del ajuste, las radiodifusoras tienen que cambiar nuevamente sus indicativos de llamada.

El primer servicio de noticias continuas por radio en México y probablemente en el mundo comienza a operar el 5 de febrero de 1930. Lo proporciona la emisora ‘Radio Mundial’, “XEN”, propiedad del periodista y miembro del Constituyente de 1917, *Félix F. Palavicini*, quien adquiere la estación a principios de año. ‘Radio Mundial’ había sido instalada en 1925, con el indicativo “CYS”, por la empresa *General Electric*, la cual se encargó de su operación durante cinco años. La estación transmite con el formato de radio noticias hasta el final de ese año.

La primera estación que entiende que para tener éxito económico, la radio tiene que convertirse en un referente cotidiano para las personas, y la primera estación que desarrolla estrategias de publicidad para incidir en las costumbres y pautas de consumo cotidiano de la población es sin duda la “XEW”. El 18 de septiembre en ese año 1930, inicia sus transmisiones. La información, el entretenimiento y la compañía es lo que ofrece la radio. Este era el gran secreto para atraer anunciantes; los empresarios debían entender que la radio sería en el futuro, el gran medio que lo hacía muy necesario para cualquier producto o servicio que ellos desearan lanzar al mercado, tenía que estar apoyado por la publicidad radiofónica. Los estudios de la “XEW” se encuentran en la calle 16 de

septiembre número 9, en los altos del “Cine Olimpia”, también propiedad de *Emilio Azcárraga Vidaurreta*.

La “XEW” fue inaugurada por don *Emilio Azcárraga Vidaurreta* y *Aarón Sáenz*, ministro de Educación, y fue conocida desde entonces como ‘La Voz de la América Latina desde México’, debido al gran alcance e influencia que ha tenido a lo largo de la historia de la comunicación, es considerada como la más importante de habla hispana en el mundo. Los primeros locutores de la estación fueron: *Leopoldo de Samaniego, Nicolás de la Rosa, Ricardo ‘El Vate’ López Méndez, Alonso Sordo Noriega, Manuel C. Bernal, Pedro de Lille y Pepe Laviada*. Fue la primera estación que inició con una programación abierta y popular pensada en la sensibilidad y forma de vida de los mexicanos.<sup>8</sup>

El 1 de enero se inauguran oficialmente las transmisiones de la radiodifusora “XEFO”, inicialmente llamada “XE-PNR”, propiedad del *Partido Nacional Revolucionario* (PNR). En octubre de 1947, el gobierno del presidente *Miguel Alemán Valdés* vende esta emisora y su filial, la “XEUZ” de onda corta, al industrial radiofónico *Francisco Aguirre*.

Para regular el funcionamiento de esta actividad. Ante el constante crecimiento de la radiodifusión el gobierno de la República comienza a emitir disposiciones legales. Existen para este año 31 estaciones en el país y se prevé un crecimiento explosivo para el futuro.

En 1931 se sustituye el régimen de *permisos*, que operaba en los años veinte, por el de concesiones, más acorde a una actividad de tipo comercial que utiliza el espacio electromagnético aéreo (un bien del dominio de la nación). Las concesiones para explotar comercialmente una frecuencia radiofónica se otorgan *hasta por cincuenta años* y con ello el gobierno espera estimular el crecimiento de

---

<sup>8</sup> <http://www.wradio.com.mx/historia.asp>, página de la XEW Radio, la historia de la W, México.02-06-07

la radiodifusión, pues supone. Los empresarios tendrán mayor seguridad para invertir en esta actividad.<sup>9</sup>

Publicado en el Diario Oficial el 10 de julio de 1933, el *Reglamento en el Capítulo VI del Libro V de la Ley de Vías Generales de Comunicación*, establece en su artículo 17 que las estaciones radiodifusoras pueden dedicar el 10 por ciento de su tiempo de transmisión a difundir propaganda comercial. En esa misma fecha se publica la Ley de Impuestos a las Estaciones Radiodifusoras que establece un gravamen del 5 por ciento sobre los *ingresos brutos* de las estaciones comerciales. También que el Estado tiene la facultad de transmitir a través de las estaciones comerciales, de manera gratuita y con prioridad, todos aquellos mensajes que el *Ejecutivo o las secretarías de Estado* consideren necesario difundir. Esta disposición subsiste en el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados de 1942 y *permanece en la Ley Federal de Radio y Televisión, promulgada en 1960 y actualmente vigente*, en cuyo artículo 59 se lee: "La estaciones de radio y televisión deberán efectuar *transmisiones gratuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos, dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social*. El Ejecutivo Federal señalará la dependencia que deba proporcionar el material para el uso de dicho tiempo."

Desde 1969, el Estado puede disponer diariamente del 12.5 por ciento del tiempo de transmisión en cada una de las estaciones de radio y televisión, según los términos del acuerdo presidencial publicado en el Diario Oficial de la Federación el 1 de julio de ese año siendo presidente el "Lic. Gustavo Díaz Ordaz".

---

<sup>9</sup> Mejía Barquera p.6. *Op.Cit.*

El 15 de enero de 1937 el Diario Oficial publica un decreto presidencial -fechado el 30 de diciembre de 1936-- que dispone la creación de un programa radiofónico semanal con cobertura nacional que deberá ser transmitido en cadena por todas las estaciones del país con la finalidad de que, a través de esa emisión, el gobierno de la República informe a la población de sus actividades. Se decide que el programa se llame La Hora Nacional. Su producción queda a cargo del *Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad* (DAPP) a través de su emisora "XEDP". También bajo la coordinación del DAPP queda su difusión a través de una cadena nacional constituida entonces por 93 estaciones. El primer programa se difunde la noche del 25 de julio de 1937 desde los estudios de la "XEDP". Como primer director de La Hora Nacional se designa al señor *Agustín Arroyo Ch.* También director del DAPP, quien permanece en el cargo hasta el 30 de diciembre de 1939.

Al desaparecer el DAPP, la producción de La Hora Nacional pasa a ser responsabilidad de la *Secretaría de Gobernación*. Al crearse la "Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía" en 1977, la producción de *La Hora de México* queda a cargo de esta dependencia. A partir de 1983, la producción del programa, nuevamente llamado "La Hora Nacional", corre a cargo del *Instituto Mexicano de la Radio*, creado en marzo de ese año. Se le considera como el programa que más ha durado al aire en la historia de la radiodifusión mundial.<sup>10</sup>

La mañana del lunes 14 de junio de 1937 amaneció nubosa. Antes de que la luz invadiera el meridiano, los habitantes de la capital ya conocían la noticia impresa en las páginas de todos los periódicos: esa noche, la Universidad Nacional Autónoma de México inauguraría su estación de radio, "operada por universitarios".

---

<sup>10</sup> Mejía Barquera. p. 8 *Op.Cit.*

La inauguración de 'Radio Universidad Nacional' comenzó como estaba previsto. En punto de las ocho, el *Anfiteatro Simón Bolívar*, recinto de los actos solemnes de la venerable *Escuela Preparatoria*, se hallaba colmado por una masa expectante. Había gente por todos lados: se ocupó la sillería que los encargados dispusieron generosamente para el acto, se llenaron los pasillos, las entradas, salidas y hasta el piso sirvió de incomoda platea. De pronto, el joven y delgado abogado *Alejandro Gómez Arias*, quien usaba una acicalada melena echada hacia atrás, enfundado en un tuxedo oscuro, se acercó a los voluminosos micrófonos, saludó y empezó diciendo:

"En nombre del rector declaro inauguradas las audiciones de nuestras estaciones transmisoras, y aproveché la oportunidad para decir unas cuantas palabras a fin de justificar el esfuerzo de la Universidad al llevar su voz de cultura a todas las clases sociales. En esta forma, la Universidad hace oír nuevamente su voz de siglos, la labor de su cuerpo colegiado, de sus médicos, de sus abogados, de sus ingenieros, de todos sus catedráticos, de los que sirven al país del que la Universidad es esperanza y quiere ser un ejemplo".

"La Universidad Nacional aprovecha en esta ocasión, una de las maravillas de la técnica moderna: la radio, que no sabe de distancias, que no tiene bandera y que está al servicio de la humanidad".<sup>11</sup>

El 14 de diciembre de 1941 se aprueba la constitución de la 'Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión' (CIR) por parte de la Secretaría de Economía Nacional. La CIR queda formalmente integrada el 2 de enero de 1942 al firmarse su acta constitutiva. *Emilio Azcárraga Vidaurreta*, propietario de las estaciones "XEW" y "XEQ", es elegido primer presidente de la organización.

---

<sup>11</sup>, Página web de Radio Universidad Nacional Autónoma de México "*Crónica de la Inauguración*" y "*Discurso Inaugural*". [http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php?option=com\\_content&view=article&id=4:cronica&catid=1:historia&Itemid=6](http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php?option=com_content&view=article&id=4:cronica&catid=1:historia&Itemid=6) México. Consultada el 02-06-07

Los señores *Emilio Azcárraga Vidaurreta* y *Clemente Serna Martínez* se asocian para formar la empresa '*Radio Programas de México*' (RPM), entidad fundamental en el desarrollo de la industria de la radiodifusión en México. RPM -- que inicia sus operaciones formalmente el *31 de mayo de 1941*-- es la primera empresa en explotar comercialmente la *grabación de programas radiofónicos en cinta magnética y discos de acetato*. Utilizando estos recursos, RPM graba los programas más importantes de la "XEW" y la "XEQ" (esta última fundada en octubre de 1938) y los vende tanto en México (a las estaciones de provincia), como en el extranjero. Con esta forma de operación, RPM obtiene en los años cuarenta grandes beneficios económicos. En 1944, por ejemplo, a sólo tres años de su fundación, sus ganancias han aumentado en 300 por ciento y controla las cuentas publicitarias de 130 compañías. De igual manera, *más de la mitad de las estaciones de la República se han afiliado a RPM* con el fin de contar con los programas súper estelares de la "Q" y la "W" que las pequeñas estaciones de provincia no están en posibilidades de producir. Al amparo de los servicios ofrecidos por Radio Programas de México se crea *la Cadena Azul*, la *primera cadena radiofónica* que existe en México. En 1941, año de su creación, cuenta con 6 afiliadas, en 1945 el número es ya de 78, en 1948 suma 82 y en 1950 cuenta con 92. A mediados de los años sesenta, *Emilio Azcárraga Vidaurreta* se retira de Radio Programas de México quedando el negocio en manos de *Clemente Serna Martínez*.

A partir de la creación de '*Radio Programas de México*' y su '*Cadena Azul*', la organización en cadenas adquiere predominio en la industria de la radio. Las grandes estaciones, preferentemente las ubicadas en el Distrito Federal, ofrecen a las emisoras pequeñas un tipo de programación que éstas, por su modestia de recursos económicos, no pueden producir, así como servicios especiales (por ejemplo, asesorías sobre aspectos técnicos y de mercadotecnia) a cambio de afiliarse a una cadena encabezada por aquéllas. Unas y otras se benefician: las radiodifusoras pequeñas pueden ofrecer mejores programas y cobrar tarifas más

altas en sus espacios publicitarios al contar con emisiones de interés y las grandes emisoras pueden ofrecer a los anunciantes mayor cobertura en la difusión de los mensajes publicitarios (no vale lo mismo, obviamente, un anuncio que habrá de oírse solo en una ciudad, que uno que puede escucharse en varias localidades).

*Así, las cadenas radiofónicas proliferan en los años cuarenta y cincuenta.* En la década de los cuarenta, por ejemplo, se forman la *Cadena Radio Continental*, encabezada por las estaciones “XEQR” y “XERQ” y formada por 25 afiliadas al iniciar sus labores; *Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA)* con 10 emisoras en el norte del país, Jalisco y Veracruz; *Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA)*, con afiliadas especialmente en Michoacán y el Bajío; *Cadena Radio Mil*, encabezada por la emisora “XEOY”, inaugurada en febrero de 1941, con 36 afiliadas; *Radio Cadena Nacional*, encabezada por “XERCN”, del D.F.; *Radio Central Radiofónica*, con 7 estaciones en el D.F., Puebla, Morelos, Hidalgo y el Estado de México, encabezadas por “XENK”, “Radio 620”, del D.F.

En 1942 se promulga el Reglamento de Estaciones Radiodifusoras Comerciales, de Experimentación Científica y de Aficionados que, entre otras disposiciones, establece que *cada anuncio comercial debe durar como máximo dos minutos* y que por cada anuncio difundido debe *intercalarse un número musical* o de otra índole; reitera la *prohibición de difundir "franca o veladamente" asuntos de carácter político o religioso*, así como *ataques de 'cualquier tipo' al gobierno*. El reglamento, asimismo, *autoriza la publicidad grabada* y permite las transmisiones en *idiomas extranjeros*, siempre y cuando fueran autorizadas por la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> Mejía Barquera. *Op.Cit.*

A fines de la década de los cuarenta, gracias a los avances tecnológicos en radiodifusión, en México comienza a experimentarse con la Frecuencia Modulada (F.M.).

En mayo de 1952, *Don Federico Obregón Cruces* instala la primera estación de este tipo, la “XHFM-FM”, ‘Radio Joya’, en el Distrito Federal misma que permanece hasta el año de 1957. Dos años antes, en 1955, el señor *Guillermo Salas Peyró* logra darle un real impulso a la FM al instalar, en la capital del país, la “XEOY-FM”, perteneciente a la organización *Radio Mil* es la primera emisora en América Latina que transmite en sistema estereofónico.<sup>13</sup>

En los años cincuenta la producción de programas va disminuyendo y la presencia de grabaciones musicales en el tiempo de transmisión va en incremento. Ello sucede, sobre todo, en las emisoras pequeñas, o relativamente pequeñas, las cuales argumentan que no poseen los recursos suficientes para producir programas. Rápidamente se descubre que la *conversión de las radiodifusoras en disqueras* --es decir, ejecutantes de discos-- es un buen recurso para abatir gastos de operación, pues resulta mucho más barato reproducir una grabación musical que contratar una orquesta o un cantante con su correspondiente acompañamiento musical. Y por ese camino deciden transitar las emisoras, incluyendo a las grandes. Al finalizar la década la mayoría de las estaciones se han convertido en disqueras y la producción pasa a ser el complemento de una programación basada en la emisión de números musicales, el llamado Sistema California, esquema consistente en la sucesión de números musicales grabados seguidos por la emisión de anuncios comerciales y la presentación por parte del locutor de otros números musicales, se convierte en la forma predominante de operar una estación de radio.

---

<sup>13</sup> Cámara de la Industria de la Radio y Televisión “*Antecedentes Históricos de la Radio*” *Personalidades en la Radio*. Página web. México. <http://www.cirt.com.mx/historiadelaradio.html>, consultada el 20 de enero 2007

Otro elemento distintivo del segundo lustro de los cincuenta en el desarrollo de la industria radiofónica es el crecimiento en el número de cadenas, así como nuevas formas de operación por parte de éstas. En 1954, se constituye la *Cadena Radio Tricolor*, encabezada por la “XEBZ”, del Distrito Federal --que en 1957 se transforma en “XERPM”--, propiedad de Radio Programas de México, a la cual se afilian 30 radiodifusoras de diversos lugares del país. Ese mismo año se crea la *Cadena Vespertina RCN*, con 40 estaciones afiliadas. Más tarde, en 1956, se constituyen la *Cadena de Radio Independiente (CRISA)*, con 25 afiliadas, y la *RED México*, que incluye tres estaciones en el Distrito Federal (XEB, XEPH y XEMX) y 23 afiliadas en provincia.

Las emisoras se unen básicamente para ofrecer al anunciante opciones más atractivas para la difusión de sus mensajes. Las cadenas les ofrecen la posibilidad de difundir nacional o regionalmente su publicidad. Con el tiempo, algunos concesionarios de radiodifusoras pequeñas encuentran cómodo y atractivo ceder la operación y administración de sus estaciones a las cadenas --limitándose ellos a recibir los beneficios de la explotación de la emisora-- con lo cual éstas adquieren enorme poder político y económico. Incluso, las cadenas llegan a adquirir de manera parcial o íntegra emisoras en distintos lugares de la República, creando así las grandes organizaciones radiofónicas que en adelante, habrán de controlar a la industria radiofónica.

El Diario Oficial de la Federación publica el 19 de enero de 1960, la Ley Federal de Radio y Televisión, ordenamiento de la radio y la televisión como medios de interés público. El establecimiento del régimen de *concesiones* y *permisos* a que están sujetos ambos medios, según la ley pueden existir estaciones concesionadas, las cuales están facultadas para transmitir anuncios comerciales, y estaciones permisionadas cuya administración se encomienda a

entidades no lucrativas que, por lo tanto, no pueden hacer uso comercial de las frecuencias de radio y TV<sup>14</sup>

Se inician las transmisiones de “XEYT”, en la población de Teocelo, Veracruz. Se trata de una emisora *de carácter cultural*, pero que, a diferencia de las que se han instalado hasta ese momento, no es operada por una entidad estatal o por una universidad, sino por un organismo creado por la propia comunidad del lugar: el ‘Centro de Promoción Social y Cultural A.C’. de Teocelo.

Ese mismo año se crea en Huayacocotla, Veracruz, la estación “XEJN” que inicialmente opera con la categoría de escuela radiofónica y posteriormente se transforma en emisora de onda corta. Su forma de operación consiste en la transmitir a través de la banda de *onda corta*, ofrece cursos de alfabetización que son captados por aparatos receptores colocados en lugares específicos dentro de la comunidad o en poblaciones cercanas, donde acuden grupos de campesinos adultos que desean aprender a leer y escribir. La señal radiofónica alfabetizadora se complementa con una cartilla impresa y se apoya en el trabajo de coordinadores miembros de la comunidad, los cuales atienden las dudas que puedan surgir entre los alumnos.

El primer antecedente de este tipo de escuelas se encuentra en la emisora “XEUNT”, también de onda corta, que funcionó en *la Sierra Tarahumara* en 1955.

En 1968 regresa al aire, ahora con las siglas “XEEP”, ‘Radio Educación’, la emisora dependiente de la SEP (*Secretaría de Educación Pública*). Radio Educación había iniciado sus operaciones en 1924 con las siglas “CZE”. En 1929, a sólo cinco años de su salida al aire, la emisora de la SEP deja de transmitir. Vuelve a hacerlo hasta los primeros años de la década de los treinta con las

---

<sup>14</sup> Mejía Barquera. *Op.Cit.*

siglas “XFX”. Durante el régimen cardenista, vive una época de gran actividad apoyando el proyecto de *Educación Socialista* impulsado por el gobierno. En 1940, la estación de la SEP vuelve a salir del aire. Luego, avanzado ya el régimen del presidente *Manuel Ávila Camacho*, reanuda sus transmisiones por un corto periodo para volver a interrumpirlas con la llegada del presidente *Miguel Alemán Valdés*. Vuelve al cuadrante nuevamente en condiciones adversas, con equipo deficiente, escasez de personal y serias dificultades de sintonía. Transmite en horario discontinuo, de las 7 de la mañana a las 2 de la tarde y de las 6 de la tarde a las 10 de la noche

El 1 de julio de 1969, una de las fechas más importantes para la industria de la radiodifusión en nuestro país porque después de seis meses de negociaciones entre los representantes de la ‘Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión’ (CIR) y la ‘Secretaría de Hacienda’, el presidente *Díaz Ordaz* emite un decreto que autoriza pagar de la siguiente manera *el Impuesto sobre el importe de los pagos que se efectúen por los servicios prestados por empresas que funcionen al amparo de concesiones federales para el uso de bienes del dominio de la nación*: las empresas concesionarias de radio y televisión pondrán a disposición del Estado el 12.5 % de su tiempo diario de transmisión para que éste haga uso de él de acuerdo con sus propios fines.

En la década de los sesenta la radio de Frecuencia Modulada no ha logrado consolidarse debido, al escaso número de aparatos receptores dotados del dispositivo para captar esa banda y al precio relativamente alto de éstos en comparación con los de la banda normal, lo cual provoca que los anunciantes no manifiesten mucho interés por promover sus productos en las todavía escasas emisoras de FM. Para dar impulso a esta frecuencia se crea en mayo de 1970 la ‘Asociación de Radiodifusores de FM’ que de inmediato entra en contacto con fabricantes de receptores de radio para solicitarles que hagan un esfuerzo por abaratar los precios de los receptores de FM con el fin de que el sistema se popularice, con los publicistas y anunciantes para pedirles que apoyen a las

estaciones de esta banda con la inserción de spots en ellas. Al frente de la asociación están los señores *Francisco Javier Sánchez Campuzano*, de 'Esteréomil', *Joaquín Vargas*, de 'Estéreo Rey', *Salvador Arreguín Jr.* De 'Radio Imagen', y *Mario Vargas*, representando a "XEW FM".

'La Cámara Nacional de la Industria de Radiodifusión' decide transformar su estructura interna y su denominación. Se formaliza la pertenencia a esa organización de los concesionarios de canales de televisión que, aunque en los hechos participaban ya en las actividades de la CIR, no habían ingresado de manera oficial. En consecuencia la organización gremial cambia su nombre a Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT).<sup>15</sup>

El día 4 de abril de 1973, el Diario Oficial de la Federación publica el "Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión" en donde se precisan las atribuciones de la Secretaría de Gobernación como encargada de vigilar que los *contenidos* de las transmisiones de ambos medios se ajusten a lo estipulado por la legislación. Asimismo, el reglamento establece que las estaciones de radio pueden dedicar el 40 por ciento de su tiempo total de programación a la emisión de *anuncios publicitarios*.

Se crea, mediante decreto publicado en el Diario Oficial el 7 de julio, la Dirección General de Radio Televisión y Cinematografía (en adelante conocida como RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación. Su tarea fundamental es *vigilar que la normatividad* aplicable a la radio, la TV y el cine, dentro del ámbito que corresponde a esa secretaría (por ejemplo, la vigilancia sobre los contenidos), se cumpla.

En febrero de 1979, el Estado mexicano inaugura una nueva forma de participación en la actividad radiofónica al adquirir tres emisoras comerciales e

---

<sup>15</sup> Mejía Barquera. *Op.Cit*

incorporarlas al sector de radiodifusión estatal. Este proceso se origina cuando en 1976 el *Grupo Radio Fórmula* entra en dificultades financieras y fiscales. Para cubrir sus adeudos decide vender las *siete emisoras que opera*: “XEDF”, “XERH”, “XESM”. “XEMP”, “XERPM”, “XEB” y “XEDF-FM”. Originalmente se piensa venderlas a tres grupos radiofónicos distintos para evitar la concentración de las emisoras en una sola entidad, sin embargo sólo tres de ellas, “XEMP”, “XERPM” y “XEB”, se separan de Radio Fórmula en diciembre de 1978 pasando a ser propiedad del Gobierno Federal.

De esta manera, el Estado pasa a ser titular de las acciones de tres sociedades anónimas concesionarias de otras tantas radiodifusoras: ‘Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A.’ concesionaria de “XEB”; ‘Vocero Mexicano S.A.’, de “XERPM”; y ‘Radio Visión Mexicana’, de “XEMP”. Para operar las emisoras de manera coordinada, la *Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación decide constituir el Grupo RTC-Radio*. Estas emisoras serían la base sobre la que en 1983 constituiría el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

El 24 de marzo de 1983, la Secretaría de Gobernación convoca a los medios de información a una conferencia de prensa en la que da a conocer "la decisión gubernamental de reestructurar los recursos de comunicación social del Estado" mediante la creación de un dispositivo de coordinación denominado "*Sistema de Comunicación Social del Gobierno Federal*" que estará constituido por *tres institutos*: uno de *radio*, uno de *televisión* y otro de *cinematografía*. El objetivo gubernamental es agrupar los recursos del Estado en el campo de la comunicación social en tres entidades que tengan el estatuto de "organismos públicos descentralizados, con personalidad jurídica y patrimonio propios". De esta manera surgen el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), el Instituto Mexicano de Televisión (IMEVISION) y el Instituto Mexicano de Cinematografía, (IMCINE) creados a través de sendos decretos expedidos el 23 de marzo de 1983

y publicados en el Diario Oficial de la Federación dos días después, el 25 de marzo de ese año.

En el caso de la radio, pasan a formar parte del IMER las empresas 'Compañía Nacional de Radiodifusión', concesionaria de la emisora "XEB"; 'Vocero Mexicano, S.A.', concesionaria de "XERPM"; 'Radio Visión Mexicana, S.A.', concesionaria de "XEMP", emisoras que, como se indicó antes, formaban parte del Grupo Radio Fórmula y pasaron a ser propiedad del Estado y adscritos al Grupo RTC-Radio a principios de 1979, así como la 'Productora Nacional de Radio' (PRONAR); la emisora "XHOF-FM", que hasta el momento de la creación del instituto había sido operada por el Departamento del Distrito Federal; y la 'Promotora Radiofónica del Balsas', que operaba desde noviembre de 1976 la estación "XELAC" en Lázaro Cárdenas, Michoacán y era también parte del Grupo RTC-Radio.

En las siguientes décadas, hablando de los ochenta y noventa, se dan cambios en toda la radio dentro de la República Mexicana, lo que crea un descontrol para los radiodifusores, siendo beneficiados aquellos que cuentan con frecuencias moduladas.

La radio de F. M. supera a la de A. M. en cuanto a número de radioescuchas en la capital de la República, según datos de la agencia especializada en medición de audiencias "International Research Associates", S.A. de C.V. conocido por sus siglas como INRA. Indican que en 1980 la preferencia por la radio de AM es de 77 por ciento, mientras que la inclinación a escuchar radio de FM es apenas de 23 por ciento; pero en 1985, la radio de AM capta el 35.1 por ciento de la audiencia --es decir, su público se había reducido a la mitad-- en tanto la audiencia de FM aumenta a 64.9 por ciento. Esto se debe a que las emisoras de FM pueden transmitir en estereofonía (es decir, difundiendo dos señales simultáneas a través de dos canales --izquierdo y derecho), lo cual hace que el público aficionado a oír música en la radio prefiera esta banda. La irrupción

en el mercado de aparatos receptores de nueva tecnología (modulares, walkman, estéreos para automóviles, etcétera) dotados de un fino sonido, fortalece la preferencia por esa banda. La tendencia a preferir la banda de FM en las zonas urbanas se consolida en los siguientes años, lo cual ocasiona que, ante la pérdida de auditorio, la radio de AM tenga que fortalecer su producción de programas "hablados" para atraer a la parte del auditorio que busca en la radio opciones diferentes a las musicales. Gracias a ello las distancias se reducen, aunque la preferencia por la FM continúa. Para 1990 la radio de AM capta el 44.5 por ciento de la audiencia, mientras que la de FM mantiene su predominio con el 55.5 por ciento. En 1996 la proporción es de 62.6 por ciento en favor de la FM contra 37.4 para la radio de AM.

Estos cambios han provocado que entre radiodifusores se realicen alianzas, y sociedades, con la formación de Grupos Radiofónicos. De esta manera evitar perezcan las frecuencias de amplitud modulada, ya que la publicidad comercial emigra de igual forma hacia las emisoras de frecuencia modulada, haciendo muy vulnerables a las de amplitud modulada por falta de anunciantes, y pocas entradas económicas por este concepto.

**GRUPOS RADIOFÓNICOS:** Para su administración y fundamentalmente para la comercialización de sus espacios, las radiodifusoras mexicanas se organizan, en su gran mayoría, en grupos que de manera directa, como concesionarios, o indirecta, como representantes, que se ocupan de operarlas. Esta forma de organización radiofónica, tiene su origen en los años cuarenta con la constitución de las cadenas, dando lugar a la formación de poderosos grupos que controlan la mayor parte de las estaciones comerciales del país. Los más importantes de estos grupos son: Radorama S.A.; ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio); CIMA-SOMER (Radiocima S.A.- Sociedad Mexicana de Radio S.A.); OIR/GRC (Organización Impulsora de Radio S.A./Grupo Radio Centro); Radio S.A.; RASA (Radiodifusoras Asociadas S.A.); Promosat (Promosat de México S.A.); Firmesa (Funcionamiento Integro de

Radiodifusoras Mexicanas Enlazadas, S.A.); FMM (Fórmula Melódica Mexicana S.A., filial de MVS Radio); CMR (Corporación Mexicana de Radiodifusión); MEO (Multimedios Estrellas de Oro); Pradsa (Profesionales en Radiodifusión); Megaradio; ORF (Organización Radio Fórmula); Recisa (Representaciones Comerciales Integrales S.A.); RCN (Radio Cadena Nacional); Difusa (Difusoras Unidas Independientes S.A.); IMER (Instituto Mexicano de la Radio); Radiópolis (División Radio del grupo Televisa); RCM (Radio Centro Monterrey, Ciudad Juárez y El Paso); NRM (núcleo Radio Mil).<sup>16</sup>

CRISIS Y ALIANZAS: Desde finales de 1991 comenzaron a manifestarse en México visos de una situación difícil en la industria radiofónica. En 1989 y 1990, la radio captó el 14 por ciento del gasto publicitario total en el país; el porcentaje se redujo a 13 por ciento en los años de 1991 y 1992, disminuyó al 11 por ciento en 1993, se incrementó al 12 por ciento en 1993 para volver a descender al 9 por ciento en 1995 (en 1996 repuntó levemente para alcanzar el 10 por ciento).

Esta situación originó que a partir de 1993 se diera una fuerte disputa comercial entre los diversos grupos radiofónicos por captar el mayor porcentaje posible de la inversión publicitaria dirigida a este medio. La disputa se manifestó inicialmente en el cambio de formato de varias emisoras que buscaban con ello atraer anunciantes mediante una programación que ya había mostrado ser atractiva en otras emisoras. La "música grupera", la "música moderna en español" y la "radio hablada", esto último en el caso de las estaciones de AM, fueron los géneros a los que en mayor medida se recurrió dentro de esos cambios de formato.

---

<sup>16</sup> Mejía Barquera, Fernando "Historia Mínima de la Radio Mexicana (1920-1996)" Fundación Buendía. México. REVISTA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. Año no. 1 edición no. 1 marzo-mayo 2007, <http://web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf> p.20

Otro efecto que tuvo la difícil situación económica en la que penetró la industria radiofónica como consecuencia de la caída en la captación de inversión publicitaria fue la formación de alianzas comerciales entre grupos radiofónicos. Estas alianzas tuvieron el objetivo de ofrecer a los anunciantes paquetes publicitarios conformados por spots que pudieran ser transmitidos por un número mayor de estaciones y, por lo tanto, estuvieran en posibilidad de llegar a más personas; es decir que; un grupo que tuviera tres estaciones podría establecer una alianza comercial con otro que tuviera cuatro emisoras, para así ofrecer un paquete publicitario que incluyera la difusión de anuncios comerciales a través de siete radiodifusoras. En este tipo de alianzas no hubo fusión de capitales ni compraventa de acciones.

Finalmente, existieron a partir de 1994-1995 algunas operaciones de compraventa de radiodifusoras, o bien de fusiones de capital, en las que intervinieron varios de los grupos radiofónicos más importantes del país.

En el terreno de las alianzas comerciales pueden citarse la registrada en marzo de 1993 entre los grupos Crystal, Cima y Somer (Sociedad Mexicana de Radio) que conformó una atractiva cadena de 113 estaciones en las cuales insertar su publicidad (en 1995, el grupo Crystal decidió retirarse de esta alianza); la realizada entre Frecuencia Modulada Mexicana (filial del consorcio MVS Multivisión) y el grupo Imagen Comunicación en Radio, concretada también en 1993, y que incluyó a cinco emisoras del Distrito Federal; y la entablada, igualmente en 1993, entre el Núcleo Radio Mil y ARTSA (Agentes de Radio y Televisión) con el fin de formar un grupo de 10 emisoras en el Distrito Federal para comercializar conjuntamente sus espacios publicitarios (la alianza duró hasta 1994). También en 1993 se concretó un acuerdo mediante el cual el grupo RASA (Radiodifusoras Unidas S.A.) adquiere la facultad de operar y administrar Radio 620 del Distrito Federal, una de las pocas emisoras que permanecían sin estar

afiliadas a una cadena o grupo radiofónico (en 1994, Radio 620 es adquirida por RASA). En octubre de 1996, el grupo Radiópolis, filial de Televisa, y la cadena RASA, firman una alianza estratégica --sin inversión ni compra de acciones-- para difundir y comercializar programación producida por Radiópolis a través de las más de 70 emisoras de RASA.<sup>17</sup>

Entre las fusiones y ventas de acciones, destacan las siguientes. En 1993, el grupo Radiópolis adquiere las seis estaciones que el grupo ARTSA poseía en Jalisco. En 1994, el Núcleo Radio Mil, del Distrito Federal, vende dos de sus emisoras al Grupo Radorama. El 28 de marzo de 1995 el grupo Núcleo Radio Mil y la emisora Stéreo Cien deciden fusionarse. También en 1995, el grupo ARTSA decide arrendar sus tres emisoras en el Distrito Federal al grupo ACIR, y ese mismo año la cadena RASA adquiere la estación “XEN” del Distrito Federal. Por último, destaca la adquisición de Radiodifusión RED por parte del Grupo Radio Centro, operación iniciada en 1994 y concluida en enero de 1996.<sup>18</sup>

## 1.2 FORMATOS DE PROGRAMACIÓN

Para determinar los formatos actuales de radiodifusión es necesario recordar como se presentaba lo que se difundía por la radio. Aún en la actualidad se conservan estos que son llamados “Formatos” para clasificar los contenidos. De acuerdo con Ángel Faus en su libro “Introducción a un medio desconocido”, que cita María Cristina Romo Gil en “Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio”, coincidiendo en algunos aspectos con la opinión vertida por el Sr. *Ramiro Garza* en entrevista especial para este trabajo. Y que para distinguir y

---

<sup>17</sup> Mejía Barquera, Fernando “*Historia Mínima de la Radio Mexicana (1920-1996)*” Fundación Buendía. México. REVISTA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. Año no. 1 edición no. 1 marzo-mayo 2007, <http://web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf> pp.21,22

<sup>18</sup> Mejía Barquera, Fernando “*Historia Mínima de la Radio Mexicana (1920-1996)*” Fundación Buendía. México. REVISTA DE COMUNICACIÓN Y CULTURA. Año no. 1 edición no. 1 marzo-mayo 2007, <http://web.upaep.mx/revistaeyc/radiomexicana.pdf> pp. 21,22

ejemplificar el desarrollo de la industria de la radiodifusión para adoptar dichos formatos, se describe parte de la historia en seis etapas.

1.- *La Radiodifusión inicia* sin una programación definida, esta radio naciente transmite música y algunas noticias tomadas principalmente de los diarios informativos vemos que en los primeros años de la radiodifusión en México da inicio con algunas presentaciones de cantantes en vivo, como el caso del tenor *José Mojica*, en la primera transmisión de *Adolfo Enrique Gómez Fernández* en la Ciudad de México, como se ha descrito en la primera parte de este capítulo.

2.- *La Radio Imitación* inicia con el aprovechamiento de las formas ya existentes de conciertos, musicales, puestas escénicas, etc. Con la difusión de las mismas. No existe todavía un pensamiento de rentabilidad de emisoras, únicamente el poder realizar operaciones de transmisión continuas, podría pensarse todavía en periodo de experimentación. Sin embargo se puede mencionar la labor que realizó la “CYL”, de ‘El Universal y la Casa de la Radio’ que para su inauguración presentó un programa musical. De ahí en adelante la radiodifusión centraría transmisión en música siendo el alma de esta industria mexicana.

3.- *La Radio Espectáculo* la encontramos en la década de los treinta, con la creación de una personalidad propia, con un trabajo considerado ya industrial, (combinando voz, música, efectos) en el intento de capturar y reflejar al radioescucha una realidad sonora que lo haga visualizarla sin dificultad. Tanto en México como en Estados Unidos, iniciaron casi al mismo tiempo con el interés comercial, y de quienes lo vieron como un canal de difusión publicitario importante, aunque la intención era de entretenimiento y fomento de valores musicales del *espectáculo nacional*.

La “XEW” es la pionera en este rubro difundiendo programas musicales, radionovelas, y algo de información (como paliativo a la ausencia de programas educativos y culturales), posterior a ello y con la pretensión de cumplir con su función de educar se crearon programas como “Los Niños Catedráticos” “El Dr. IQ”. Y la “Campaña Cultural XEW”. Esta última consistía en difundir pequeñas notas culturales en menos de un minuto.

4. - “*Radio Music and News*” (radio musical y noticias). La radio sufre una transformación entre 1950 y 1965, momento en que la radio se vuelve noticias y música, ‘Radio Mil’ intentó convertirse en una emisora de sólo noticias en 1949, idea que no progresó por la falta de planeación y por no ser motivo de servicio público.

5.- *La Radio Tocabiscos* se convierte cuando la industria discográfica desplaza a la música en vivo de las emisoras de radiodifusión, por abaratar costos de producción, volviéndose más rentable las estaciones con la difusión de música grabada, y segmentos de comercialización igualmente grabada. Aquí ‘Radio Mil’ se vuelve pionera de esta forma de transmisión con gran éxito. Volviendo ídolos a los artistas jóvenes de la década de los sesentas los rocanroleros tanto agrupaciones como solistas, que se identificaban con la juventud, artistas que interpretaba canciones en nuestro idioma y al alcance del radioescucha. (Enrique Guzmán, César Costa, Angélica María, Teen Tops, Rebeldes del Rock, etc.) de acuerdo con el testimonio que nos brinda en entrevista *Don Carlos Flores Álvarez*, pionero del ‘Núcleo Radio Mil’.

Con la invención del transistor añade otras características que vuelven a los aparatos radiorreceptores más manejables, de forma personal, y portátil, procurando más interiorización en el público.

6.- *La Radiocomunicación* es el momento de presentar o difundir programas informativos, noticiosos, de opinión, de revista, etc. En México una de las primeras emisoras que realiza con éxito la difusión de noticias de manera continua es la “XEX, Sólo noticias” con *Ricardo Rocha, Roberto Armendáriz, Jaime Almeida* entre otros destacados periodistas. Transmitiendo las veinticuatro horas información noticiosa en la década de los setentas, y actualmente la mayoría de las emisoras en amplitud modulada se han convertido en estaciones habladas.<sup>19</sup>

Para *Serafina Llano Prieto* la programación básica tiene dos vertientes: la hablada y la musical, dentro de lo hablado ubicamos todo lo noticioso, dramático (radionovelas), radioteatro, producciones especiales de narración, controles remotos en ceremonias y eventos de carácter deportivo, en donde se basa la descripción de los mismos.

Por noticiarios se entiende todos aquellos mensajes que se elaboran sobre acontecimientos de interés nacional o mundial y que proviene de agencias de noticias, nacionales o extranjeras. De periódicos, reporteros, corresponsales, redactores, etc. Que son contratados por la emisora.

Los noticiarios deportivos mantienen las características mencionadas pero especializada en los deportes, tema que por el interés colectivo lo ubican de manera independiente al bloque informativo especial.<sup>20</sup>

Don *Ramiro Garza* además de lo anterior menciona otros aspectos como son el idioma, ya que existen emisoras cuyos contenidos son musicales, algunas veces lo hacen en idiomas ajenos al español, la mayoría en inglés, francés, italiano, portugués. También lo subdivide en cantado e instrumental, así como

---

<sup>19</sup> ROMO, Gil María Cristina. *“Introducción al Conocimiento y Práctica de la Radio”*. México. Edit. Diana 1987 pp 44,45

<sup>20</sup> LLANO, Prieto Serafina y Morales Huerta Oscar Alberto. *“La radiodifusión en México”*. Comunicación Tecnológica e Investigación, S.C. México 1984. P. 66

mixto; una característica particular es la música folklórica (la que pertenece al pueblo, de inspiración campirana), que en México conocemos como género ranchero, ya sea tradicional antiguo o reciente, así como lo grupero, la banda y hasta lo tropical.

Lo popular urbano, con todas sus variantes; balada, bolero, tropical, la llamada canción social o de protesta, humorística y la que mezclan diferentes estilos, aunque no hay estilos puros, sólo predominantes.

Dentro de la música instrumental encontramos producción nacional, con grandes sinfónicas, que van desde los temas populares, de identidad con el pueblo, así como la llamada música culta, la producción extranjera desde los grandes maestros de la antigüedad, hasta las creaciones con el aprovechamiento de la tecnología electrónica moderna.

“En la radio hablada también encontramos una gran cantidad de variables, hasta donde nos alcance la imaginación; noticia breve, comentario sintetizado, editorial, opinión extensa, narración de todo tipo y duración, lectura interpretativa de textos literarios, teatro completo o en fragmentos, todo lo imaginable desde una conversación hasta sonidos guturales o yuxtapuestos con palabras propias o inventadas, todo puede ser objeto de transmisión y ensayo libre”.<sup>21</sup>

Para *María Antonieta Rebell*, el bolero mexicano tuvo un gran auge de 1930 a 1960 logrando traspasar fronteras con artistas famosos como *Agustín Lara*, *Pedro Vargas*, *Pedro Infante*, *Javier Solís*, por mencionar sólo algunos.

Los años sesentas presenta una nueva posibilidad de programación gracias a “la industria discográfica”, dando apoyo a los artistas de música del rock and roll, baladas románticas, así como a la música tropical (en este género

---

<sup>21</sup> GARZA, Ramiro. “*La Radio*” *Presente y Futuro*. EDAMEX, México, 1998, pp. 13,14

musical es donde ubicamos a la emisora “XEUR”. ‘Radio Onda’ objeto de este trabajo)

Se hace mayor hincapié en lo musical de la radiodifusión ya que en los momentos de mayor presencia de la radio tanto en amplitud modulada como lo muestran algunos datos que arroja la encuesta realizada en 1973, por la Universidad Nacional Autónoma de México para la Asociación de Radiodifusores del Valle de México. Esta menciona que el 75% de los habitantes de la zona metropolitana dicen preferir la programación musical sobre las otras. Sin que la audiencia seleccione la programación que escucha, ya que lo hace en función de ciertos horarios.<sup>22</sup>

De acuerdo a datos proporcionados de una encuesta realizada en 1973, por la Universidad Nacional Autónoma de México a la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, como se cita en el libro la radiodifusión en México de Serafina Llano Prieto, muestra que:

En la música tropical. Casi seis de cada 10 estaciones (58%) transmiten este tipo de música, y cada una dedica en promedio 1/5 de su programación musical

La música nortea. Cuatro de cada 10 estaciones (42%) transmiten este género musical, de estas cada una dedica en promedio el 17% de su programación musical a este tipo de música

Música ranchera. Más de 6 estaciones de cada 10 (64%) transmiten este tipo de música, en las cuales hay un promedio de casi un cuarto de la programación musical dedicada a este género.

---

<sup>22</sup> REBELL Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio. México, Trillas. 1989. pp. 246,247.

Música moderna popular en español. Este tipo de música se programa en casi  $\frac{3}{4}$  partes de las emisoras (72%) mismas que dedican, en promedio la tercera parte de su tiempo musical a este género.

Música moderna popular en inglés. La mitad de las estaciones emite este tipo de música, y de ellas  $\frac{1}{5}$  de su programación musical se dedica a este género.

Música clásica y semiclásica. Únicamente el 15% de las estaciones programan este tipo de música. Y las que lo hacen en promedio dedican un 8% de su programación musical a ello.

Música moderna instrumental. De la mitad de las estaciones que emiten este género musical, cada una en promedio dedica un poco más de la décima parte de sus programación musical a ello.

Jazz y/o blues. Únicamente un 8% de las estaciones transmite este tipo de música, y en las que la programan, se observa un promedio del 8% de la programación musical dedicada a él.<sup>23</sup>

Música romántica actual mexicana. Casi 6 de cada 10 estaciones programan este tipo musical, en las que se da un promedio del 15% de la programación musical dedicada a tal género.

Música romántica actual extranjera. Casi un tercio de las estaciones consideradas emite este tipo de música y dentro de ellas, se obtuvo un promedio de 13% de la programación dedicada a este género musical.

---

<sup>23</sup> LLANO, Prieto Serafina, Op.Cit. pp. 155,156

Música antigua mexicana. Este tipo musical es programado por 4 de cada 10 estaciones (44%), mismas que en promedio, dedican un 12% de su programación a él.

Música antigua extranjera. Este género musical aparece en el 15% de las emisoras, mismas que dedican a ello un promedio del 8% del total dispuesto para transmitir música.

Música folclórica latinoamericana. Casi un quinto (17%) de las mismas transmiten este tipo musical, de ellas se obtuvo que transmiten una melodía de este género musical por cada 20 emitidas en promedio. 24

### **1.3 GUSTOS MUSICALES DEL PÚBLICO EN EL DISTRITO FEDERAL**

Los gustos de musicales del público mexicano son muy variados, pero se puede clasificar por niveles de audiencia, de acuerdo a los estudios que realizan agencias de medición de la misma en el Valle de México. Investigadores Internacionales Asociados (INRA) y el Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística (IBOPE) con presencia en nuestro país.

Cuando se habla de gustos populares, es necesario hablar de popularidad... o popular. Algunos autores señalan que lo popular se refiere al gusto de la mayoría de la población, y en ese sentido el la base piramidal de los estratos sociales, y esa base la forma la sociedad con más bajo nivel económico, educativo. Y que va íntimamente ligado a la programación de la radio, con fundamento en esos gustos populares.

---

<sup>24</sup> LLANO, Prieto Serafina, Op.Cit. pp. 155,156

Popular viene del latín pópulos, lo numeroso, el pueblo. Por consiguiente la popularidad es lo del pueblo, que pertenece al pueblo. Para el Sr. Ramiro Garza la popularidad es en dos formas “horizontal y vertical”. El primero trata del ámbito familiar, íntimo y de amistad que puede extenderse limitadamente. Y lo vertical en el ámbito de millones que deben integrar una audiencia, contra los miles de la horizontalidad cómoda y elitista.

Y es posible analizar esta popularidad vertical en número de oyentes que se calcula a través de las tablas estadísticas socio-económicas que dan las clases A (alta), B (media), C (media baja), y D (baja). Acompañada de valoraciones de edades, y sexo, es decir, adultos, jóvenes, adolescentes y niños<sup>25</sup>.

Por consiguiente podemos ubicar a estaciones de radiodifusión de música tropical, ranchera, mexicana, grupera, norteña, banda (antigua banda de viento), como las emisoras de música popular. Con audiencias en los estratos bajos socioeconómicamente de la población, y distintas edades, con igual porcentaje de mujeres y hombres. Y podemos citar emisoras como:

Emisoras de A. M.

XEBS, Radio Sinfonola 1410 con programación esta basada en la música ranchera, banda, grupera. Del grupo NRM Comunicación

XEPH, Sabrosita 590. Su programación es sobre todo musical con géneros tropicales, salsa y cumbia también perteneciente a NRM, Comunicación

---

<sup>25</sup> GARZA, Ramiro, *Op. Cit.* Pp. 33

En F. M.

XEQFM, La K Buena 92.9 Mghz. Emisora de Televisa Radio y la música que difunde es variada, desde la grupera, banda, norteña, balada, tropical, salsa, y cumbia.

XHMVS, La Mejor 102.5 Se ha modificado su programación de musical a noticioso, sin embargo en el perfil musical y con el nombre mencionado tenía un formato musical en lo grupero, norteño, banda, duranguense, tropical, cumbia y salsa.

XEQRFM, La Z del Grupo Radio Centro es reconocida como la emisora más oída del género musical, y con el género similar a las anteriores, con lo grupero, banda, norteño, balada, tropical salsa, y cumbia.

El perfil de estaciones de música juvenil, moderna la ubicamos en un estrato social de clase media, media alta. Con emisoras de música en español o en inglés, como:

Emisoras de A.M.

XEQ, Bésame 940, perteneciente al Grupo Televisa Radio, tiene un formato musical; Balada romántica.

XECO, Romántica 1380, emisora que pertenece a Grupo Radiorama, también difunde música romántica, baladas.

En F.M

XHOY FM, Oye 87.7 emisora de Radio Mil Comunicación, que difunde música pop en español, dirigida a un público adolescente.

XHFAJ FM, Alfa Radio 91.3 La mejor música juvenil en inglés del momento: pop, rock, hip hop, electrónica y los mejores HITS de los 90's. también de Grupo Radio Centro.

XHFO FM, Universal Stereo 92.1 de Grupo Radio Centro, es una de las emisoras que tiene mayor permanencia y presencia en una audiencia mayor a los cuarenta años, por el tipo de música que difunde, siendo esta de catálogo (música que ha sido éxito en años anteriores) desde la época del rock and roll, hasta nuestros días, en inglés.

XHSH, Amor 95.3, emisora de Grupo Acir, y como lo dice su nombre, la música que difunde es romántica, cuya base es la balada en español.

XERC FM, Stereo 97.7, con música juvenil en español llega a los adolescentes, y pertenece a Grupo Radio Centro.

XHPOP FM, Digital 99 de Grupo Acir, transmite música juvenil en español, y noticias del mundo del espectáculo.

XHSON FM, Beat 100.9 de Radio Mil Comunicación ha manejado su difusión musical con base al rock, electrónica de vanguardia y a los ritmos modernos en inglés.

XEX FM, Los 40 Principales, estación de Televisa Radio, y es una ventana de popularidad, en cuanto a las 40 melodías pop, más escuchadas y solicitadas de la radio.

XHEXA FM, Exa FM transmite música pop en español, dirigida a jóvenes adolescentes principalmente

XHDFM, Mix 106.5 emisora que difunde música en inglés, desde el catálogo de los años sesentas, hasta canciones actuales, pertenece a Grupo Acir.<sup>26</sup>

Datos recogidos de 2007 proporcionados pro la Asociación de Radiodifusores del Valle de México.

Las influencias de música extranjera tanto en inglés como en español han penetrado en prácticamente todos los estratos sociales, pero mayormente en el medio, medio alto.

“En la radiodifusión hay dos grandes bloques de emisoras determinadas por su audiencia: las populares, que son las que llegan a las masas. En el argot radiofónico se entiende por popular lo que llega a la clase mayoritaria que en cualquier país latinoamericano es la de menos recursos económicos”... el segundo bloque lo conforman las de audiencias limitadas, las no populares; lo que no quiere decir que no gocen de amplia audiencia, ni que no lleguen a las barriadas, sino que no ocupan los primeros lugares de sintonía”.<sup>27</sup>

A continuación se proporcionan datos, que detalla de manera amplia, la distribución en la audiencia de amplitud modulada, en un muestreo de 1984. Este periodo es significativo por ser la parte media donde se mantiene equilibrada la competencia entre las frecuencias AM y FM. De igual manera logra una muy buena penetración la emisora “XEUR”, ‘Radio Onda’, que es la estación que nos ha llevado a esta monografía.

---

<sup>26</sup> Página de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, Guía de Radio, consultada en 2007. <http://laradioenmexico.com/radioguia2/menu.php> 19-06-07

<sup>27</sup> CASTRO, Pedrozo Edinson. “Así se Diseñan Programas Radiofónicos”.Edit. de la Universidad de Zulia. Venezuela. 2001. Pp. 45,46.

Distribución de géneros musicales en el cuadrante de A.M.

MÚSICA EN ESPAÑOL 64.4%

Mexicana o ranchera 9.6 %

XEBS, Radio Sinfonola, Para 1984, transmite música ranchera, mariachi, norteño, y banda, del Núcleo Radio Mil.

XEFAJ, Radio Consentida, competencia directa de Radio Sinfonola, pertenece a Grupo Radio Centro.

XEQ, La Q Mexicana, de Televisa Radio con un perfil más fino pero difundiendo música mexicana, desde las grandes voces de cantantes, hasta la orquestal.

Tropical 9.6%

XEAI, Radio Ai, De la primeras frecuencias que transmitía música tropical específicamente, primero perteneciente a Grupo Radio Centro, posterior a su desaparición, Grupo Radio Fórmula compra los derechos del nombre, para poder utilizarlo en su frecuencia de los 1500 Khz.

XEUR, Radio Onda, en los 1530 Khz, se convirtió en una emisora de gran impulso para artistas del género tropical, grupero, salsa, cumbia, así como el reconocimiento de grandes agrupaciones como la Sonora Matancera, apoyo de los “Sonideros de México” (Personajes que se convirtieron en empresas, difusoras y animadoras de fiestas y bailes populares, de barrio, a precios sumamente económicos, con música grabada, reproducida con grandes volúmenes y efectos de sonido).

XEVOZ, Radio Voz, curiosamente podemos ubicar las estaciones más populares, en los últimos dígitos del dial en Amplitud Modulada, Radio Voz la ubicamos en los 1590 Khz. Emisora de Grupo Acir, siguiendo los pasos de las dos anteriores, en cuanto a la difusión de este género musical.

A continuación se dedica el estudio a otros géneros que por ser diferentes a la música mexicana o tropical, y son los adoptados principalmente por la emisora XEUR, 1530, por tal motivo no se ahondará en más detalle.

Romántica 12.9%

XEB, La B Grande (música ranchera, de catálogo)

XECO, Radio Eco (Romántica en español)

XEQR, Radio Centro (música de catálogo distintos géneros en español)

XEW, XEW (programación variada, temáticos sobre salud, belleza, psicología, etc.)

Moderna 32.2%

XECMQ, Radio Sensación (música romántica en español)

XEDF, XEDF (programación musical en español)

XEEST, Radio Alegría (música pop en español)

XEFR, Radio Felicidad (música romántica en español)

XEJP, Radio Variedades (balada en español)

XEOY, Radio Mil (balada en español)

XEX, La X (música pop en español)

XERED, Radio Red (programación variada, noticias, pop)

MÚSICA EN INGLÉS 29%

Moderna 12.9%

XEL, Radio Capital (música pop en inglés)

XEPH, 590 La Pantera (música moderna en inglés)

XERC, Radio Éxitos (música moderna en inglés)

Variada 16.1%

XEABC, Radio ABC (programación de contenido social, médico,  
etc.)

XEDA , Radio Trece (programas de contenido y música  
Instrumental)

XEN, Radio Mundo (música internacional)

XENK, Radio 620 (programación musical de catálogo en inglés)

XEOC, Radio Chapultepec (programación variada en inglés)

Selecta 6.4%

XELA, Buena Música (música culta)

XEMP,

Para finalizar este segmento se menciona que el medio cuenta con un alto grado de aceptación entre la audiencia de todas las edades, pero alcanza una mayor penetración en el segmento demográfico de los 13 a los 24 años. Además

subrayan los radiodifusores capitalinos, el medio es más sintonizado por los habitantes de los niveles sociales medio y bajo.<sup>28</sup>

Sin embargo las tendencias siempre son cambiantes, en todos los tiempos, siempre habrá lo considerado moda, lo que imponen los mismos medios de acuerdo a sus intereses, o bien de las disqueras al menos después de la década de los sesentas, y esto representa lo que ahora es popular, para mañana puede cambiar y ser diametralmente opuesto. Aunque se conservan algunos patrones de regularidad.

Las emisoras también han cambiado, se han tenido que ajustar a los tiempos, modas, competencia, y desarrollo tecnológico que provoca incremento en la calidad de sonido que difunden, incluyendo las necesidades económicas que han obligado en muchas ocasiones, a vender concesiones, cambiar formatos, y vender espacios a productoras, o empresas que no tienen nada que ver con radiodifusión, únicamente como anunciantes de un producto o servicio.

Por ello es importante retomar parte de la historia de la radiodifusión, revalorar su sentido, objetivos, y compromiso que han tenido todos quienes apasionadamente han construido este medio de comunicación electrónica, y que le dio solidez durante tantos años. Algo que parece no perdido, pero sí olvidado.

La historia de la industria de la radiodifusión no termina aquí, pero es preciso detenerse en su contexto general, para ir a lo particular, y así poder adentrarnos en el conocimiento de de lo que ha sido XEUR, 1530 de AM. “Radio Unión Texcoco”, con sus diferentes nombres comerciales, que trataremos en esta monografía.

---

<sup>28</sup> REBELL, Corella María Antonieta. “Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio”. México. Trillas. 1989. Pp. 39,40

## **CAPÍTULO 2**

### **RADIO UNIÓN TEXCOCO S.A. DE C.V.**

#### **“XEUR, RADIO ONDA 1530 AM”**

“Radio Onda” ha sido una emisora de gran importancia en el Distrito Federal, en un periodo comprendido entre 1965 y 1994. Marcando pautas en el gusto musical de un sector social poco favorecido en lo económico, y educación, sin embargo el más numeroso en número de habitantes, que aún con pocos recursos, es un gran consumidor.

La música tropical, más comercial la podemos ubicar con la “Sonora Matancera”, de Matanzas Cuba, con el clásico son cubano, la guaracha, guajira, cha cha cha, mambo, montuno, etc. Que son distintos géneros de música tropical.

Esta Sonora tiene sus inicios a finales de los años treinta, marca el estilo, la forma, de hacer música que adopta un gran número de artistas y agrupaciones musicales en nuestro país.

Para la década de los años sesenta, La cumbia, el Mambo, Cha cha cha, tienen gran arraigo, nicho que radiofónicamente era aprovechado por “Radio AI”. Que para 1965 pertenecía a Organización Radio Centro. El Núcleo Radio Mil, en su propósito de agrupar emisoras de distintos géneros para así llegar al mayor número de la población, lanza al aire la 1530, XEUR, “Radio Onda” con música tropical, generadora de la difusión musical de agrupaciones desconocidas convirtiéndose en exitosas, de eventos masivos, información noticiosa desde la “División Noticias del NRM”. De cultura, con su propia división Cultural.

Radio Onda también marco pauta en otro tipo de géneros, o subgéneros de la música tropical, como es el caso de la música Grupera, o la Salsa.

## 2.1 CHARLA CON UN PIONERO

*Don Carlos Flores Álvarez*, fue Vicepresidente del ‘Núcleo Radio Mil’ hasta el año de 1994, fundador de la emisora “XEUR”. En la frecuencia de los 1530 Kilohertz en la Ciudad de México, propietario de emisoras radiofónicas en el interior del país. Socio del Licenciado *Guillermo Salas Peyró*, del Lic. *Juan José Espejo*, que formaron la directiva de dicha empresa.

En una charla con Don Carlos Flores en la mesa de un café a expresa invitación para hablar sobre la historia que le tocó vivir como Vicepresidente y pionero de ‘Radio Mil’, específicamente de *Radio Onda* “XEUR, 1530”.

Se ofrecen disculpas de antemano sí en algunos momentos se hace uso del habla de forma muy personal, pero quien escribe ha sido parte integral de esta emisora desde 1984, hasta el día de hoy, así que comprenderán que se tuvo relación tanto con los personajes, como con los acontecimientos.

Una tarde soleada, cayendo el sol a las cinco de la tarde, arriba del restaurante con ropa casual, saluda de manera muy familiar.

Después de los respectivos saludos y petición de las bebidas que nos acompañarían, se inician las preguntas y respuestas, lo que nos conduce al año de 1942, cuando el Lic. *Guillermo Salas Peyró* adquiere ‘Radio Mil’ “XEOY”. 1000 Khz. e inicia transmisiones en la calle de Ayuntamiento 101, posteriormente es la “XEBS”, ‘Radio Satélite’, hoy ‘Radio Sinfonola’ en el 1410 de amplitud modulada.

Se decidió llamarlas “La Mejor Pareja”, porque se pretendía ubicarlas en el mismo sentido comercial, y vender los espacios publicitarios como tal, en pareja. Después vinieron la “XEPH”, 590, y ‘Radio Femenina’ “XECO, 1380”, llamada años adelante “Radio Eco, la Joven Romántica”, en la última fase se incorpora “XEUR, ‘Radio Onda’.

Es necesaria una reubicación, así que se llevan las emisoras al edificio de Insurgente Sur 1870, Colonia Florida, para formar el “Núcleo Radio Mil”. Además de ser con un sentido más personal, de trato humano, teniendo relaciones directas y estrechas con los trabajadores, buscando formar una familia laboral, de igual manera que con la audiencia, los radioescuchas de cada una de las emisoras, agrupadas en esta casa.

A pesar de parecer escaparse las fechas exactas de la memoria de Don Carlos, pero expresa que fueron dos estaciones consignadas para el Estado de México, las últimas que se pudieron alojar en el cuadrante de AM. Estas fueron la “XEUR, 1530” y la “XEABC, 710”

Las dos por razones técnicas y de ubicación, debían instalarse en el Estado de México, sin embargo se pensaba que no era el Estado, el mercado principal, sino que era la Ciudad de México, y por eso se buscaron en ambos casos, uno por parte del Sr. Ferráez, de “ABC”, y se pensó en una ubicación que pudiera tener la señal hacia el Distrito Federal.

La concesión que otorgó la Secretaria de Comunicaciones y Transportes, fue directamente a la sociedad “Radio Unión Texcoco S.A. de C.V.” que formaron: *El Lic. Arturo Melgar, Mario Melgar, Lic. Luis M. Farías, Lic. Teófilo Bichar, Lic. Guillermo Salas Peyró, y Carlos Flores.* Ubicando la planta de transmisión en el municipio de Chimalhuacán.

El nombre de la estación lo pensó Don Carlos, en estricto sentido. Pensando en que debía tener una característica como se acostumbraba en ese entonces; las estaciones más que por sus siglas, se conocían por su nombre comercial. Se maneja “la onda del radio”, ya que todo giraba sobre la onda hertziana, y de ahí nace el nombre de “Radio Onda”.

Inicia con un formato peculiar, porque no se tenía locutor, era simplemente musical, y se escogieron las cuarenta canciones con mayor repetición, y el

catálogo conocido, que al poco tiempo se transformó en música tropical, para buscar una característica especial que con las estaciones que ya formaban el Núcleo Radio Mil, tuviera diferentes posibilidades de sintonía, que no se repitieran las señales. Sino que cada estación tuviera su propia personalidad; de ahí que se pensara en que Radio Onda fuera una de las pioneras en música tropical.

Las personas que intervinieron en la programación de “Radio Onda”, fue el Ing. *Pedro Estrada*, aunque no se desempeñaba como director musical, sí tuvo mucho que ver con su planeación, *Arturo Venegas*, encargado de la programación musical tanto de “Radio Sinfonola” (XEBS), y “Radio Onda” (XEUR), el Lic. *Héctor Aguilera*, que inicia como locutor en 1973, para tomar la dirección artística en 1982; *Juan Ramírez*, una gente que encontró desarrollo profesional; ayudaba a Don Carlos Flores a manejar las estaciones, en la parte operativa, él la designó como “La Tropical Ardiente”, ya que lo relacionaba con todo lo que tenía que ver con el trópico.

Hubo estaciones cuyo auditorio fue mayor, en teoría “Radio Mil” con su alta potencia, con más antigüedad en el cuadrante, que se identifica como estación piloto, así como al mismo grupo podría parecer la más importante. Sin embargo no es una cuestión de jerarquía; simplemente en el transcurso del tiempo, el devenir de cómo se dieron las cosas; pero cada una cumplía un objetivo distinto de auditorio, cada una debía buscar su propio mercado, cubrir sus metas, sin importar que otra fuera más importante; lo que debía preocuparse cada una era por su propia audiencia, sin desviación de ninguna especie.

Inicialmente Radio Onda utiliza 5000 kilowatts, de potencia, con una antena direccional hacia la Ciudad de México, llegando a tener 10,000, 20,000 y finalmente hasta el día en que se realiza el presente trabajo cuenta con 50,000 kilowatts.

La planta de transmisión se ubicó en el municipio de Chimalhuacán, Estado de México. Y como surgimiento de un problema de carácter político en el municipio, a cada momento había muertitos, esto creó una situación muy inestable. Se le planteó a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que la planta estaba ubicada en medio de un conflicto vivido por el pueblo, con una señora que le decían “La Loba”, ¡que era muy brava! A cada rato organizaba balaceras, creando temor en los operadores de la planta, haciendo invasión del terreno; que a través de un escrito se les pudo sacar, pero las cosas estaban muy efervescentes, para pedir calma y tranquilidad; se solicitó a la SCT. (Secretaría de Comunicaciones y Transportes), que estando la señal totalmente dirigida hacia la Ciudad de México, autorizara su traslado a la calle de Recreo, en la delegación Iztacalco, dándose esta a principios de los setentas.

Esta emisora, como las otras pertenecientes al “Núcleo Radio Mil” conservaron cierta estabilidad, pero hay un hecho que marcan cambios fuertes y permanentes en la empresa.

En la competencia, la lucha por el liderato de audiencias cautivas de los dos grandes grupos radiofónicos, “Radio Mil” y “Radio Centro” dominando el mercado y con grandes posibilidades de crecimiento, a pregunta expresa de quien escribe esta monografía, a Don Carlos Flores: ¿Es en 1988, dónde se acusa a Radio Mil, de un falso destape, el principio del retroceso de la empresa, y al paso del tiempo, la venta de dos emisoras, a Grupo Radiorama (la XECO, Y XEUR), el retiro de los socios, y ruptura de la sociedad?

Conservando el mismo tono de voz amable, sin cambios en su semblante, Don Carlos expresa que:

- No, la historia de ese destape, no es otra cosa más que el hecho de que tradicionalmente, cuando venía la época de las elecciones presidenciales, lógicamente en aquel entonces el único partido que figuraba para ese proceso era

el PRI, (Partido Revolucionario Institucional). Entonces designan a seis posibles candidatos como aspirantes a la Presidencia de la República. Y aquel domingo infausto, yo estaba en mi oficina por sí se ofrecía algo, y ¡qué bueno que estaba ahí! Porque algo se ofreció.

El profesor “Juan José Bravo Monroy”, era el director de noticias, y tenía desplegado a todo un cuerpo de reporteros en los seis domicilios de los seis posibles candidatos. Cuando sale Alfredo del Mazo de su casa, y le dice al reportero lo aborda:

*“El Lic. ‘García Ramírez’ (Sergio García Ramírez, procurador) es de las mejores elecciones, un hombre de leyes, una gran personalidad”.*

En ese afán de querer ser el primero en dar la noticia, *Bravo Monroy* le comenta al Sr. Flores, quien responde:

*“Mientras no esté confirmado, no podemos gritarlo a los cuatro vientos”...*

Pero aún cuando él, en su intervención en los micrófonos fue muy cauto, diciendo que *Alfredo del Mazo*, mencionaba que el hombre elegido era fulano de tal. “Lo soltamos a aire”.

La gente entendió que *Radio Mil* estaba destapando al Lic. “García Ramírez”, pero esa falta de interpretación que le da la gente cuando escucha las cosas. ¿Qué dijeron?.. Y se regó como pólvora, porque era la noticia de ese domingo, ¡La noticia del día!

Afortunadamente en aquel entonces había en la Presidencia de la República una persona que llamó a la estación (no accedió a proporcionar el nombre), pidió hablar con alguien; y ese alguien era *Carlos Flores*, que tenía

antecedentes de esta persona, lo que favoreció mucho. Y reproduciendo la conversación:

Anónimo: ¡“Oye, están equivocados ustedes”!

Don Carlos: Nosotros no estamos equivocados, sólo estamos transmitiendo lo que dijo el Lic. Alfredo del Mazo.

Anónimo: ¡“Pero no es él... es Carlos Salinas de Gortari”!

Don Carlos: ¿Confirmado?

Anónimo: ¡Confirmado! Diga usted que oficialmente es... “Carlos Salinas de Gortari”.

Con una confirmación de esa naturaleza y de la gente que provenía; ya no se tuvo duda de ninguna especie. Entonces sí. Se dijo que ya oficialmente que el PRI, había elegido a Carlos Salinas de Gortari para ser el candidato a la Presidencia de la República.

¡Claro que eso destapó una serie de situaciones muy peculiares! Porque en el fondo de la política, unos se sentían agredidos y otros no. Afortunadamente se conservó la grabación de lo que dijo Alfredo del Mazo.

Hubo gente que pedía se dieran explicaciones, durante la siguiente semana, de lo que se había manejado.

Y no se admitían reclamaciones, en todo caso a quien se debía reclamar era a *Alfredo del Mazo*, incluso él era uno de los candidatos, lo que dijo estaba grabado y se contaba con ello.

*“Esa época marco una situación que sí vivimos, momentos un poquito... no inquietantes porque no habíamos faltado, ni habíamos distorsionado las cosas, ni mucho menos, las palabras que nosotros dijimos fueron las palabras de Alfredo del Mazo; no hemos dicho ninguna mentira, ningún invento nuestro”.*

*“No fue un motivo para frenar el desarrollo del Núcleo, que para ese entonces ya habíamos adquirido estaciones en el interior de la República, en proceso de formar una cadena formal e integral, teníamos estaciones en Laredo, Veracruz, Mazatlán, Coatzacoalcos, Hermosillo, etc.”*

La estructura encabezada por el Lic. *Guillermo Salas Peyró* debía aceptar cambios, debido a la edad de quienes dirigían el empresa, cambios convenientes en personas conectadas familiarmente y que pudieran entrar a trabajar en el Núcleo, para continuar con la misma. Así fue como llegó el Lic. *Guillermo Salas Vargas*, y el Lic. *Martínez Ostos*, y así los iniciadores constituir un comité de auxilio momentáneamente, en un plan de semi-retiro.

Se invita a colaborar al Lic. *Martínez Ostos*, que nunca acabó de entender de que se trataba la radio, y fracasó en lo que trató de llevar a cabo, creando un problema de comunicación entre el personal, se deshicieron de él, invitando entonces al Sr. *Roberto Ordorica*, que habiendo salido de “Radio Red” tuvo mucho en mente el concepto del noticiario.

*“Fue donde empuñó realmente al ‘Núcleo Radio Mil’. En una aventura que no tenía posibilidades de triunfar, de salir adelante; porque estimaba que el éxito de los noticiarios era tener gente muy capacitada, muy leída; y el secreto de los noticiarios en aquel entonces no era necesariamente ese, que debe generar un poquito de polémica, de jaleo para brotar un interés, porque las noticias son las mismas y uno debe crear el interés”.*

*“El proyecto de noticias, no fructificó. Nosotros en ese momento pensamos en un retiro total; separamos nuestros intereses. Nos retiramos el Lic. Juan José Espejo, (Vicepresidente) y un servidor; para formar una pequeña sociedad, y nos quedamos con un grupo de estaciones que estuvimos manejando por diez años en el interior de la República. Y esa es la historia”.*

Don Carlos Flores sabía perfectamente su negocio, lo conocía de arriba abajo, era encargado de la parte operativa de la empresa, el quehacer de la radio, sin estar alejado de las relaciones públicas, la parte administrativa, o legales, simplemente él sabía hacer radio, y dirigir a un equipo de trabajo humano para cumplir cabalmente cada uno con su función.

Radio Onda forma parte de ese quehacer radiofónico llegando a un público segmentado en sus gustos musicales, pero de gran penetración por ser popular la programación que dirige a esa parte de la sociedad.

## 2.2 “ESTA ES..., RADIO ONDA, LA TROPICAL ARDIENTE, XEUR 1530”

Para los amantes de la música tropical, los sectores populares de población, aún recuerdan, saben de la importancia que ha tenido “Radio Onda”, en la Ciudad de México. Cuando se habla de un sector popular no se pretende ser peyorativo, es catalogada dentro de la mercadotecnia como “C” “CD” Y “D”, sector de la población que socioeconómicamente poseen menor capacidad adquisitiva, que no quiere decir poca capacidad de consumo. Esta población tiene una característica; es muy exigente, con gran calidez y entrega a lo que piensan, en sus gustos y posesiones.

Este es el público al que se le dedica la programación de Radio Onda, que no con exclusividad pero es dirigido a este sector de la población, basado en la transmisión musical de géneros como la “Cumbia”<sup>a</sup>, la música tropical que desde la década de los sesenta entra con mayor fuerza gracias a la agrupación que forma *Carmen Rivero*<sup>b</sup> y *Linda Vera*<sup>c</sup>, con su ‘Pollera Colorá’ éxito radial que tuvo repercusión con esta cumbia de Wilson Choperena.

<sup>a</sup> Muchos autores dicen que los negros que llegaron de África para ser esclavizados trajeron consigo sus danzas y tonadas especiales, a medida que pasaba el tiempo, aprendieron castellano y empezaron a cantar en este idioma, cerca de los ríos colombianos como el Río Magdalena, donde se instalaron los africanos en su momento resuenan el currulao y el mapalé y se baila cumbia o cumbiamba.

<sup>b</sup> uno de los primeros que introdujo la cumbia en México fue la mexicana Carmen Rivero, quien viajó hasta Colombia para aprender cumbia y traerla al país, paralelamente, al regresar de Colombia, Carmen Rivero traía un repertorio de cumbias de la recién terminada década anterior colombiana, la mexicana Rivero realizó, al igual que Mike Laure una simbiosis de la cumbia traída de Colombia con la experiencia que ambos poseían de distintos ritmos.

<sup>c</sup> Carmen Rivero una vez traído su repertorio colombiano y tenerse a ella como vocalista de su conjunto y posteriormente a Linda Vera, realiza sus grabaciones para Discos CBS Columbia / Discos Orfeón, por lo que pronto comienza a popularizarse debido a las cumbias famosas, los temas de éxito fueron claramente “*La pollera colorá*”, “*pescador*”

Quizás la primera cumbia grabada fuera de Colombia fue en México, en 1950, fue la 'Cumbia Cienaguera', en la voz del cantante Luis Carlos Meyer Castandet, nacido en Barranquilla Colombia. De esta misma década recordamos a *Mike Laure y sus Cometas*<sup>d</sup>, creando una fusión de ritmos de gran popularidad en la música tropical, aunque no fue el introductor de la cumbia en México ya que habían llegado al país algunas grabaciones de Cumbia desde Colombia años antes, Mike Laure fue el primer músico en grabar una fusión de cumbia en México con músicos mexicanos, con la peculiaridad de que también implícitamente se haría uno de los padres de la Cumbia mexicana (a lado de la inmortal Carmen Rivero), es así como entre ambas personalidades crean la cumbia mexicana por adaptación y así llamada por los mismos músicos colombianos que poco a poco se enteraban del fenómeno en México, ahora considerado un subgénero de la Cumbia.

Permaneciendo por más de tres décadas con un gran número agrupaciones que pusieron su propio estilo e imagen, entre ellas se puede destacar; 'La Sonora Dinamita' de *Lucho Argáin*.<sup>e</sup> 'Los Gatos Negros'<sup>f</sup>.

<sup>d</sup> Mike Laure conjuntó varios de los instrumentos propios de las orquestas afrocaribeñas y las colombianas, logró conjugar y hacer una mezcla innovadora para alrededor de 1962 y 1963 usando el acordeón y clarinete de la cumbia colombiana, el saxofón muy común en diversos folclores del continente (e inspirado en los instrumentos de las Big Band) así como el güiro portorriqueño y conga de la rumba, guaracha y son, aunándola a lo rocanrolero, la guitarra eléctrica como acompañamiento y requinto, y la batería acústica.

<sup>e</sup> La Sonora Dinamita es una agrupación colombiana de música cumbia, formada en el año de 1960, creada por el propietario de Discos Fuentes como un proyecto cuyo líder de la agrupación fue el fallecido cantante Lucho Argáin, nombre artístico que le impone Antonio Fuentes por el homónimo de un cantante mexicano llamado Luís Pérez Meza. Es así como Lucho forma el Grupo y viaja por primera vez a México en junio de 1979. Debido al rotundo éxito del tema "Se me perdió la cadenita" cuya autoría es de Lucho Argáin brindó un éxito por poco más de una década en los diferentes mercados del continente.

<sup>f</sup> Tiberio González formaba parte del Conjunto África, separándose de ella para crear Tiberio y sus Gatos Negros hacia 1976, con algunos covers colombianos, venezolanos y composiciones mexicanas, retomando la cumbia con trompetas como base del ritmo, Los Gatos Negros y Tiberio González llamado el "salsómano de México" por el mítico cantante colombiano de cumbia y salsa Joe Rodríguez, Tiberio y Los Gatos Negros crearon diversos éxitos en el medio discográfico con sus temas "*Pelotica de pin pon*", "*Casa de Tiberio*" y los cover de cumbia venezolana de Emir Boscán "*Carmenza*", y "*Yolanda*". Que son los que lo identifican y le dan la popularidad.

y lo más destacado en los años setenta tiene representación en 'Xavier Pasos'<sup>g</sup>, quien con su grupo propuso un estilo, combinado entre el rock con su guitarra eléctrica, ciertos toques de bajo sexto, instrumento utilizado por la música nortea de nuestro país, además de algunos rasgos de música country. Su más grande rival musical, además nacido en la misma ciudad que Xavier Pasos. A *Rigo Tovar*<sup>h</sup> se le puede atribuir que extendiera la cumbia rock, enormemente por todos los confines del país, Estados Unidos, centro, parte de Sudamérica, Europa y Asia., tenía también la cualidad de componer sus propios temas que lo hicieron un ídolo popular. Imponiendo records de entrada en eventos masivos. No se puede dejar de mencionar una agrupación que para muchos no tenían calidad musical, eran desafinados, sin embargo tenían tanta popularidad que ocupan un lugar importante dentro del género musical de la cumbia, a tal grado que fue el primero grupo que se cotizó para una presentación en un precio que ningún otro artista o agrupación lo hiciera hasta ese momento, para ejemplificarlo un grupo cotizado cobraba entre veinticinco y treinta mil pesos.

<sup>g</sup> Francisco Javier Hernández o conocido comúnmente como Xavier Passos originario de la ciudad porteña de Matamoros, en el Estado de Tamaulipas, México, crearía su grupo Capricornio y comenzaría una escalada de éxitos.

Xavier Passos realiza una de las más importantes profundizaciones de cumbia que seguiría a lo que primero había hecho Mike Laure durante los años 60's, pero bajo una sola vertiente, la "cumbia con guitarra eléctrica". Xavier Passos ya también tenía un bagaje de músico de rock, además de poseer estudios musicales formales, e influencia más arraigada por el contacto de la cercanía de su ciudad natal con la frontera de los Estados Unidos.

<sup>h</sup> Nacido en el seno de una familia humilde, de padre tamaulipeco y madre texana, Rigoberto Tovar García nace un viernes 29 de marzo de 1946, a las 11:45 de la mañana en la ciudad de Matamoros, Tamaulipas México, la ciudad con la que se fusionó tanto que ahora es inevitable hacer referencia a ambos cuando se habla de cualquiera de los dos.

Es considerado el padre de la música grupera y tropical, un pionero que introdujo instrumentos modernos a la dotación acostumbrada dentro de la música tropical y de la cumbia (guitarras eléctricas, sintetizadores, bajo eléctrico, efectos de sampleo, órganos moog, y batería eléctrica, ellos por los instrumentos acústicos regionales variados en combinación con guitarras españolas y derivados folklóricos junto a cuerdas clásicas variadas que se usaran antes).

El “Acapulco Tropical” de *Walter Torres*<sup>i</sup> cobraba hasta cien mil pesos cifra que era demasiado alta, recordando que se habla de la década de los setenta. Nadie ni nada podría darle una explicación coherente al fenómeno, Pero ese ritmo tenía algo que los hacía diferentes a todos los demás. Esta década conlleva muchos acontecimientos, y movimientos en la música popular, uno de ellos se da en la ciudad de Nueva York, con la población de origen portorriqueño, a los ya conocidos ritmos afroantillanos, que invadieron con su música a todo el continente de habla hispana, algunos nacidos en *Cuba, Colombia, República Dominicana, Puerto Rico, Venezuela*, etc. Ritmos que en ocasiones resultan difíciles de identificar, como el *porro, la cumbia, cumbión, paseílo, la huaracha, guaguancó, charanga, guajira, bachata, merengue, mambo*, etc. Muchos y tantos que a alguien se le ocurrió llamarlos *Salsa*<sup>j</sup>, la música caliente, ardiente, picosa, la asemeja a la salsa, por lo que parecía el más adecuado término para llamar así a tales ritmos, evitando el problema de identificar a cualquiera de ellos.

<sup>i</sup> El grupo grabó más de 16 “Lp’s”, todos ellos con ventas millonarias. Acapulco Tropical estaba conformado por Walter Torres en la dirección musical, quien era además el cantante; Lauro Navarrete era el bajista y compositor; Elder Torres estaba tras los timbales; Margarito García en el güiro, y había otros dos más.

<sup>j</sup> La autora de música mundial Sue Steward afirma que la palabra fue originalmente usada en la música como un «llanto de apreciación para un picante particular o un solo rápido», viniendo a describir un género de música específico de la mitad de los años setenta «cuando un grupo de músicos latinos de Nueva York, comenzó a examinar los arreglos de las grandes bandas clásicas populares desde la era del mambo de los años cuarenta y cincuenta».

Ella menciona que la primera persona que usó el término «salsa» para referirse a este género musical fue un disc jockey de radio venezolano de nombre Phidias Danilo Escalona quien emitía un programa radial matutino llamado "La hora de la salsa" en el que se difundía la música cubana producida en Nueva York como una respuesta al bombardeo del rock en aquellos días. Era la hora del almuerzo, del aderezo, del sabor, y por supuesto, del son, el guaguancó, la bomba, la plena (género musical), la guaracha y el montuno.

En una entrevista con Richie Ray y Bobby Cruz, Richie le respondió a Escalona que la música que ellos tocaban era como el "ketchup" (o sea, una salsa).

Movimiento aún sin una penetración de importancia en nuestro país hasta ese momento, ya que dominaba la cumbia. Hubo dos personalidades que le dieron impulso; el operador y locutor *Armando Cárdenas*, y *Sergio Rod* (locutor que falleciera en los sismos de 1985 en la Ciudad de México, trabajando en las instalaciones de Radio Fórmula ubicadas en Dr. Río de la Loza). El primero dando mayor impulso al Son Cubano. El segundo encontrando en el término Salsa, los géneros afroantillanos ya con arreglos modernizados, incluso fusionados con el swing, maravillado y mostrando gusto por esta música, crea influencia en otra persona que con base en la insistencia, persistencia, y gusto por la salsa, *Héctor Aguilera Macías*, logra convencer al director artístico de ese momento de la emisora Radio Onda, *Arturo Venegas Cruz*, para que incluyan un programa de salsa diariamente en las transmisiones de la estación. Este se llamó “Festival Latino”.

*Héctor Aguilera Macías* llega de su tierra natal Celaya Guanajuato para estudiar Sociología, en la *Universidad Nacional Autónoma de México*, y se emplea como locutor en ‘Radio Onda’, perteneciente al ‘Núcleo Radio Mil’, en el año de 1973, es quizá el más reconocido introductor de la Salsa en México, comentarios vertidos por diferentes directores de agrupaciones, musicales, sonideros, y conocedores de música tropical. Uno de ellos es Jorge Suárez (director de la agrupación La Constelación): que comenta para “América Salsa” página de internet especializada en los ritmos afroantillanos:

*"Sentimos que (la salsa) era con lo que nos identificamos más, porque ya había muchos grupos de rock, además todavía se oían grandes bandas, algunas orquestas, mambo, chachachá, creo que también lo tomamos de la radio con programas que tenía el Núcleo Radio Mil como Festival Latino con el Lic. Héctor Aguilera. De ese tiempo 1975, 1976, además otro señor que se llamaba Pancho Cataneo, cubano. Le*

*dio mucho auge a los programas de música salsa, por eso fue que decidimos emprender esta aventura*<sup>29</sup>.

Cabe destacar que Festival Latino lo inicia *Armando Cárdenas*, junto con *Sergio Rod*, sin embargo le da continuidad *Héctor Aguilera Macías*, también es merecido el reconocimiento a un personaje llamado *Bernardo Bravo* un marisquero de La Viga (mercado tradicional de pescados y mariscos en la Ciudad de México) que siendo un sonero empedernido, tenía una discoteca, una cantidad impresionante de acetatos, que muchos de ellos los compraba siendo importados, él era quien le proporcionaba prestados los discos a Armando Cárdenas, y este los regrababa en cintas de ¼ de pulgada, con carrete abierto de 1200 pies. Llegando a reunir de 200 a 300 cintas de este material.

Es en este momento aparecen variables que favorecen al movimiento de la salsa, el surgimiento de “La Fania” (empresa discográfica de Nueva York, que impulsa a los principales salseros) la relación que inicia con *Ramón Rojo* dueño de Sonido “La Changa”, que le gustaba el programa, luego llegan otros impulsores como *Pancho Cataneo* (investigador cubano de la música y ritmos afroantillanos), *Luis Ángel Silva* “Melón” (músico conocedor del principio de todos los géneros afroantillanos), *Richie Cadena*, ellos aportaron material al programa, lo enriquecían.

Para 1975, empiezan a traer a México artistas de Salsa, de los más importantes como *Willie Colón*, *El Gran Combo de Puerto Rico*, *Tito Puente*, *Héctor Lavoe*, *Ismael Miranda*, a un lugar que era un deportivo... el “Centro Social

---

<sup>29</sup> entrevista: "La Constelación" un grupo salsero orgullosamente mexicano, página de América Salsa, por Lilián A. Torrescano Bautista [http://www.americasalsa.com/entrevistasmx/la\\_constelacion.html](http://www.americasalsa.com/entrevistasmx/la_constelacion.html) consultada 1-julio-2009

y Deportivo Nader” ubicado en las calles de Cruces y Regina en el Centro de la Ciudad de México, un deportivo que no estaba apropiado para ser salón de baile, sin embargo fue el primer lugar en el país, que se ocupaba con tal propósito dentro de la Salsa, de los primeros empresarios que lo hicieron posible se puede mencionar a *Carlos Campos Jácome*. Y la agrupación que entra en el gusto popular de México es quizá el *Gran Combo de Puerto Rico*, por sus letras, y su música menos cargada, o brava, una salsa más sencilla y digerible para el pueblo de México, otro empresario *Leonardo Durán* fabricante de ropa, apasionadísimo por la “salsa” era quien aportaba el capital para traer a los artistas, su socio *Gabriel Cuevas* y *Porfirio Luna*, este último era quien operaba los bailes.

Aunque el movimiento sonidero inicia en la década de los cincuenta, con la música de la “Sonora Matancera”, en vecindades, para luego tomar las calles mismas, cerrando el acceso vehicular, para hacer sus fiestas. *Pablo Peréa* es uno de los primeros sonideros de esta época, “Sonido Arco Iris”.

En todos los barrios y colonias populares, era reconocida y solicitada la música de la Matancera, que aunque en los años sesentas, la “Sonora Santanera” tiene influencia en la sociedad con su música, pero nunca con el prestigio y la talla musical de la primera.

Héctor Aguilera como locutor también conducía el programa de “Los Ídolos de la Matancera”, que un tiempo lo tuvo *José Luis Almada* (locutor y cantante). En 1974-1975, Ramón Rojo “Sonido La Changa” llamaba para ofrecer material discográfico de la Matancera, difícil de encontrar.

El fenómeno de los sonidos que cerraba calles, y hacia bailes populares en esta década llamados “Tibiris”, requeriría un estudio mucho más amplio que el que se pueda expresar en este trabajo, sin embargo para tener una idea clara de lo que es y como inició, se puede decir que todo comenzó en la colonia Peñón de los Baños, (Delegación Venustiano Carranza a un costado del Aeropuerto de la

Ciudad de México) punto de partida al igual que el viejo barrio de Tepito (colonia Morelos, en la Delegación Cuauhtémoc, Distrito Federal)<sup>30</sup>

*“existían varias estaciones de radio que difundían toda la música de los sonidos en México, era Radio Voz 6.60 de Colombia para México conducido por el señor Poncho Zamudio (en paz descanse) y mas tarde fue Radio Al y Radio Onda del Sr. Héctor Aguilera, era un medio de comunicación que yo aprovechaba para tener contactos con diferentes clubs de baile, sonideros, etc. A partir de ahí empezó otra etapa en mi vida en el Ambiente Sonidero fue como decidí hacer mi propio club de baile, se llamaba Jorge Frausto y sus Candelosas, el nombre de candelosas lo tome de una cumbia que ponía Don Porfirio que se llama la Cumbia de las Candelosas y fue así como nació el nombre de mi club de baile”.*<sup>31</sup>

El primer acercamiento lo tiene, como se mencionó Ramón Rojo Sonido la Changa con la radio, posteriormente “Sonido Rolas, de Mario Linares”, para dar así una competencia, que ya existía entre los sonideros, por tocar música exclusiva, es decir temas que ningún otro sonido, posteriormente a estos les cambiaban las revoluciones para darle otro sonido o ritmo, generalmente era más lento...

Dicha competencia la aprovechó Radio Onda, porque se hizo de material difícil de conseguir, además también de que otra radiodifusora lo tuviera. De acuerdo con la entrevista realizada a Héctor Aguilera, menciona que la competencia era “Radio Al”, entonces perteneciente a ‘Organización Radio Centro’, y “Radio Voz”, de ‘Grupo ACIR’, pero haciendo una radio fría, anunciando sólo las canciones, daban poca oportunidad de establecer contacto y

---

<sup>30</sup> página de ambiente sonidero/ historia/<http://www.ambientesonidero.com/historia/1julio2009>.

<sup>31</sup> página de ambiente sonidero/entrevista a Jorge Frausto el oso/<http://www.ambientesonidero.com/entrevista/18 agosto 2009>.

comunicación con la gente, lo que “Radio Onda” aprovechó para acercarse más al público radioescucha, y dando mayor participación a los artistas, y a los sonideros.

Los sonidos en la década de los setenta, no tenían mucho material de la “Sonora Matancera”, entonces la gran mayoría empieza a darle fuerza a la cumbia. Uno de los programas “La Hora Cumbiamba” se transmitía de doce a dos de la tarde, en Radio Onda, que conducía *José Luis Moreno*, y durante mucho tiempo se mantuvo muy arriba en los ratings.

Y lo que lanza a la cumbre de popularidad a la Salsa en nuestro país es un disco que trae de Estados Unidos, *Tiberio González* que tenía una discoteca en San Juan de Letrán ahora Eje Central Lázaro Cárdenas, “Discoteca África”. Y el disco era de *Rubén Blades y Willie Colón*, con el tema “Pedro Navajas”, que es el que abre al mercado no sólo popular sino en todos los sectores, incluso en el estudiante universitario, por los contenidos de las letras de este gran compositor, Rubén Blades, con canciones de gran contenido social.

Llega un punto culminante en la música tropical en la década de los setentas, sin embargo a principio de los ochentas, los niveles de audiencia empiezan a descender, lo que hace que la directiva del “Núcleo Radio Mil”, presione al director artístico de Radio Onda, *Héctor Aguilera*, para que la refresque, y repunte nuevamente en niveles altos. Esto provocó una búsqueda de una fórmula diferente a lo que se transmitía. En esa búsqueda encuentra que hay una agrupación naciente, que ha gustado mucho en el norte del país, buena venta de discos, por lo que decide probar, programando una fórmula diferente a la tropical, sin alejarse mucho de lo popular.

En la década de los setenta las emisoras que difundían música romántica, baladas, incluyeron agrupaciones que al paso de los años dieron como resultado un movimiento romántico, que fue aprovechado por las estaciones de radio que

perdían audiencia con el género tropical. Grupo como los “Yonic’s”, los “Bukis”, “Rigo Tovar”, formaron un movimiento que aún en el siglo XXI, se conoce como *grupero*.

Para 1982, surge otro bache en los niveles de audiencia en Radio Onda, lo que provoca un análisis y búsqueda de una alternativa para reconquistar al auditorio, Héctor Aguilera Macías, director artístico de la emisora, programa a un grupo musical que viene oyéndose en la zona del Pacífico norte, Baja California y Sinaloa, “Los Caminantes”, oriundos de San Francisco del Rincón, Estado de Guanajuato, pero radicados en los Ángeles. California, llegan a nuestro país con un disco sencillo de 45 revoluciones por minuto, con dos temas... por la cara A, la canción ‘Supe Perder’ de la autoría de *Agustín Ramírez* (cantante), y en el lado B, ‘Hace un Año’. El primero resulta ser un éxito en el Distrito Federal y zona metropolitana del Valle de México, al grado de generar en breve tiempo, un programa de una hora, acompañado de presentaciones en vivo, difundiendo su música en otras emisoras, como “XEAI, Radio AI”, y Radio “Sinfonola, XEBS”.

Continuando el movimiento grupero iniciado en los setentas, sumándose nuevas agrupaciones, a las ya existentes. Grupos como *Temerarios*, *Bronco*, *la Mafia*, *Liberación*, etc. Integrando una nueva barra programática en la emisora, con programas de los “Caminantes”, “los Gatos Negros”, “El Súper Show de los Vázquez”, de “la Sonora Dinamita”, “la Sonora Matancera”, de “Rigo Domínguez” y su “Grupo Audaz”, que generaron una gran cantidad de eventos masivos a medida que se incrementaba la expectación por verlos en vivo.

Aquí se conjugan dos factores importantes, uno la difusión de las canciones, grupos, comentarios etc. Que favorece a una industria lateral, que es la realización de bailes públicos, con una generación de grandes ingresos económicos, al tener convocatorias verdaderamente grandes. Estos dos elementos contribuyeron para hacer presencia de la emisora en dichos conciertos,

aspecto que favorecía a mantener la audiencia e identificación de la misma con la estación de radio y sus artistas favoritos.

Muestra del incremento de asistencia a los bailes, se puede ejemplificar tomando en cuenta que en la década de los setentas, dichos eventos se realizaban en salones de baile con capacidad de trescientos a dos mil asistentes, en los ochentas se realizaban en campos deportivos, con audiencias de más de diez mil personas

En 1980 los “Bukis” convocaron en el municipio de Ecatepec, en el Estado de México una asistencia de 10,000 personas, al poco tiempo “Rigo Tovar”, llenaba otro lugar con 12,000 y para 1988 “los Caminantes” lo hacían en un estadio de béisbol en Los Reyes la Paz, asistiendo 35,000 personas, llegando a cifras de 100,000 personas, con más de 75,000 con boleto pagado en un evento de Salsa, y música grupera en el Deportivo los Galeana, encabezado por los “Temerarios”, y el “Grupo Niche”, en 1992. El más grande realizado en el Valle de México de este tipo.

Con el ingreso de *Luis Gerardo Salas*, al “Núcleo Radio Mil”, y con una energía que lo llevó a incursionar en una faceta nueva para las estaciones, cambiando primeramente a “Radio 590, La Pantera”, que difundía música moderna en inglés, transformándola en “Espacio 59” con rock en español, posteriormente le dio otro giro con *José Luis Pontones* creando “Radio Alicia” como una evocación a una estación pirata que transmitía desde una barcaza en el Reino Unido, conocida como “Radio Carolina”.

En los últimos treinta años la radio ha trabajado formalmente para el auditorio pero un auditorio compuesto por compañías grabadoras, agencias de publicidad, concesionarios. Cuadrar canciones en el trabajo de las disqueras, pero el nuestro es ver si dichas canciones cuadran en cada programación.- escribió

*Luis Gerardo Salas*, director artístico de “Rock 101” y “Espacio 59”, en el número dos de “Las Horas Extras”.<sup>32</sup>

Luis Gerardo Salas da una sugerencia a la dirección operativa de “Radio Onda”, para cambiar totalmente su programación y dirigirla completa hacia la “Salsa”. Después de un análisis, con el precedente del gusto por esta música de Héctor Aguilera, retoma con mayor fuerza la difusión de estos géneros musicales afroantillanos, con una transmisión de veinticuatro horas al día, como consecuencia se tienen nuevas formas y oportunidades de eventos masivos, como el referido en el “Deportivo Los Galeana”, otro más en el “Deportivo 20 de noviembre”, en el “Palacio de los Deportes”, el “Deportivo Coyuya”, en los estados de México, Puebla, Veracruz, Hidalgo, con la fuerza que le brinda la radio a grupos como *Niche*, *Son de Azúcar*, *Galy Galiano*, *Oscar de León*, *Eddie Santiago*, *Caneo*, *Celia Cruz*, *La Orquesta de la Luz* y muchos más, todo bajo la dirección de Héctor Aguilera.

El principal competidor estaba en frecuencia modulada, colocando a la estación “XEQ FM, La Tropi Q” en el 92.9 de FM. Emisora que contaba con una mayor audiencia y rating, por la diferencia de señal, sin embargo entre ambas emisoras, colocaron la Salsa en un lugar preponderante en el gusto popular de la Ciudad de México, y llegando a diferentes estratos sociales. No ha habido mejor momento para los ritmos afroantillanos en los últimos cincuenta años.

“Radio AI”, ya perteneciente a “Organización Radio Fórmula”, fue otra de las estaciones que sin dejar de lado su formato tropical, incluyó en su programación este tipo de música.

Con el apoyo de *Agustín Teutli* “Colín”, se dio forma al apoyo a los sonideros de México desde la estación de “Radio Onda”. Lo mismo los grandes

---

<sup>32</sup> REBEIL, Op.Cit.p.127

como *Sonido la Changa*, *Disco Móvil Canadá*, *Arco Iris*, *Perla Antillana*, *Casanova*, *Alucinación*, *Cóndor*, *Candela*, *Yambao*, etc. Lo mismo que los pequeños.

Se destaca la labor de locutores y operadores que de manera independiente a la programación, las políticas comerciales. Son la sangre, el oxígeno, que le da vida, e inteligencia a un ser vivo, que forma la radiodifusión, una actividad, que llena de orgullo a quien la ejerce.

El cuerpo de locutores y operadores difieren en cuanto a personalidad, carácter, y formación académica, coinciden en objetivos específicos. Por un lado la necesidad de expresar algo, (ideas, información, alegría, emociones), por otro integrar una industria de las más importantes en el país, y el mundo.

“Radio Onda” al igual que otras emisoras tenía un plantilla flotante, debido a los cambios necesarios, a petición de la misma, o de los interesados. Y esa labor que realizaban día con día dichos trabajadores de la radio es digna de tomarse en cuenta, y ser registrados por la historia, así como algunas de sus características.

En esta primera etapa de transmisiones, en la década de los setenta, recordamos a locutores, como *Sergio Rod*, *José Manuel Ríos*, *Jorge Hernández*, “*La Voz*”, *José Luis Moreno*, *Manuel Vivian*, *José Luis Almada*, *Agustín Jiménez*, *Héctor Aguilera*, este último en 1982, toma la dirección artística.

A “*Sergio Rod*”, se le recuerda por tener una voz privilegiada, con gran sentido del humor, carismático, donde la voz por sí misma proyectaba emociones sin dificultad. Hombre inquieto que lo llevó a buscar constantemente nuevos horizontes, trabajar en distintas emisoras del “*Núcleo Radio Mil*”, así como en algunos otros grupos, que lo hacía fácil de identificar, muere en los sismos de 1985, al desplomarse el edificio de “*Organización Radio Fórmula*”, ya que trabajaba en el programa de “*Batas, Pijamas, y Pantuflas*”.

“José Manuel Ríos”, locutor que destaca por su alegría, buen humor, versatilidad para impostar voces, aprovechar todos los recursos que le proporciona la tecnología, como el uso de reverberadores, delays, efectos de sonido, y que enriquecía sus programas, de los personajes que deja fuera de su cabina malos humores, enojos, tristezas, transformándose al abrir los micrófonos, de las voces que cubrieron casi la totalidad de mensajes comerciales en bailes populares.

“Jorge Hernández” (La voz) de personalidad sobria, de voz media, conductor de los programas nocturnos, medido en su hablar, que infundía confianza, con signos de amabilidad, y amistad.

“José Luis Moreno”, voz media que proyectaba gran animosidad y alegría, también voz institucional de “Radio Mil”, y “Notitas Musicales”, revista cancionero lateral a la empresa. Destacada labor en su programa de mediodía en Radio Onda, “La Hora Cumbiamba” contaba con el rating mayor durante muchos años, en los setentas, y ochentas, hasta que desapareció dicho programa a finales de la década.

“Agustín Jiménez”, voz delgada, que pasa por los micrófonos de Radio Onda, para ubicarse durante más de quince años en la estación piloto, “Radio Mil”, de singular alegría y con un lenguaje ligero que se identificaba fácilmente.

El trabajo de una cabina de radio así como el de los locutores no está completo sin la participación de los operadores, que forman una mancuerna, en la que el entendimiento, la comunicación, son básicas para darle sentido, intención, y así cumplir con los objetivos de la transmisión, que entre ellos hablamos de las emociones.

“Armando Cárdenas”, operador que da impulso al Son Cubano en nuestro país, logrando un espacio en la emisora para su difusión, crea “Festival Latino”, a lado del locutor Sergio Rod.

En la década de los años ochenta, se contó con la participación de algunos locutores ya mencionados, pero incursionaron otras voces que también le dieron imagen y presencia a “Radio Onda”:

“Mary Carmen Solís”, hija de la cantante de música ranchera “Conchita Solís”, se integra al cuerpo de locución con un estilo fresco y juvenil, sobria en la conducción, en un horario matutino de las seis de la mañana a ocho, con programación general, incluyendo notas periodísticas, horóscopos, y las tradicionales mañanitas para quienes festejan algún acontecimiento importante en las vidas de la audiencia, por la tarde de doce del día a dos de la tarde, a lado de José Luis Moreno, conducen “La Hora Cumbiamba”.

“Javier Trejo Garay”, (el Ceniciento de la Radio), inicia su carrera profesional en los micrófonos de “Radio Onda”, haciendo comentarios de diversos tópicos, especialmente deportivos, posteriormente se incorpora a otras emisoras del Núcleo Radio Mil, como “XECO, Radio Eco”, “XEPH, Radio 590 La Pantera”, y “XEOY, Radio Mil”.

“Martín Muñoz Lorravaquio”, joven inquieto, dicharachero, y alegre, su inquietud lo lleva a la rebeldía, que ocasiona salga de la empresa, pero no detiene su carrera, y lo conduce a ocupar la dirección artística de “XEAI, Radio AI”, de “Radio Fórmula”.

“Mauricio Hernández”, locutor de voz media, seriedad y sobriedad, sarcástico en muchas ocasiones, mordaz al hacer comentarios sobre todo en el análisis político, o de espectáculos, su tendencia hacia el periodismo lo convierte en crítico político junto con Héctor Lechuga, primero en el “Núcleo Radio Mil”, al poco tiempo, ocupando espacios en “Organización Radio Fórmula”.

“Mario Romero Chávez”, con un ingreso inicial en “XECO, Radio Eco 1380”, en “XEPH, Radio 590 La Pantera”, como agente libre (free lance) considerado para transmitir en “Radio Onda”, conduciendo programas como

“Ídolos de la Matancera”, “Los Caminantes”, “Los Gatos Negros de Tiberio González”, apoyando en la producción y coordinación de eventos especiales.

“Agustín Santana”, médico homeópata graduado del “IPN, Instituto Politécnico Nacional”, se ve atraído por la radio, que lo convierte en locutor, tomando algunas ideas de “José Manuel Ríos”, hace una conducción alegre, dicharachera, y en momentos con cierta sobriedad, conduce la hora de “La Internacional Sonora Santanera”, que hace se identifique con la audiencia de manera directa como amigo de la agrupación, al grado de hacer compadre a uno de los cantantes de la Sonora, “Silvestre Mercado”.

“Federico Acosta”, locutor formado en Fortín de las Flores, lugar cercano a la ciudad de Córdoba, Veracruz, llega a la ciudad de México con mucha energía, singular alegría, dicharachero, creador de muchos trabalenguas, inquieto, y con actitud de servicio, más allá del micrófono, como maestro de ceremonias de algunas agrupaciones como “Pepe Gómez y su Unión 82” después “Grupo Azabache”. Actualmente labora en “Televisa Radio”.

“Pedro Grajales”, inicia sus labores profesionales como operador de audio en la emisora “XEOY, Radio Mil”, recibe la oportunidad de convertirse en locutor, y se integra a “Radio Onda”, con un estilo juvenil, alegre y adaptable a cualquier circunstancia profesional. De fácil identificación con una población adolescente, actualmente labora para “Grupo 7”, “Sonido Crystal Coacalco”.

“José Luis Montaña”, locutor de voz potente, grave, o gruesa, que se le podía ubicar dentro de los locutores de la vieja guardia, aquellos que impostaban la voz en los años cincuenta, o sesenta. Voz que no se le dificultaba ningún estilo, o manejo de voz, adaptable a la comercialización, locución de cabina, maestría de ceremonias, etc.

“Alejandro Garduño”, locutor y cronista deportivo, brindó con sus comentarios, y agilidad, un estilo ligero de gran aceptación, que se ganó el cariño

de la audiencia, aunado a la creación de un equipo de futbol que representará al cuerpo operativo de las emisoras del “Núcleo Radio Mil”, llamado los “Kanguros del NRM”, (por ser el canguro mascota, y logotipo de la empresa). Aceptando invitaciones para practicar este deporte en cualquier parte, donde fuera requerido.

“Marcos García Gaxiola”, locutor versátil, serio, que con sencillez crea identidad, termina encontrando su perfil profesional en la información, integrándose a la plantilla de “Formato 21”, perteneciente a “Grupo Radio Centro”.

“Gustavo García”, voz timbrada, pero rasposa, potente, y colocada, versátil, sin embargo inestable, al grado de llevarlo a ocupar puestos de locución en diferentes emisoras de radiodifusión, muy identificado con la música popular.

“Fernando Álvarez”, voz agradable, alegre, con algunos problemas de dicción, pero superadas al cabo del tiempo, su paso por “Radio Onda”, le condujo a una madurez profesional, que le permitió integrarse a otras emisoras, como “Radio Variedades XEJP”, de “Grupo Radio Centro”.

“Luis Pineda”, locutor serio, de voz delgada pero con sencillez expresiva, versátil en su hablar, buen manejo del lenguaje, muy expresivo que le permite adaptarse a cualquier medio.

Estas son sólo algunas de las voces que ocuparon un sitio relevante en esta emisora, proyectando no únicamente su voz para anunciar canciones, dar la hora, así como atender los teléfonos de cabina. Ellos mostraron sus personalidades, transmitiendo sus emociones, logrando aceptación e identidad con un auditorio deseos de sentirse acompañado, comprendido y compartiendo pensamientos, gustos, sentimientos con otro ser humano en igualdad de circunstancias, defectos y virtudes, este es el trabajo de los locutores y operadores de Radio Onda. Aquí radica el éxito obtenido, el dotar de vida, alma y corazón a una empresa dedicada a la comunicación.

## CAPITULO 3

### “DE RADIO MIL A RADIORAMA”

A mediados de 1994, “Organización Radiorama”, cuyos socios y directivos son: el *Lic. Javier Pérez de Anda*, el *Ing. Adrián Pereda*, y el *Ing. Alfonso Sanabria*, adquirieron dos estaciones que pertenecían al “Núcleo Radio Mil”, la ‘XECO’, en ese momento llamada ‘Dimensión 1380’, y la ‘XEUR, Radio Onda’ en el 1530 de amplitud modulada.

A partir de este momento la emisora “XEUR”, que ocupa la frecuencia 1530 Khz. en amplitud modulada, cuyo razón social es ‘Radio Unión Texcoco’ recién adquirida por *Organización Radiorama* ahora *Grupo Radiorama*, ha sufrido un gran número de cambios en su programación, y estructura administrativa, operativa,

En el presente capítulo se hablará sobre dichos cambios, tanto en los formatos de programación, operación y sus administraciones, con el propósito que se conozcan, sin que por ello represente una evaluación del trabajo de cada una de ellas.

#### 3.1 EL FIN DE UNA DINASTÍA E INICIO DE OTRA LLAMADA RADIORAMA

A la salida del *Lic. Héctor Aguilera* en la dirección artística, es tomada esta posición por el Señor *Carlos Campos Jácome*, bajo la dirección operativa del el Sr. *Juan Ramírez*, quienes se hicieron cargo de darle continuidad al trabajo iniciado en 1988. Ya sin la presencia de las grandes agrupaciones musicales, ni el apoyo a sonideros, manteniendo el mismo formato ya dentro del grupo

Radorama, esto presentó limitaciones en un trabajo integral, lo que ocasionó una pérdida de audiencia y presencia en el público radioescucha.

“Grupo Radorama” es para 1994 una sociedad que aglutina a más de ciento ochenta estaciones radiodifusoras al interior de la República Mexicana, pese a los esfuerzos por hacerse de emisoras de radiodifusión en la Ciudad de México, es hasta este año cuando el deseo se vuelve realidad, y se obtienen bajo una compra de las concesiones de “XECO”, y “XEUR”, (por sus siglas) que pertenecían al “Núcleo Radio Mil”.

La organización “Radorama” nace el 9 de Diciembre de 1970. Sus dos fundadores: *Javier Pérez de Anda* y *Adrián Pereda López*. Ambos aportaron sus conocimientos en materia de radiodifusión para la creación de un proyecto ambicioso que se consolida con el nombre de “Radorama”.

*Javier Pérez de Anda* se desempeñaba como Controlador General para “Grupo Radio Centro”, mientras que a la par, *Adrián Pereda* colaboraba en el área de Investigación de mercados y publicidad para “Organización Radio Centro” y “Radiópolis”.

Pese a la aceptación y crecimiento que estaba teniendo la televisión, existían radiodifusores interesados en las posibilidades que ofrecía la Radio como medio de comunicación. Es entonces cuando “Radorama” apoya a distintas emisoras del país ofreciendo sus servicios de asesoría y gestión. Uno de las primeras radiodifusoras representadas fue “XETO” de Tampico, Tamaulipas.

Esta empresa perteneciente a *Alfonso Sanabria Esparza* se convirtió en uno de los primeros eslabones de una gran cadena que se fue formando a lo largo del norte y sur de México. “Radorama” tuvo presencia en lugares como Ciudad Juárez, Chihuahua con “XEPZ”; en Mexicali con las estaciones “XEAO”, “XERM” y “XEAA”; en el sur con las estaciones “XEON” y “XEMS” de Chiapas y Tamaulipas.

En la actualidad, se ha consolidado como una de las organizaciones más importantes en nuestro país, representando a 196 estaciones en la República Mexicana.<sup>33</sup>

Para 1994 controla 100 estaciones, de acuerdo con las estadísticas de la SCT. Su influencia se extiende a 67 concesiones en AM y 33 en FM. Además mantiene un convenio para la operación de 84 estaciones. Durante la gestión de *Pérez de Anda* al frente de la CIRT en 1994, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) a cargo del ahora senador *Emilio Gamboa Patrón*, autorizó que 80 concesionarios en AM obtuvieran concesiones en FM por cada estación que operaban. El objetivo de este acuerdo fue apoyar la modernización de las estaciones en AM.<sup>34</sup>

Este es el escenario que existía y ofrecía “Grupo Radiorama” a una nueva experiencia, tener presencia en el Distrito Federal. Se describe la forma en que se da la compra-venta con referencia a los recursos técnicos, materiales y humanos, dicho cambio de pertenencia, dejando como parte de la historia al Núcleo Radio Mil, para las frecuencias “XECO” Y “XEUR”.

Manteniendo al personal en sus puestos de trabajo, operadores y locutores, incluyendo al *Sr. Juan Ramírez*, como director operativo, -que al desligar sus intereses, el *Sr. Carlos Flores*, y el *Lic. Juan José Espejo*-, quedó a disposición de la nueva empresa. El cambio se dio a finales de agosto e inicios del mes de septiembre, en este 1994, para ubicar sus estudios en Paseo de la Reforma número 56, en la Col. Juárez.

---

<sup>33</sup> SITIO OFICIAL DE RADIOAMA VALLE DE MÉXICO. <http://laradioenmexico.com/radorama/> Industria de la radio del valle de México18-06-09

<sup>34</sup> REVISTA ELECTRÓNICA CONTRALINEA, <http://www.contralinea.com.mx/c7/html/politica/dues%F1os.html> Los dueños de la radio y la televisión en México Por Claudia Villegas Cárdenas18-06-09

En principio no estaba considerada la planta de transmisiones, que se ubicaba en la calle de Recreo, por lo que Radiorama sólo la arrendaba.

Esto propició cambios en los nombres de las estaciones, así como en sus formatos de programación: La “XECO” se convirtió en *Romántica 1380*, con música de catálogo romántica en español; y la “XEUR” lo hizo con una programación grupera y tropical, bajo el nombre de *Fiesta Mexicana*, tomando el nombre de otras estaciones del grupo en el interior de la República.

El cuerpo de operadores lo conformaban en ese momento; *Manolito Conde*, el más antiguo operador de la estación, con más de treinta años, *Francisco Tena*, *Daniel Ramírez*, con veinte años en la misma, *César Silva*, hoy productor de grupo “IMER”, *Perla Cristino Marbán*. Y los locutores; *Luis Pineda*, *Pedro Grajales*, *Juan Carlos de la Cruz*, *Jorge Alberto Pérez Ruiz*, hoy empresario de consultorios en homeopatía, y *Mario Oscar Romero*.

Con poca producción, sólo con algunos jingles que identificaba la emisora, la programación musical variada en cuanto a género, entre grupera, tropical, salsa, y con una dirección sin objetivo específico, lo más cercano a ello era la clasificación de una audiencia en el sentido popular, buscando cautivar a el segmento que tenía “Radio Onda”, sin tener éxito en la empresa, motivo por el cual no generaba ventas, propiciando que se arrendara a otro grupo radiofónico en poco tiempo.

### **3.2 LOS CAMBIOS SUFRIDOS EN LA XEUR, DE 1994 A 2004**

A continuación se presenta una serie de cambios en la emisora, que dificultan en alguna medida el posicionamiento de la misma en el gusto de la audiencia, lo que le va restando fuerza, y provoca mayores problemas.

### 3.2.1 GRUPO SIETE

Como ya se mencionó en 1994, se convierte en “Fiesta Mexicana” (fiesta digital) de acuerdo con el jingle. En el año de 1995, se otorga la administración a “Grupo Siete”, que cuenta con una concesión de radio, la “XEFO”, en frecuencia modulada, sin embargo ésta es arrendada a ‘Organización Radio Centro’, que en este año lleva por nombre comercial “Sonido Z”.

Además de tener incursión en la industria editorial, con las revistas “Dentista y Paciente”, “Play Boy México”, entre otras. Cuyo propietario es el Lic. *Javier Sánchez Campuzano*.

Se traslada la emisora a los estudios ubicados en la calle de Montecito 59 en la Col. Nápoles. Con un formato de música grupera, bajo la dirección de *Manuel Rodríguez Rubí*, también director artístico de “Sonido Crystal” en las ciudades de Toluca, Ecatepec de Morelos, ambas en el Estado de México y Pachuca, Hidalgo. La “XEUR” sufre su segundo cambio de nombre y reestructura a su programación. Ahora es conocida como “La Súper Estelar”, y el Sr. Rodríguez plantea la necesidad de realizar algunos cambios, en la operación de la emisora, como “los turnos de locutores, incluso de delegado sindical”, (el personal operativo) y operadores que pertenecen al STIRT, (Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radio y la Televisión); situación que provoca reacciones encontradas tanto con el personal, como con el mismo Sindicato, esto origina una serie de enfrentamientos entre empresa y sindicato que a la postre obliga a desligar de la emisora al Señor *Manuel Rodríguez Rubí*. Presentándose nuevos cambios en la dirección, que se sucedieron uno tras otro, sin permitir con esto una larga permanencia.

En 1996, se da otra faceta; ahora con un formato de programas de contenido, se hace hablada, principalmente informativa, noticiosa, y con

programas para la salud, belleza, hogar; hasta esotéricos. El darle fuerza a la parte noticiosa obedece a las aspiraciones políticas del Lic. *Javier Sánchez Campuzano* que posteriormente llega a ocupar una curul en la Cámara de Diputados.

Para la organización, y operación de la división noticias, se emplea al *Lic. César Moreno*, a *Gustavo Rentarúa*, -hijo de uno de los iniciadores de la división noticias de Radio Mil, *Teodoro Rentarúa*-, *Jorge Ávila*, y algunos egresados de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UAM, *Teseo López*, *Ricardo Macín*, *Ernesto Olmedo*, recién egresado de la escuela de periodismo “Carlos Septién”, *Francisco Tableros*, entre otros. Todos bajo la dirección operativa del Lic. *Edmundo Flores Artalejo*. Se le denominó a la emisora “Cambio 1530”, en ella se daba algo más que noticias, se realizaba análisis periodístico de los principales acontecimientos políticos y sociales del país y en el plano internacional.

Aventura que duró poco más de un año, pues una mala administración, incidió para que Radiorama retomara la estación, en 1997. Dando un nuevo cambio por esta misma situación; e inicia “La Poderosa”, -de gran éxito en el interior de la República en estaciones afiliadas a Radiorama y que tenían el mismo nombre- regresando al formato de música grupera. Exitoso en la Ciudad de México con estaciones como: “La K-Buena”, y “La Z”, con la diferencia que éstas se ubican en la Frecuencia Modulada,

“La Poderosa”, ahora con la dirección de *Elías Cervantes*, ex director artístico de “Radio Variedades” en el 1150 de am, perteneciente a ‘Grupo Radio Centro’. Conocedor del trabajo de programación logra posicionar el nuevo concepto, sin embargo dura poco tiempo con el manejo de la frecuencia, al ser separado de la empresa, y otorgando la oportunidad a una joven recién egresada de la carrera en Ciencias de la Comunicación. La *Lic. Marina Alemán* intenta hacer una emisora exitosa en el gusto popular, con algunos cambios en el cuerpo de locutores, conformada por:

*Luis Vázquez, Jaime Urbina, Juan Manuel Sánchez, Juan Carlos de la Cruz, y Mario Oscar Romero.*

El perfil de todos y cada uno de ellos se destaca por sus voces claras, llenas de emotividad, alegría, y con un gran sentido juvenil. Quizá el locutor de voz más grave que es *Jaime Urbina*, se mostraba un tanto más serio, sin perder los aspectos mencionados que lograra gran aceptación de la audiencia.

En lo referente a la programación musical conserva el formato grupero, gracias a su relación familiar con el *Sr. Rafael Zepeda*, programador musical en la década de los años setenta, dentro del “Grupo Radiorama” y abuelo de *Marina Alemán*, aprovecha el conocimiento vertido por éste, utilizando su criterio para manejar la música de promoción (la nueva), así como la de catálogo (la música que ha pasado tiempo de su lanzamiento y difusión en los medios de difusión electrónicos). Dicho equilibrio durante la transmisión de la emisora es con base en el criterio del programador musical.

Al cabo de más de dos años, la emisora daba muestras de un posicionamiento deseado, aunque no se reflejaba en las ventas de publicidad al aire. Lo que provocó un cambio más.

Con la idea de buscar un nicho que no fuera explotado en ese momento, se encontró una fórmula; la música instrumental. Aunque con un espacio más reducido de audiencia, porque va dirigido a un sector poblacional menos popular, con mejor nivel socioeconómico, cultural, por consecuencia había mayores posibilidades de vender los cortes publicitarios. Con este nuevo formato, el nombre de la estación cambió; “Tu Música 1530”.

En el 2000, Marina Alemán deja la dirección de la emisora y la recibe, el *Lic. Emilio Velasco*, quien forma un equipo de ventas, y mercadotecnia para posicionar la estación y provocar mayores ventas, sin obtener grandes resultados. Sin embargo cabe mencionar que sí daba muestras de un gusto por parte de la

audiencia a la que se dirigía, pues efectivamente no existía en ese momento un lugar en el cuadrante comercial, con música instrumental, lo que permitió su incremento.

### 3.2.2 RED “W” INTERACTIVA

Para el año 2001, El *Lic. Alejandro Burillo* arrenda la estación “XEUR Radio Unión Texcoco, S.A. de C.V 1530 KHZ”, que atendiendo a sus intereses, le da un vuelco más; le llama “Red W Interactiva”, e intenta realizar un formato muy parecido al de “XEW”, con programas de contenido, belleza, salud, cocina, concursos, radio novelas, y con premios en efectivo, a través de llamadas al 01-900, que tenían un costo de veinte pesos la llamada, con el objetivo de llegar a un público mayor de 18 años con predominio del sector femenino. Con una inversión inicial de 30 millones de pesos en una aventura radiofónica a través de una red de 48 estaciones de A.M. Afiliadas a “Grupo Radorama”, Otra empresa que no fructificó financieramente, y tal vez tampoco lo hizo operativamente.

Siendo estación piloto la “XEUR, 1530 de AM”. Éste proyecto propicia el nombre de una red; “Red W Interactiva” ‘La tradición continúa’ Las dos acepciones son provocadoras, la primera hace constar que Alejandro Burillo pretende rescatar el apellido “Azcárraga” así como la tradicional “XEW”, y no *Emilio Azcárraga Jean*. La segunda acepción da pie a esto y a darle continuidad tanto al formato de la “W”, así como el manejo del proyecto iniciado ahí. Para *Eugenio Bernal Macouzet*, director de la *División Radio de Pegaso*, y ex director

de la *División Radio de Televisa*. Esta empresa renta durante varios meses las frecuencias donde se transmite con la idea de comprarlas al año siguiente<sup>35</sup>

Las plazas que emitían la señal de Red W Interactiva

Aguascalientes, Ags. 950 AM (Ahora La 950)

Tijuana, B.C. 1420 AM (Ahora Radio Fórmula 1420)\*

Piedras Negras, Coah. 99.1 FM (Ahora La Fiera)

Saltillo, Coah. 960 AM (Ahora Súper Mix)

Colima, Col. 1080 AM (Ahora La Mejor FM)

Chihuahua, Chih. 680 AM (Ahora Éxtasis Digital)\*

Hidalgo del Parral, Chih. 96.9 FM (Ahora La Ke Suave)

Distrito Federal 1530 AM (Ahora Radio Fiesta)\*

Durango, Dgo. 96.5 FM (Ahora La Tremenda)

Celaya, Gto. 950 AM (Ahora Radio Lobo)

Acapulco, Gro. 1400 AM (Ahora Mariachi Stereo)\*

---

<sup>35</sup> <http://www.etcetera.com.mx/pag36ne13.asp> días de radio, Fernando Mejía Barquera es periodista. Noviembre 2001

Ixtapa Zihuatanejo, Gro. 1410 AM (Ahora Aquamarina Stereo)

Guadalajara, Jal. 1440 AM (Ahora Corazón 1440)

Apatzingan, Mich. 92.1 FM (Ahora La Pura Ley)

Ciudad Hidalgo, Mich. 1190 AM (Ahora Radio Sol)

Monterrey, N.L. 1450 AM (Ahora La Caliente)

Culiacan, Sin. 890 AM (Ahora La Sinaloense)\*

Mazatlan, Sin. 690 AM (Ahora La Invasora)\*

Villahermosa, Tab. 790 AM (Ahora Radio Tabasco)

Matamoros, Tamps. 1490 AM (Ahora La Radio)\*

Tampico, Tamps. 1240 AM (Ahora W Radio)\*

Córdoba, Ver. 580 AM (Ahora Canal 58)\*

Tierra Blanca, Ver. 1050 AM (Ahora Radio Sensación)\*

Merida, Yuc. 1090 AM (Ahora XEFC 10.90)\*

\*Afiliada a Grupo Radiorama <sup>36</sup>

Pretende Red W Interactiva romper con los esquemas de la radio actual

---

<sup>36</sup> [http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo\\_Radiorama](http://es.wikipedia.org/wiki/Grupo_Radiorama) Grupo Radiorama De Wikipedia, la enciclopedia libre 17-06-09

Como parte de los objetivos que se persiguieron con esta nueva cadena radiofónica, bajo la dirección de *Fernando Howard*, esta el romper con los esquemas de la radio en ese momento, acercando al público mediante su participación, de manera directa y conquistar mercados del interior del país.

Con la idea de hacer que empresas comerciales se interesaran en anunciarse, incluyendo algunas emisoras del interior de la república para sumarse a esta cadena que conjuga 48 estaciones radiofónicas a lo largo y ancho del país vía satélite.

Se buscaba la participación del auditorio buscando retomar la esencia de la radio tradicional mexicana, integrando la programación con comunicadores entre ellos; *Margarita Gralia, Amira, René Navarro* y otros. Los mejores en su ramo, algunos surgidos no de la radio sino de la televisión, incluso teatro.

En la medida que se consolidara el proyecto se irían integrando nuevos talentos, incluso conductores locales en distintos puntos de provincia donde llegaba la emisión. Dentro de un programa el conductor intervendría en los primeros quince minutos, para dar lugar a una persona de alguna localidad, regresa a cabina central, y cierra en una mesa con todos los conductores... explica Howard que eso permitiría la interacción entre todas las partes, hecho sin precedente en la radio.

De los planes fuertes de "Red W, Interactiva" es la promoción del dinero de la radionovela, el cual sería permanente y buscaría acercar al público en su participación, haciéndose acreedores a diversos premios como ocurrió con "La

Recompensa”, programa donde se dieron premios por más de un millón de pesos.<sup>37</sup>

Entre los proyectos estaba ‘Diario de una Mujer’, bajo la conducción de *Margarita Gralia*, donde la actriz tocaba todos los temas que están relacionados con la mujer; sexualidad, maternidad y relaciones de pareja entre otras cosas. Tratando todos los temas que interesan a las mujeres, convencida de que no hay peor pobreza que la falta de conocimiento y eso es lo que promovía. Pláticas con mujeres del medio artístico, política y otros ámbitos. Emisión que estaría en un horario de 10 a 12 del día, de lunes a viernes.

Incluyendo la radionovela ‘La Recompensa’ en la que el público podría participar y ganar hasta medio millón de pesos.

Otra parte la conducía *René Navarro*, con la interacción del público de manera fundamental.

La programación daba inicio con:

‘El Exprimidor, *Daniel Bisogno*, de 7 a 9 horas.

‘La Recompensa’ radionovela con *José Ángel Llamas, Ana de la Reguera y Cecilia Suárez*, entre otros. De 9 a 10 horas.

‘Diario de una Mujer’, *Margarita Gralia*. De 10 a 12 horas.

‘Mi Casa por 20 Pesos’, *René Navarro*, concursos, de 12 a 13 horas.

‘Doctora Isabel, el ángel de la radio’ *Isabel Gómez* de 13 a 16 horas. “

---

<sup>37</sup> <http://www.jornada.unam.mx/2001/10/27/24an1esp.html> Espectáculos.Entrevista a Fernando Howard SABADO 27 de OCTUBRE de 2001, consultada el 18-06-09.

'Espectacular Deportivo', Gerardo Bobadilla, Manolo Portilla y Gaby

Tlaseca, de 16 a 18 horas.<sup>38</sup>

El experimento fue literalmente *flor de unas semanas*, dio inicio el 22 de octubre de 2001, y concluyó el 18 de febrero de 2002, se calcula el fracaso en una pérdida de un millón de dólares.<sup>39</sup>

*El Sr. Carlos Ayala*, productor en jefe, y productor de algunos programas en "Red W, Interactiva", encargado del vestido (audios, promocionales de la emisora, de los programas, etc.) de la producción operativa en la emisora.

Actualmente es director operativo de "Grupo 7, Comunicaciones". Ahí en su oficina, brinda la oportunidad de conversar con él, en una actitud amigable, como consecuencia de la relación laboral compartida con un servidor, en "Red W, Interactiva". De tal manera que inicia describiendo su visión de lo acontecido en dicha empresa.

### La estructura

En ese entonces sucedió algo interno en "Televisa", tenía poco tiempo de la separación de *Alejandro Burillo Azcárraga* del consorcio, y él decide generar su

---

<sup>38</sup>[http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=29140&tabla=espectaculos](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=29140&tabla=espectaculos)"EL UNIVERSAL" PÁGINA KIOSKO, SHOBIS. Llegan a la radio nuevos programas interactivos. Emilio Morales Valentín. Viernes 19 de octubre de 2001. consultada 18 de agosto 2009.

<sup>39</sup> <http://www.etcetera.com.mx/pag15ne17.asp> días de radio Muere "W Interactiva" marzo 2002. Consultada 18 de agosto 2009

propia empresa de medios, invitar algunas personas de su confianza de Televisa, para iniciar este proyecto, entre ellos al presidente de Televisa Radio, que entonces era *Eugenio Bernal*, que también desempeñaba la presidencia de la “Asociación de Radiodifusores del Valle de México”, a su vez, Eugenio decide invitar a algunas personas de las más allegadas, como el caso de *Fernando Howard*, *Regina Howard*, *Francisco Martínez*, Estas personas invitan a otras de su confianza, entre ellas; *Carlos Ayala* a invitación de *Fernando* y *Francisco*, con la consigna de que si el trabajo es bueno tendría permanencia, y quien no de resultados se va.

Una estructura ya formada, porque ya venía con esas jerarquías, aunque se generan otras áreas que no teníamos en “Televisa”, como es la de investigación de mercado, el área de promoción y publicidad en radio, porque lo que se tenía lo realizaba el corporativo Televisa.

Quien se encarga de las negociaciones con Radiorama es *Eugenio Bernal*, y una persona de toda la confianza del Sr. Burillo que se encarga de todo lo administrativo de esta nueva empresa.

### Estructura operativa

En la parte operativa, de producción, y programación estaba Eugenio quien determinaba que contenidos iban y cuales no, él le solicitaba a ‘Fernando y Francisco Martínez’. Que era lo que quería, con base en las ideas que tenía y ellos se encargaban de proporcionar esa idea a los productores, puesto que había otros productores, además de *Carlos Ayala*.

Hablar de las radionovelas interactivas, para *Carlos Ayala*, fue una idea genial, excelente, y en su opinión de le faltó promoción, dar más tiempo a su difusión para que tuviera una gran éxito. Los programas dirigidos a la mujer, estaban muy definidos en que era una estación hablada, dirigida a mujeres, entre 25 y 50 años, con algunos productos para la parte masculina que también gusta de la radio hablada. Con un objetivo muy claro y definido, así es como los directivos terminando la parrilla se reunieron con los productores para dar guía sobre lo que deseaban, desarrollando cada uno de los programas, como fue el programa de *Bisoño*, de *Margarita Gralia*, la Radionovela “La Recompensa”, “Mi casa por veinte pesos”, con *René Navarro*, que era el conductor de “A la cachi, cahi, porra”. En “Canal Once”. Con la idea de regalar muchas casas, ajuares para la misma casa, los programas esotéricos que se tenían muy temprano, y noticiarios que se compraban a otras radiodifusoras, como el de *Pepe Cárdenas*.

### Se acaba el proyecto

El proyecto se acaba por una mala administración, a juicio de *Carlos Ayala*, porque se prometieron resultados a muy corto plazo, que en su experiencia de catorce años trabajando en radio, ve muy difícil obtenerlos a muy corto plazo, obviamente es la venta de los espacios (La publicidad), se prometieron resultados a seis meses, un año, y resultados que no se obtuvieron, parece increíble porque la inversión se hizo en dólares, estamos hablando de 10 millones de dólares, no se dieron las negociaciones como se habían pensado. Eso representó quizá un 25 % de que no se diera como se pensó, como se deseaba, el resto fue haber dicho que en tan poco tiempo se tendrían resultados.

En seis meses no se puede generar auditorio con una sola persona o con sólo entusiasmo. A la par del nacimiento de una estación, debe haber un fuerte

dispositivo de promoción y publicidad integral, obviamente aprovechar el medio, además en la calle debe haber unidades contratadas para hacer promoción de la misma estación, como lo hemos visto en miles de campañas de otras estaciones, y grupos radiofónicos, unidades móviles, volanteo, anuncios en prensa, bardas, espectaculares, parabús, autobús, todo lo que te implique promoción y publicidad, aprovecharlo al máximo, se debe destinar una fuerte cantidad de ese presupuesto que se está solicitando para hacer la inversión de inicio de una estación, no es algo que se esté inventando, *Ramiro Garza* (asesor de Grupo Radiorama) dijo: la estación que más regala, es la que más escuchan... lo mismo que dice el Sr. *Gabriel Hernández*, Director operativo de "La Z". lo vemos en diferentes lanzamientos de estaciones.

#### La propuesta de red W Interactiva

La propuesta fue la adecuada, sólo que no se le dejó madurar, la voz institucional era la de *Eugenio López*, que identifica institucionalmente al canal Once, desde hace muchos años. Para el proyecto de radionovela, a pesar del poco tiempo que estuvo al aire, se tuvo una buena cantidad de llamadas, otro ejemplo; con *Margarita Gralía* se llegó a tener hasta 60 llamadas, cuando regalamos algo de promoción, y eso significa resultado, sí no hubiera respuesta ni con la promoción, entonces no funcionaría, con la radionovela la respuesta fue buena en toda la república, porque se enlazaban las estaciones del grupo, y se cubría todo el territorio nacional.

Una nómina que resultó cara, pero en la propuesta estaba contemplado la recuperación de la misma, sacrificando en otras áreas, como en la producción para poder pagar a las estrellas, sí resulta cara, pero vale la pena, *Margarita Gralía* sigue siendo una gran estrella, ya no trabajó más en radio, tal vez la mala

experiencia, quizá la decepcionó un poco pero ella sigue trabajando, sigue siendo una gran estrella y se sabe que ellas jalan auditorio por eso es que es redituable, *Bisoño* ya tiene una trayectoria, le ha ido muy bien en “Radio Trece”, sigue teniendo un gran resultado, *René Navarro* le va muy bien en Estados Unidos, en canales de “Univisión”, obviamente *Pepe Cárdenas* sigue teniendo el noticiario número uno en “Radio Fórmula”, no hay nada que probar, la fórmula esta hecha. La inversión vale la pena.

De esa manera resume Carlos Ayala lo que fue el proyecto de “Red W, Interactiva” que a pesar de las expectativas, resultó un fracaso, motivo por el cuál retoma la administración de “XEUR, 1530” “Grupo Radiorama”, concesionario de dicha emisora.

En noviembre de 2002, se da un cambio nuevamente, ahora lleva a la “XEUR 1530” a llamarse: “La Mexicana”, con otra fórmula probada en el interior de la República y también con éxito. El formato de música mexicana. A pesar de darle poco tiempo de madurez a ésta, fue la que mostró un mayor auge y presencia, que tanto se había buscado, en un lapso de cinco meses, la estación estaba posicionada, colocada en el gusto de la gente, Ahora con locutores de recién ingreso, *Julio Cárdenas*, *Cristina Vargas*, *Karla Erika López*, A excepción de *Mario Oscar Romero*.

“Radiorama” establece una sociedad en marzo de 2003, con la empresa “PDI”, que dirige el Sr. *Andrés Massieu*, empresa que se maneja como asesores financieros. Retomando un proyecto de *Cesar Costa* con la idea de difundir noticias positivas, contrarias a las que generan la mayoría de noticiarios. Con el programa “Lo Bueno También Cuenta”.

“PDI”, toma el control de la emisora, y le modifica el formato, con programas de contenido; salud, belleza, espectáculos, y “Lo Bueno También

Cuenta”<sup>40</sup>, así como una barra informativa, con *Marco Levario Turcott*, y *Miguel Bárcena*. *Luz María Meza*, con el programa de revista radiofónica, llamado “Buena Vida”, *Charly Valentino*, con un programa llamado “DFctuosos”, cuyo contenido era con tintes políticos, espectáculos, y temas sociales, sin perder el sentido del humor que caracteriza al cómico.<sup>41</sup> En las madrugadas, desde las diez de la noche y hasta las seis de la mañana un programa de contenido religioso, esotérico. “Pare de Sufrir”.

La barra programática queda de la siguiente manera:

06:00 a 08:00 Noticiero con Fabiola Kramski

08:00 a 09:00 “El exprimidor” con Daniel Bisogno

09:00 a 11:00 “Lo Bueno También Cuenta” con César Costa y Elizabeth Alanís

11:00 a 12:00

12:00 a 13:00 “Buena Vida” con Luz María Meza

13:00 a 14:00 noticiero con Marco Levario Turcott.

14:00 a 17:00 programación musical

17:00 a 18:00 “DFctuosos” con Charly Valentino

---

<sup>40</sup> [http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=51920&tabla=espectaculos](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=51920&tabla=espectaculos) Espectáculos | EL UNIVERSAL online | 2004-04-06 Roberto Rondero El Universal Martes 06 de abril de 2004.

<sup>41</sup> [http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id\\_nota=49546&tabla=espectaculos](http://www2.eluniversal.com.mx/pls/impreso/noticia.html?id_nota=49546&tabla=espectaculos) Espectáculos | EL UNIVERSAL online | 2003-12-23 Charly Valentino estrenará programa en radio

Proyecto que tampoco fructificó, debido a la nula experiencia en medios de comunicación masiva, como la radio, por parte del Sr. Massieu, hecho que terminó con la relación comercial entre Grupo Radiorama con PDI, en abril, del 2004.

El último cambio sufrido en el año 2004, se da a partir de la salida de “PDI”, y “Radiorama” intenta probar otra de sus fórmulas en provincia. “Mariachi Estéreo”, con música mexicana, bajo la dirección artística de *Roberto Muñoz*, y como asesor de las estaciones de “Organización Radiorama”, el Sr. *Ramiro Garza*.

La historia continua, no se ha cerrado el ciclo, a pesar de que en el presente todavía se tiene lagunas, pero que se irá enriqueciendo con trabajos futuros de quienes estén interesados en ahondar en ésta, cabe decir; ha sido apasionante, y que forma parte de lo que un segmento de la sociedad ha escuchado a través de esta frecuencia, a lo largo de 43 años de existencia de la “XEUR” , conocida por los diferentes nombres antes expuestos, sin dejar de lado la que ha tenido mayor presencia y estabilidad “Radio Onda”, que a más de diez años que dejó de existir, la audiencia la sigue recordando.

Una de las intenciones de la presente labor, ha sido brindar un pequeño reconocimiento a las personalidades que le dieron y le dan vida, a esta emisora, a quienes han contribuido a su grandeza, aunque su historia se pierda en el gran universo de la radiodifusión. Pues sólo es un pequeño engrane de la gran maquinaria de esta industria. Que va construyendo día a día parte de la comunicación social, política y comercial, de nuestra ciudad y país. Ahora como estación piloto de la cadena de “Organización Radiorama”.

## CAPITULO 4

### “Al Son de Mariachi Estéreo”

#### 4.1 LO QUE SE ESCUCHA

##### ANTOLOGÍA DE LA MÚSICA MEXICANA

Para conocer la esencia de un pueblo, basta conocer sus canciones. El mexicano es instintivamente musical y hace confidente a la guitarra de sus inquietudes, de sus amoríos, sus triunfos, frustraciones, sus esperanzas, y sus rebeldías.

Y es así como el corrido, el huapango, el son, el bolero y las canciones rancheras se identifican con su manera de ser, con determinados momentos de su devenir histórico. Haciendo un recorrido a través de los años de la canción mexicana, a través de nuestro carácter, de nuestra historia, de la estructura individual y colectiva de nuestro pueblo.

Toda la música mexicana tras una canción, porque toda ella esta basada en la melodía, y nuestros compositores se distinguen por la belleza de grandiosidad infinita, la canción mexicana bebió su primera inspiración en las complejas fuentes de la música española, puesto que esa música fue la que trajeron a la Nueva España los colonizadores.

En la década de los setentas hubo varios intentos de crear algo original. Desgraciadamente, se desconoció el verdadero estilo de la música ranchera, al mezclarse con otros estilos como el norteño y romántico, que produjeron un estilo confuso en el resto de la producción mas reciente. Artistas como *Juan Gabriel* y *Guadalupe Trigo*, incursionaron en este género pero siempre de forma pasajera,

ya que sus estilos eran muy urbanos y comercializados. Sin embargo Juan Gabriel se ha ido manteniendo hasta la fecha<sup>42</sup>.

Ya en los setenta, llegó la "sequía" para la canción vernácula y campirana, en cuanto a intérpretes se refiere, y de no haber sido por *Vicente Fernández, Lola Beltrán, Lucha Villa* y algunos otros defensores de esos dos géneros, hoy seguramente estaría franco declive una de las más auténticas expresiones musicales de México<sup>43</sup>.

El mejor de los caminos el sentimiento, la palabra, y la música de nuestras canciones, armonía y pensamientos que se conjugan para expresar un estado de ánimo individual, y también una actitud de espíritu que ante algunos momentos de nuestra vida colectiva, por ello la canción mexicana va unida a nuestra historia, se identifica con nuestro diario caminar por un sendero sembrado de angustias, de inquietudes, anhelos, esperanzas, y fecundas realizaciones, dice el vate *Ricardo López Méndez* que nuestras canciones brotan porque sí, y le concedemos la razón, la canción popular mexicana, es diáfana y espontánea, es declaración de amor, ¡es grito bravío de combate! Es un paisaje hecho melodía que brota porque sí, pero no olvidemos que esas canciones las ha creado el talento, la sensibilidad, y la inspiración del hombre, y cuando el hombre cualesquiera que sean sus actividades, pone en ellas su inteligencia, su tesón, y su energía creadora, esa actividad adquiere la categoría de "obra"... y es cuando el hombre deja de ser efímero, pues ha dejado la huella de su paso sobre la Tierra.

De estas canciones que hicieron cantar, incluso hasta vivir con intensidad el amor a nuestros abuelos, y padres, se han modernizado con intérpretes considerados ídolos de la música pop dentro de los últimos años del siglo XX y los

---

<sup>42</sup> Página del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores Monterrey, Departamento de Humanidades y Ciencias Sociales. [http://www.mty.itesm.mx/dhcs/deptos/co/co95-832/Prov\\_2005\\_S1/musM/ranchera506070.htm](http://www.mty.itesm.mx/dhcs/deptos/co/co95-832/Prov_2005_S1/musM/ranchera506070.htm) consultada nov. 2009

<sup>43</sup> Página de Terra, artículo en la sección espectáculos <http://www.terra.com.mx/articulo.aspx?articuloId=15810> consultada nov. 2009

primeros del siglo XXI, al darle un revaloramiento y por lo que se puede considerar que la música lejos de una temporalidad debe tener calidad, y esta es la que trasciende

Canciones que se han difundido a lo largo de la historia de la radio en México y basta con recordar las emisiones en las décadas de los 40, 50, 60, y 70, con las transmisiones de la “XEW”, “XEQ”, y estaciones culturales como “Radio UNAM”, y “Radio Educación”.

Desafortunadamente el apoyo y difusión de la música mexicana ha quedado en el olvido o casi en el olvido, debido a la influencia de otros ritmos, provocando que la juventud se identifique con estos, que en muchos casos son de procedencia extranjera, creando modas y estilos de baile.

“Con el género del rock and roll la radio en México se da cuenta que podría determinar las actitudes de los jóvenes, desde los últimos años de los cincuenta, se abocó a definir por medio de sus programaciones el gusto de sus auditorio. El compositor es desplazado por la modernidad empresarial, donde hace su aparición el director artístico que toma decisiones (con base en su criterio), que por medio de acuerdos económicos con las disqueras, pedían a las estaciones de radio que transmitiera determinadas canciones para lograr el negocio redondo. A dicho soborno se le conoce como Payola”<sup>44</sup>

“La radio impone las canciones hasta que el escucha las incorpora a su cotidianeidad”.<sup>45</sup>

Por ello la música mexicana se empleo sólo como parte del folklore nacional que se ejecuta en festividades cívicas, escolares, y de la diplomacia, sobre todo cuando se visita algún país extranjero.

---

<sup>44</sup> REBEIL. Op.cit. p.

<sup>45</sup> Ibídem

Pocos son los intérpretes de este género que destacan y que tienen éxito comercial, como *Vicente, Alejandro, y Pedro Fernández, Pepe Aguilar, Luis Miguel*, incluso intérpretes de procedencia extranjera, *Linda Ronstand, Rocío Durcal, Galy Galiano, Leo Dan*, etc.

En la última parte del siglo XX, se da un movimiento que pretende dar auge a la música vernácula, que encabeza *María de Lourdes*, y con el patrocinio “Bacardí”, empresa vitivinícola. De aquí se desprende el descubrimiento de nuevos talentos sobre todo en cuanto a intérpretes.

“Mariachi Estéreo” le abre espacio a una corriente de música nuestra, la mexicana, en un momento en que ninguna otra emisora de radiodifusión en el Distrito Federal difundía este género musical, apoyando a cantantes como *José Antonio, Julia Palma, Fato, Pepe Aguilar, Guillermo y Pastora, Paola Sampayo*, y artistas consagrados como *Humberto Cravioto, Valente Pastor, “Carlos y Aida Cuevas, Pedro Fernández, Alejandro y Vicente Fernández, Alberto Ángel el Cuervo, Luis Miguel, Juan Gabriel*, por mencionar algunos de ellos.

Idea que parte de otras emisoras del mismo grupo “Radiorama”, y que han adoptado este mismo nombre y formato de programación hacia el interior de la república mexicana. Cabe aclarar que no se incluye toda la música regional de nuestro país, como el norteño, la polka, el son huasteco y la ranchera que tiene como base esencial la guitarra, pero sí el mariachi.

Con una programación general, lo que quiere decir que no existían programas específicos de algún artista o intérprete, con lo que se incluía cualquiera de ellos ya sea femenino, masculino, y a cualquier horario sin distinción.

En palabras de *Don Ramiro Garza*, asesor de “Grupo Radiorama”, siempre se parte de algo muy sencillo, similar al cuerpo humano,

Todo formato debe tener una columna vertebral, y una serie de ramas complementarias que sin ser estorbo sean refuerzo, primero vemos la gente que tenemos, la música que hay, y cuando se piensa en un formato musical como este, se debe tomar en cuenta al auditorio.

Para finales de los setentas asesorando una emisora de los Ángeles California, la “KWKW”, “La Mexicana”, nos percatamos que el público era de ascendencia mexicana, completamente adulto, lo más nuevo que aceptaba era “Juan Gabriel”, entonces tomamos el catálogo antiguo de la música mexicana, lo estructuramos y empezamos a insertar cosas de la música regional y se conjugó con un experimento, incorporando la lectura biográfica de *Pedro Infante*, escrita por *María Luisa León*, “Mi vida con Pedro Infante”. En su momento una locura, pero la radio esta llena de locuras y que la gente comente algo de la estación.

Para *Don Ramiro Garza* parte del nacimiento de “Mariachi Estéreo”, posteriormente “Radio Mexicana”, fue dotado de figuras importantes de la música mexicana, que los jóvenes descubrían y los viejos recordaban con la música de catálogo.

En ese momento se tocaba música mexicana pero sin ninguna personalidad, entonces se fue consolidando el concepto buscando darle el perfil moderno de música mexicana. Y surgió otra vez la fuerza de la nostalgia, la fuerza de la música mexicana y desde luego el talento de una buena programación.

Existían en la Ciudad de México estaciones como “Radio Sinfonola”, “Radio Consentida”, que tenían en su programación una hora de *Pedro Infante*, *Vicente Fernández*, “Morena FM”, cuyo concepto nace en Monterrey con los señores “Bichara”, con música fina no tan popular, y que se retoma en la Ciudad de México, y con buenos resultados.

Lamentablemente este tipo de conceptos sin el mantenimiento, sin la supervisión, sin la retroalimentación, sin la producción acertada, se van marchitando, cae en la rutina, y la gente abandona lo ya no le gusta.

Como experto, del gusto popular de audiencias, la programación de “Radio Mexicana” y de “Mariachi Estéreo” ya no apostó al catálogo de la música, en su estructura y formato de programación por que se consideró agotado, se utilizó el talento de los *Fernández, Pedro, Vicente, Alejandro, Valente Pastor*, y algunos que ya han mencionado, olvidándose de *Javier Solís, Jorge Negrete, Pedro Infante*, etc. Dando cabida a intérpretes de ascendencia mexicana como el caso de *Linda Rostand*, al talento de *Rocío Durcal* queridísima en nuestro país, dando fortaleza a nuevos valores como los surgidos por el movimiento creado por *María de Lourdes*, que luchó tanto por la música mexicana, que a pesar de haber sido marginado, fuera del país se consolidó un éxito con toda esa generación que alrededor de ella, destaca y encuentra un espacio en la programación de “Radio Mexicana”, y “Mariachi Estéreo”.

El cantante sin una buena promoción, y publicidad simplemente no funciona, por lo que la emisora con su participación fue muy valiosa para dar continuidad en esa ruta, ese manantial de música mexicana que ha pesar de ser de muchísimos años atrás, tiene una vitalidad extraordinaria, atendiendo la atemporalidad de la música, porque no hay discos nuevos o viejos, hay discos buenos y malos, para encontrar valores nuevos y sostenerlos con la ayuda de los antiguos, en una mezcla que la gente asimile y acepte.

Tan es así que muchos intérpretes actuales de música mexicana han retomado canciones de hace más de cincuenta o cien años, con adaptaciones del sonido moderno, que para los jóvenes se han convertido en éxito pero desconocen la parte histórica de su procedencia, para ellos es nuevo, actual, moderno. No tienen esa temporalidad porque la consideran de este tiempo, en su generación, su época, pero la verdadera música trasciende los años, los siglos.

La estructura base de esa columna vertebral programática, en principio nos recargamos en los árboles mayores, *Pedro Infante, Miguel Aceves Mejía, Lola Beltrán, Lucha Villa, Antonio Aguilar, Javier Solís*, y fuimos agregando las ramas intermedias, para ver cuales de esas ramas se convertían en verdaderos troncos. Funcionaron muchísimos y algunas de esa nueva generación recordamos a *Guillermo y Pastora, José Antonio, Esto es México*, tal vez no con el éxito del impacto pero sí con el reconocimiento, y un caso típico es *Alberto Ángel el Cuervo*.

Para cuando se tiene establecida la estructura programática se apoyó más en los jóvenes con el riesgo que implica porque la juventud trae energía, novedad, frescura, sin la temporalidad, pero con una palabra, “la moda”, el joven que interpreta música mexicana esta sujeto a la moda.

## 4.2 COMPROMISO DE PRODUCCIÓN

“El lenguaje radiofónico lo conforman de manera armónica la palabra, la música, los efectos sonoros o ruido y uno muy particular que es el silencio, que no necesariamente tienen que coexistir para que se produzca un mensaje sonoro. Se puede hacer radio utilizando sólo uno de esos códigos. Hay quienes privilegian el uso de un código sobre otro. Y depende en gran medida del formato o género radiofónico que se utilice”.<sup>46</sup>

En este periodo no hubo un gran despliegue de producción, esto debido a la falta de recursos económicos para su realización.

---

<sup>46</sup> CASTRO, Pedrozo Edinson. “*Así se Diseñan Programas Radiofónicos*”. Universidad de Zulia, Maracaibo, Venezuela, 2005. p.27

Primero es necesario mencionar que la emisora realizó como trabajo de producción exclusivamente el vestido de la estación, es decir, promocionales, identificaciones, rompecortes, algunas veces con voces de artistas, y locutores del grupo radiofónico.

“Otra de las estrategias es la promoción. Esta se produce con la misma estructura que las cuñas, o spots comerciales, sólo que el propósito aunque similar, se diferencia en la intención de promover a la propia emisora, sus servicios, productos, y programas. la duración para los spots, o cuñas, varía oscilando entre los 14 y los 40 segundos. En cambio para los promocionales se utiliza de 30 a 60 segundos. Haciendo referencia las bondades y razones por las cuales se debe sintonizar la emisora.

El trabajo de campo a través de un departamento de mercadotecnia, se emplea para la promoción de la emisora a través de unidades móviles, repartiendo regalos, calcomanías, volantes, y diversos artículos promocionales. De igual manera dicho departamento se dedica a sensibilizar y realizar consultas, casa por casa, o establecimientos mercantiles, automóviles, y cuantificar la audiencia de manera alterna a las empresas que se dedican a la medición de audiencias”<sup>47</sup>.

Con poca infraestructura, limitada, pues se contaba con una unidad móvil que era utilizada en la mayoría de veces, de transporte de equipo, no para promoción o eventos especiales, y que era su fin específico.

Esa falta de recursos provocó que no se hiciera promoción de campo, necesaria para sintonizar radios, tampoco manejo publicitario de la emisora en otros medios, como los impresos (prensa, revistas, carteles, volantes, etc.)

---

<sup>47</sup> CASTRO, Pedrozo.op.cit.p.48,49

El compromiso con el radioescucha es para Don Ramiro Garza, con base en la programación y la producción. Primero es complacer el gusto que no se hacía.

Una de las leyes lógicas de la radio es lo que la gente quiere y la radio no tiene, sí le das lo que quiere, ese es el éxito. Sí buscas lo que la gente espera y lo tienes, se lanza al aire, con ello vas a impactar, porque sí sales con lo que ya existe tratando de superarlo, perfeccionarlo o bien innovarlo, hay un proceso de maduración muy lento. Habiendo vetas de programación y producción que por novedosos suenan impactantes para la gente, donde la audiencia se vuelca, ahí se crían ídolos, figuras, gustos, modas y se renueva el gusto musical.

Con “Radio Mexicana” cantantes de pop, empiezan a interpretar música mexicana, ranchera, siendo la emisora generadora de ello, pero dadas las circunstancias favorecieron, como coincidencia feliz a nivel internacional.

Cuándo se iba a imaginar *que Luis Miguel, o Christian Castro* se atrevieran a cantar con mariachi. Que resulta ser consecuencia del gusto de la gente, cuándo se echa de menos algo... lo busca, y el que lo tiene, lo ofrece, entonces brota el éxito.

Cuando *Armando Manzanero* tiene la idea de hacer boleros con *Luis Miguel*, la gente añoraba la época de Oro de los boleros, pero no los quería aceptar con *Fernando Fernández, Fernando Rosas o María Luisa Landín*. Se encontró con el intérprete joven que innovó, vitalizó, nutrió una vez más la música del bolero con la personalidad fresca, esa es la verdadera renovación musical.

No hay nada nuevo en la radio en la música popular, lo que se cambia es el enfoque, interpretación, y el matiz.

No podemos dejar de lado que se ha descuidado la música ranchera, la mexicana, la del mariachi, el son huasteco, los ritmos regionales del país. Ya que

existe todo un colorido en los ritmos por regiones que se retoma con un sentido comercial en un 70%, contra un 30% como defensa de identidad nacional o compromiso social.

Los empresarios radiodifusores siempre buscan como sacarle partido comercial a un gusto musical del pueblo y llegó el momento que el género ranchero significó para ellos un atractivo muy importante, lo nutrieron, lo alimentaron, lo respaldaron pero hasta donde el comercio respondiera. En el momento en que no dejó las utilidades esperadas, se abandonó, entrando otro géneroailable, el grupero que renovó la música de catálogo con ese toque festivo, alegre, con una dispersión total, porque ahí no hay identidad nacional, no hay defensa de valores, ni creación de ídolos, simplemente hay el cumplimiento de un gusto popular.

Lo que la música ranchera necesitó fue una reestructuración de compositores, de gente que verdaderamente funcione para alimentar el gusto popular.

La producción con base en la música y el gusto popular es lo que se realizó en la emisora, considerando que producir es crear algo, incluso de factores antiguos para encontrar algo nuevo, por lo que en principio fue, el dato curioso, la anécdota, biografía, así como la monografía de la música regional, de compositores, pero sólo con producción elemental; la literatura combinada con la referencia musical. Actualmente con todos los recursos de los aparatos tecnológicos se han aprovechado en apoyo de la emisora.

La primera actividad en la producción de “XEUR, Radio Mexicana” se realizó en la selección de la música, a eso le vas incorporando otros factores como las voces de los locutores, la información de la música mexicana, hubiera sido muy importante el aprovechamiento de otros instrumentos en la emisora

como el trabajo de campo; artículos de promoción, publicidad impresa y en otros medios.

Aquí influyó otro factor, la comercialización; el publicista nunca le tuvo fe a la música mexicana y cuando no hay patrocinios los radiodifusores cambian en búsqueda de esa radio comercial. Faltó esa concentración, esa convergencia para hacer una identidad, de una reserva musical todo un espectáculo y un factor de atracción. Donde el talento, publicidad, promoción y sensibilidad le dieran valor a la música mexicana.

Lo único que se manejó fue el vestido de la emisora, en frases, conceptos, notas pequeñas relacionadas con la canción, el intérprete, o con la historia de la música en México, pero no pasaba de ahí, porque no había quien pagara a escritores que investigaran, e hizo falta esa convergencia de factores, la radio por sí misma puede mucho pero no lo puede todo, igual que la televisión, el cine o teatro. De esa convergencia como creadora del éxito. Hicieron falta esos factores para darle fuerza a la penetración en una audiencia.

### **4.3 VOCES Y MICRÓFONOS**

En este espacio se destaca no sólo el trabajo de los locutores quienes participan en las transmisiones cotidianas, ya que participan diferentes especialistas para la realización de lo que se oye al aire por “XEUR, Radio Mexicana”. Por lo que es importante mencionar como se estructura la emisora desde un plano ejecutivo, hasta el operativo.

El señor Ramiro Garza quien ha desarrollado su actividad como director artístico y creador de concepto de emisoras como Radio Variedades a finales de

los años cincuenta, locutor y conductor de programas radiofónicos, catedrático de la “Universidad Autónoma de Nuevo León”, asesor de diferentes grupos radiofónicos en todo el territorio nacional, y en los Estados Unidos de Norteamérica, capacitador, orientador, en el quehacer radiofónico a nivel nacional. Actualmente asesor de “Grupo Radiorama Nacional”.

*Lic. Marina Alemán Zepeda* recién egresada de la carrera de Ciencias de la Comunicación toma la gerencia de la emisora “XEUR” en 1998, posteriormente como programadora a nivel nacional, a ella le corresponde arrancar el proyecto de “Mariachi Estéreo” posteriormente “Radio Mexicana”.

*Lic. Roberto Muñoz* quién sustituye a la *Lic. Marina Alemán* en todas sus actividades, de programación y gerencia dando seguimiento al concepto de “Radio Mexicana”. Egresado de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la “Universidad Nacional Autónoma de México”.

Con un grupo de auxiliares en un departamento de programación:

*Fabián Cárdenas, José Luis Barrón, Sandro Jiménez, Mirna Rosas, y Roberto Elorriaga.*

En el cuerpo de operadores de audio:

*Francisco Tena Juárez*, quien goza de una amplia experiencia, desde su incorporación al “Núcleo Radio Mil”, para la emisora “Radio Onda”, proveniente de una familia que ha laborado en el medio radiofónico.

*Perla Cristino Marbán*, también proveniente del “Núcleo Radio Mil”, cuyo ingreso fue en el departamento de mercadotecnia como encuestadora de campo, después ingresa como operadora de audio en “Dimensión 1380”, “Morena F.M.” y en 1994, para grupo “Radiorama”, en la XEUR, “Fiesta Mexicana”.

*René Pacheco*, que inicia como operador de audio en la emisora, posteriormente ocupando los micrófonos como locutor.

*Carlos Balderas*, operador de audio de Estéreo 100, se incorpora a la plantilla de “XEUR”.

*Eduardo Menéndez*, que laboró en “Corporación Mexicana de Radio” cubre las suplencias de operadores en la emisora.

Los locutores lo conformaron:

*Mario Romero Chávez*, locutor que inicia en una radiodifusora de “Grupo Radorama” en 1981, en las Choapas Veracruz, XEUY, “Radio Sensación”, en 1983 en XECO “Radio Eco”, como agente libre en XEPH, “Radio 590, la Pantera”, en XEUR, “Radio Onda”, emisoras pertenecientes al Núcleo Radio Mil.

*Jaime Urbina*, que ingresa como locutor en 1996 en la “XEUR”, “Cambio 1530” cuando es arrendada por “Grupo 7”.

*Rafael Redondo*, que proviene del teatro y televisión, como actor, para incorporarse a la plantilla de locutores en la estación.

*René Pacheco*, ya mencionado.

*Karla Erika López*, con la experiencia que le proporcionó el laborar en “Sonido Crystal, Coacalco” también perteneciente a “Grupo 7”.

*Cristina Vargas*, cuyos antecedentes en la radiodifusión son para “Grupo Acir”.

Son muchas personas las que intervienen en las emisiones radiofónicas, sin embargo este apunte pretende dar crédito aquellas quienes lo hicieron en esta última etapa.

## CONCLUSIONES

Aunque este trabajo pretende mostrar la historia de “XEUR, 1530 KHZ” una de las emisoras de gran arraigo en un sector de la sociedad mexicana, específicamente dentro de la Ciudad de México. Sin embargo se puede visualizar la falta de identidad con la misma sufrida a partir de la desaparición de “Radio Onda”, perteneciente al “Núcleo Radio Mil”.

Sin ser el objetivo de esta monografía el analizar la parte musical, resulta interesante ubicar *la música tropical, la afroantillana* conocida como *salsa* en el contexto de las transmisiones destacadas de la emisora “XEUR, 1530” en la etapa de “*Radio Onda*”.

Las corrientes musicales en dónde se identifican los sectores populares en nuestro país, tienen sus raíces en la música española, algunos rasgos autóctonos de los grupos indígenas, y otra parte de África con la llegada de los esclavos durante la colonización Europea.

Con una fusión de elementos procedentes de las culturas españolas y africanas, una influencia de cuba con sus areitos, que se acompañaban con maracas, fotutos, flautillas y tambores.

Los aportes afrohispanicos contribuyeron a fundar una rica y trascendente expresión musical cubana de belleza y autenticidad reconocida en todo el mundo. Fusión que ya se había producido en España la interacción con el continente africano.

Los primeros esclavos negros llegaron desde las propias naves de Colón, y es hasta 1510 que Diego Velázquez utiliza la mano de obra esclava con sucesivas oleadas migratorias. Pronto la música de origen *Yoruba, Congo, Carabalí, y Arará* resonarían en toda la isla, junto a romances, puntos y zapateos de ascendencia hispanica, iniciando una transculturización.

En toda la América colonizada por españoles se esconde la parte religiosa de estos pueblos africanos, ritos que de manera tribal efectúan a base de percusiones, y rezos. Para dar paso al manejo de cuerdas, tambores, rezos, canto andaluz o canario fundiéndose en un crisol antillano.

Con el auge de las plantaciones azucareras y cafetaleras de la isla se perfila lo autóctono, enriquecido entonces con el aporte afro-francés que llega con los emigrados de la Revolución haitiana, así como la presencia de elementos de la canción italiana. La contradanza-que culmina en el danzón cubano-, el son, la clave, la guajira, la habanera, la rumba, la conga, que son géneros que plasman lo cubano.

Miguel Faílde en 1879 con *Las alturas de Simpson*, crea el primer danzón. El son por su parte bajaba de las montañas de oriente a ciudades como Guantánamo, Santiago de Cuba, Manzanillo, expandiéndose por toda la isla a principio del siglo XX la Banda Municipal de la Habana, así como otras instituciones similares en ciudades de provincia, difunden el repertorio universal, autores nacionales, *Guillermo Tomás*, al igual que *Sánchez de Fuentes* y *Jorge Anckermann*, destacando el aporte pianístico de *Ernesto Lecuona*.

*La Sonora Matancera* que recorrió toda la América Latina, adoptando todos los géneros tropicales, así como interpretes de diferentes nacionalidades aunado a los inicios de los medios electrónicos de comunicación, como la radiodifusión, principalmente, la cinematografía, y la televisión, cobraron tal fuerza que se le ha considerado la madre de la música tropical. Reconocida y recordada en nuestros días. No sólo en México, sino en el mundo entero, parte de su discografía que ha sido grabada por intérpretes contemporáneos, incluso en otros géneros como la balada, o la música ranchera.

Es importante la influencia cubana, así como de Colombia, Venezuela, con la cumbia, cumbión, guaguancó, el porro y otros géneros, primeramente la

cercanía y el comercio establecido entre Cuba y México, desde la época colonial, la población negra africana llegada a las costas de nuestro país, le da forma y notoriedad en la culturización musical. Así como mezcla de razas.

Razón por lo que las zonas más afectadas por estos géneros musicales han sido las costas del Golfo primordialmente Veracruz, principal puerto de nuestro país, las de Guerrero y la Ciudad de México, por concentrar grupos sociales de todo el país. Formando ya una identidad, una expresión artística, en un sector social. México ha adoptado, ha creado, su propio estilo de música tropical, con nuevos géneros como la Chunchaca, hasta los ritmos electrónicos como los creados por *Mike Laure*, la cumbia mexicana. Los sones huastecos, jarochos... etc. Formando raíces, idiosincrasia, y características musicales mexicanas.

Con la adquisición de la frecuencia por “Radiorama” se plantearon objetivos únicamente comerciales, se olvidaron de crear un producto vendible, con la experiencia de los propietarios en la que le toco vivir una época de bonanza de la radio, ya que inician en los cincuentas, siendo empleados de “Organización Radio Centro”, y como radiodifusores en 1970, tiempo en que los anunciantes hacían fila para obtener un espacio de publicidad en la radio.

En la década de los noventa la radio en amplitud modulada sufre una transformación debido al auge de la frecuencia modulada, por su calidad de sonido, los programas musicales ocupan preferentemente esta banda, aunado a esto la gran competencia existente tan sólo por el número de emisoras buscando cautivar a una audiencia, que si bien es cierto con una sociedad segmentada, pero en donde los números y las estadísticas cuentan mucho sobre todo para las agencias de publicidad.

Dicha transformación va enfocada a la realización de una radio hablada, con programas de contenido, desde las informativas hasta los religiosos, y

esotéricos, como consecuencia de que los anunciantes buscaban la oferta de las emisoras en frecuencia modulada, lo que da como resultado la búsqueda de ingresos para sostener las de amplitud modulada.

La manera que los radiodifusores encontraron fue rentar las frecuencias a terceros, o bien vender los espacios completos, era más sencillo que buscar anunciantes de spoteo, así quien tuviera los recursos económicos suficientes o un patrocinador para la realización de algún programa, era suficiente para que alguien estuviera al aire, con un producto bueno, regular, malo, o pésimo.

Algunos otros intentaron sostener la radio musical sin mucho éxito, fue el caso de la “XEUR, 1530 de AM.” Porque resultaba problemática su realización, era necesario un trabajo de mercadotecnia, ventas, de promoción, programación, y operativa, que significa inversión, en tiempo, dinero, y personal. Siendo más sencillo aceptar las ofertas de quienes buscaban los espacios radiofónicos para intereses mucho más personales, que sociales. Así que se optó por lo más sencillo y con mayor ganancia.

Se tuvieron buenos proyectos musicales, sin embargo no se les dio la continuidad por estas mismas circunstancias. Dos son los que tuvieron posibilidades “Tu Música 1530” con música instrumental de catálogo (éxitos de antaño) y nueva, lo que cautivó a una audiencia olvidada, un pequeño nicho dentro de ambas bandas, que buscaba cierta originalidad en ese momento. Y la otra “Mariachi Estéreo” 1530, nicho musical que también se dejó atrás, con el formato de música mexicana identificándose con el pueblo de México en sus raíces, el sentir campirano, lo festivo, la alegría que muestra nuestra nación ante propios y extraños. Fue un momento importante, porque coincidentemente, muchos cantantes, estrellas de pop, voltearon hacia este género musical y empezaron a grabar e interpretar la música folclórica, y con nuevos autores dándole vitalidad y haciéndola llegar a las nuevas generaciones.

Con tanto cambio que ha sufrido la estación, con excepción de “Radio Onda”, no ha logrado, ni logrará una permanencia en el gusto de la gente, ya no hablemos de gusto, no estará siquiera en el recuerdo de la misma. Será simplemente una frecuencia más de las que tiene la banda de amplitud modulada. En tanto no se le brinde la oportunidad de posicionamiento en un formato, el que se escoja, pero con el tiempo suficiente para madurar, con la inversión que requiere cualquier negocio, tanto en lo económico, técnico, y humano. Hasta entonces se reencontrará el camino del éxito. Que cumpla con los objetivos de comunicación, de información y entretenimiento, dando como consecuencia una audiencia considerable, que permita una comercialización adecuada, y por ende ingresos económicos como cualquier otro negocio prospero.

## EXPERIENCIA PERSONAL

Como parte integral de la emisora, durante más de quince años, quiero comentar sobre el paso de Mario Romero Chávez por la radio, ofreciendo disculpas porque en esta parte de la monografía se hable en primera persona.

Interesado en contar parte de la historia de la “XEUR, 1530 KHZ”. Por considerar muy importante la actividad de quien participa en los medios electrónicos y especialmente la radiodifusión. Locutores, operadores, directores artísticos, o programadores, Lo convierte en un medio cálido como lo dijera Marshall McLuhan; en un medio vivo, y trataré de explicar porque.

La experiencia de treinta años en la locución, me ha llevado a conocer la radio en distintos formatos, criterios de programación, transmisión, contenidos, objetivos, y resultados de los mismos. De igual manera de quienes hacen la radio, de una manera directa, en contacto con quien lo consume... el radioescucha.

Los recuerdos me remontan a los años sesenta, tiempo en que la radio se había convertido en radio tocadiscos como ya se mencionó, la televisión por sus costos no era accesible a todos los hogares, así que la sociedad más popular, la más pobre generalmente carecía de ella, y su compañía durante todo el día, la noche y madrugada era la radio. En el hogar, en el trabajo, en todas partes.

Locutores y operadores de audio eran parte de esa compañía diaria con el radioescucha, admirados, y envidiados por poder ser escuchados sus pensamientos, opiniones, hacia un gran número de personas. Y ligados directamente con cantantes que formaban parte de gente idolatrada por esa misma sociedad.

Es era mi percepción de niño aunque desde luego no podría concretar todo ese pensamiento razonado. Sólo se quedó así en una percepción del mundo de la radio. De emisoras que forman mis recuerdos, “Radio LZ, Con Música de Pegue”. “Radio Variedades”, “RH, Radio Tricolor”, “Radio Éxitos, La Campeona”, “Radio 590, La Pantera”, “DF, XEDF”, “La XEW, La Voz de la América Latina desde México”, “XERCN, Radio Cadena Nacional”, “Radio Capital”, “Radio Sinfonola”, “Radio Mil”, “Radio Centro, La Estación de la Gran Familia Mexicana”,

Entiendo que muchos lectores dirán ¡cierto! Además existían estas otras... y seguramente recordarán programas, cantantes, grupos musicales y locutores.

La vida me condujo a ser vecino de un locutor de “Radio Variedades, XEJP” *Don Ramiro Aguilera Martínez*, algo que descubrí cuando me hice amigo de sus hijos contemporáneos míos. *Jorge Alberto Aguilera Ortega*, actualmente trabajando para Televisa, en el programa dominical de Chabelo, y *Ramiro Gerardo Aguilera Ortega*, también locutor y asesor de radiodifusión.

Dicha amistad me permitió un acercamiento al medio que jamás imaginé. Siendo Jorge Alberto el primero en convertirse en locutor a los diez y siete años, más tarde su hermano Ramiro Gerardo. A invitación expresa de Don Ramiro Aguilera, que manejaba una emisora en las Choapas, Veracruz. Llamada “Radio Sensación, XEUY”, me integro al equipo de trabajo como locutor operador, vendedor, cobrador, y asistente de el Sr. Ramiro Aguilera como Gerente de la emisora que contaba con tan sólo 1000 watts de potencia. Una radio de pueblo para el pueblo, pequeña en potencia, e infraestructura.

Don Ramiro Aguilera Martínez se convirtió en mi mentor, no sólo profesional, cubrió prácticamente una educación entera, hasta en lo afectivo, tanto como lo tenía con su familia.

Descubrí una radio segmentada por horarios, y por gustos musicales, que va de la música ranchera, norteña, tropical, balada en español hasta la música moderna en inglés. Tratando de cubrir las necesidades de identidad del lugar. Los criterios de programación, y los objetivos que se perseguían.

Pensar en ocupar un lugar en la radio de la Ciudad de México era un verdadero sueño, conocía que para ser locutor se requería como primer paso una licencia o certificado de locutor que expedía la Secretaría de Educación Pública, mediante la aplicación de un examen, dividido en varias facetas, oral, y escrito, tanto de conocimientos generales, conocimiento e interpretación de la Ley y Reglamento de Radio Televisión y Cinematografía, pronunciación de palabras extranjeras en cuatro idiomas (Francés, Italiano, Alemán e Inglés) así como lengua náhuatl. Y por último una práctica de cabina como locutor. ¡uff! Difícil en verdad, tanto que profesionistas se quedaban en el intento... pero tanto que un estudiante recién egresado de secundaria era capaz de aprobarlo.

En la actualidad ya no se precisa dichos exámenes se ha facilitado todo a una carta responsiva de un radiodifusor para extender un certificado y así poder ejercer la profesión, lo cuál responde a la calidad de lo que oímos en muchos locutores.

Aprobado dicho examen, y teniendo el certificado de locución, ahora lo más difícil era convencer a algún director artístico para que le de una oportunidad al recién aspirante a locutor. Debo confesar que gracias a la amistad con los hermanos Aguilera que ya laboraban en el “*Núcleo Radio Mil*” me permitió conocer a algunos. Entre ellos al *Sr. Héctor Aguilera Macías*, director de *Radio Onda*, y *Radio Sinfonola*, a la *Sra. Consuelo Chávez*, directora de *Radio Eco*, así como locutores y operadores. Con el apoyo de Jorge Alberto y Ramiro me facilitó el ingreso, primero como practicante, luego como locutor suplente de Radio Eco. Después como agente libre, cubriendo ausencias en Radio 590, la Pantera, y finalmente obtuve una plaza en Radio Onda.

El primer descubrimiento de una radio viva... en las Choapas, Veracruz, cuando se convierte uno en facilitador de la comunicación, de la confianza, del deseo, de interprete... había un programa “*Cartas del Rancho*”, los radioescuchas dedicaban canciones con su respectivo billetito de veinte pesos... pero se hacía cómplice de la declaración de amor, de desamor, desprecio, odio, o cualquier sentimiento.

El peso de la radio ante la autoridad, cuando se reprime a un comunicador, por un descuerdo entre medio y autoridad, así como el juego político.

La Ciudad de México me dio otras opciones de sentir viva a la radio, como en la primera navidad y año nuevo que me tocó trabajar en Radio Eco hasta las

dos de la mañana, por ser el más novel de la emisora. (Triste por no estar con la familia en un día tan especial), sin embargo lejos de lo que imaginaba si lo escuchan a uno ese día, y a esa hora... tal fue el hecho que recibí llamadas telefónicas dónde los radioescuchas me ofrecían pasar el resto de la navidad en sus hogares como si fuera el propio, con sus familias como si fuera la propia, que no era un invitado más, sino parte de ellos. Algo verdaderamente emotivo, que leerlo no causa la sensación que me provocó en su momento, conduciéndome a derramar lágrimas.

Y en todas las emisoras en las que he laborado me convertí en confidente, psicólogo, amigo, novio, amante, orientador, educador, o maestro. Como resultado de la confianza e identidad que los radioescuchas depositan en uno, así que la responsabilidad es muy grande, si eres capaz de distinguir que lo que se dice puede tener graves consecuencias en lo anímico, las conductas, o acciones.

No sólo es presentar canciones, también se transmiten emociones, un locutor que llega enojado contra un agente de tránsito por alguna infracción injusta, el locutor hace mención de ello al aire, el radioescucha al oírlo se identifica con la acción y llama dando respaldo, apoyo así como haciéndose participe de las mismas injusticias. Se comparte lo mismo tristezas, alegrías, toda clase de emociones, donde la comunicación telefónica, ahora la internet, son mecanismos de retroalimentación y muestra de esas identidades, emociones, deseos, sentimientos, etc.

Sin contar en el servicio que presta la radiodifusión en cuanto a información, educación, y apoyo a la sociedad. Aún dentro de la radio comercial.

Estas son algunas razones por las que considero resaltar la labor que realizan locutores, operadores, directores artísticos, o programadores, visualizar sus objetivos. Sin ser el objetivo de este trabajo se puede analizar sus resultados. Sobre todo cuando se cambia la visión del hacer y sus razones.

La radiodifusión es más que simples fierros (consolas, micrófonos, transmisores, antenas, radiorreceptores, etc.) negocio (publicidad, renta de espacios radiofónicos, renta de emisoras, etc.) o manipulación conductual (campañas políticas, sociales, culturales, etc.)

El haber ingresado a la Universidad Nacional Autónoma de México, para estudiar la carrera de Ciencias de la Comunicación, me ha podido brindar un

campo más amplio en lo profesional, en el desarrollo individual y de manera muy personal, así como familiar.

El paso por la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, ayudó de una forma significativa en la parte teórica, no sólo en comunicación, me convertí en admirador de Sócrates, que con base en la dialéctica, ha sido formativo el paso por esta facultad, no sólo siendo facilitador de información, conocimientos, experiencias, y en la academia. Sino que provocó la investigación, el cuestionamiento, el debate. Con argumentos, fuentes, que no existe la verdad absoluta.

En pocas palabras, nos ha enseñado a pensar, a ejercitar el músculo cerebral, y que nos permite diferir, concientizar, utilizar los instrumentos metodológicos, experimentales, y cuánto se tenga a mano para el desarrollo de un trabajo científico, incluso emplearlo en nuestra vida cotidiana.

Se comprende la importancia y responsabilidad de quienes hacen uso de un micrófono en los medios electrónicos de comunicación, en el momento en que me convierto en locutor, el haber conseguido lo que me había propuesto en 1980, con un certificado otorgado por la SEP (Secretaría de Educación Pública) en 1983, que conlleva una posición profesional, económica, y social, satisfizo mis ambiciones personales, al paso del tiempo se perdió aquella emoción inicial, aunque no vocacional, surge la pregunta, sobre ¿que hay más allá de lo conseguido?. Motivo por el que se toma la decisión de estudiar una carrera profesional que me brinde una visión más amplia sobre el campo laboral, e intelectual, algo muy recomendable para todos los ámbitos, profesiones, oficios, etc. Todos deberíamos pensar que podemos aprender más, superarnos, desarrollarnos, crecer, en los rubros mencionados, eso nos hará ser mejores individuos, cumplir con mayor eficiencia nuestras *responsabilidades*, y *obligaciones*, con *conciencia y conocimiento*.

Por lo que puedo concluir con esta reflexión: *“El ser locutor y comunicólogo, después de la formación universitaria, me permite distinguir que no sólo se puede ser lector de noticias, anunciador de comerciales, de canciones, grabador de audiovisuales, o maestro de ceremonias. Hay que prepararse para poder ser investigador, analista, comentarista. Líder de opinión, poder verter en una audiencia; información, conocimiento, experiencia, para hacer una sociedad más crítica, informada, exigente, en búsqueda de ser mejor. Eso me lo ha brindado la UNAM, sus catedráticos, incluidos mis compañeros, el personal docente y administrativo”.*

GRACIAS.

## REFERENCIAS

CASTRO, Pedrozo Edinson. "Así se Diseñan Programas Radiofónicos". Edit. de la Universidad de Zulia. Venezuela. 2001.

GARZA, Ramiro. "La Radio" Presente y Futuro. EDAMEX. México, 1998.

MEJÍA Barquera Fernando, La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano, ed. Fundación Manuel Buendía, México, 1989.

MEJÍA Barquera Fernando "Historia Mínima de la Radio Mexicana (1920-1996)" Fundación Buendía. México,

MEJÍA Prieto, Jorge, Historia de la Radio y la T.V. en México, ed. Editores Asociados, colección México Vivo, México, 1972,

LLANO, Prieto Serafina, y Morales Huerta Oscar Alberto. "La Radiodifusión en México". Comunicación Tecnología e investigación. S.C. México. 1984

OROVIO, Helio. "Diccionario de la Música Cubana" Biográfico y Técnico. La Habana, Cuba, Edit. Letras Cubanas. 1981.

REBELL Corella, María Antonieta. Perfiles del cuadrante: experiencias de la radio. México, Trillas. 1989.

<http://www.cirt.com.mx/historiadelaradio.html>, página de la Cámara de la Industria de la Radio y Televisión. 20 enero-2007

<http://laradioenmexico.com/radioguia2/menu.php> Página de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México 19-06-07

<http://www.radiounam.unam.mx/htm/historia.htm>, "Crónica de la Inauguración".  
México. 02-06-07

<http://www.wradio.com.mx/historia.asp>, página de la XEW Radio, México.02-06-07

Nuestro agradecimiento a las personas que desinteresadamente nos favorecieron con brindarnos un espacio de su valioso tiempo, en la recaudación de datos, anécdotas, y sus vivencias.

Entrevistas realizadas a:

Don Carlos Flores Álvarez (ex vicepresidente de NRM, socio y fundador de XEUR)

Sr. Juan Ramírez (ex director operativo de NRM y de XEUR)

Lic. Héctor Manuel Aguilera Macías (ex director artístico de XEUR- XEBS)

Lic. Carlos Ayala, (ex productor en jefe de Red W Interactiva). Actualmente en Grupo Siete Comunicación, como gerente de operaciones de Cambio 1440

Don Ramiro Garza, que inicia como locutor en 1949 para XEH, de Monterrey Nuevo León, ex director artístico de XEJP, Radio Variedades, Catedrático, y ahora asesor de Grupo Radiorama, y escritor de varios libros de apuntes, recuerdos, anécdotas, sobre la radio en México.