



**UNIVERSIDAD AUTONOMA DE SAN LUIS POTOSI  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

**EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA FORMA DE  
ESCUCHAR LA RADIO EN SAN LUIS POTOSI:  
LA FRECUENCIA MODULADA**

**Tesis que para obtener el título de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación**

**Presentan**

**Martha Elena Bravo Morales**

**María Luisa Cossío Zacarías**

**María Monserrat Garza Salgado**

**San Luis Potosí, S. L. P., Enero 2001**



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA FORMA DE ESCUCHAR LA RADIO EN  
SAN LUIS POTOSÍ: LA FRECUENCIA MODULADA

Tesis que para obtener el título de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentan

Martha Elena Bravo Morales

María Luisa Cossío Zacarías

María Monserrat Garza Salgado

San Luis Potosí, S.L.P., Enero 2001

## INDICE

### CAPITULO I

Antecedentes . . . . .	1
Construcción del objeto de estudio . . . . .	4
Objeto de estudio . . . . .	5
Justificación . . . . .	6
Planteamientos Teóricos . . . . .	7
Estrategia Metodológica . . . . .	9
Marco Teórico . . . . .	10

### CAPITULO II

Hacia una definición de la Radio . . . . .	15
Funciones de la Radio . . . . .	16
Características de la Radio . . . . .	18

### CAPITULO III

Nacimiento de la Radio . . . . .	25
... Y mientras tanto ¿qué sucedió en México? . . . . .	32
...Llega la FM . . . . .	42

### CAPITULO IV

La Radio en San Luis Potosí . . . . .	49
La Frecuencia Modulada en San Luis Potosí . . . . .	58
Contexto Histórico . . . . .	61
¿Quién es considerado el pionero de la FM? . . . . .	64
¿Quiénes fueron los primeros anunciantes en la FM? . . . . .	71
¿Por qué se dice que la FM desplazó a la AM? . . . . .	72
¿Cómo era la programación? . . . . .	75
¿Cuáles eran los precios iniciales de la publicidad en FM? . . . . .	76
¿Cómo surge la única estación permitida en FM? . . . . .	77
Grupos Radiofónicos . . . . .	80
Algunos problemas actuales . . . . .	84
¿Qué está sucediendo con la Radio? . . . . .	86

## CAPITULO V

### Entrevistas

Luis Fernández Cabrero	
Ex propietario de laXHOB . . . . .	92
Elías Navarro	
Gerente General de laXHOD Y XHPM . . . . .	110
Luis Fernando Aguirre	
Gerente General de Radio Comunicación Profesional . . . . .	119
Manuel Carrillo Grageda	
Ex Director de Radio Universidad y encargado del Área de Capacitación . . . . .	122
Ruperto Salinas	
Economista y Locutor Radiofónico . . . . .	130
Roberto Briones	
Sobrino de Benjamín Briones y colaborador de la XEBM . . . . .	140

## CAPITULO VI

Conclusiones . . . . .	143
------------------------	-----

## ANEXO

### Producto Comunicativo

## BIBLIOGRAFIA

## AGRADECIMIENTOS PERSONALES

A mi papá, mamá, Karla, Liliana y Santiago que son mi familia y me apoyan siempre incondicionalmente.

A mis grandes amigos Norma, Memo, Edgar por su amistad y todos los momentos que hemos compartido, a Lulú y Teté por darme sus consejos y apoyo. Gracias a todos por estar siempre conmigo y no se olviden que los QUIERO MUCHO!!!

*Mayos*

A Dios,

A mis padres, mis hermanos y mi hermana.

A Monse.

A Mayos y a Tuchita.

*Male*

Le doy gracias a Dios, a mis papás y a mis hermanas.

Gracias a Saúl por todo su amor. T.A!

A Male.

A Mayos, Judith, Jorge "el Chino", Maru y Cristina por todo su apoyo y comprensión.

*Monse*

Agradecemos profundamente a nuestro asesor el *Lic. Jorge H. Ávila* por todos sus conocimientos, apoyo y confianza para la realización de esta investigación.

## AGRADECIMIENTOS

Agradecemos a las siguientes Instituciones su colaboración para la realización de la presente investigación:

- Instituto de Cultura de San Luis Potosí.
- Casa de la Cultura, San Luis Potosí.
- Sindicato de Trabajadores de la Industria de la Radiodifusión, Televisión, Similares y Conexos de la República Mexicana.
- Archivo General del Estado de San Luis Potosí.
- Archivo Histórico del Estado de San Luis Potosí.
- Hemeroteca Pública del Estado de San Luis Potosí.
- Hemeroteca de la U.A.S.L.P.
- MVS Radio.
- Radio Comunicación Profesional (OIR)
- Grupo ACIR.
- Radio U.A.S.L.P.
- Multimedia Estrellas de Oro.
- Controladora de Medios S.A. de C.V.

De manera muy especial queremos agradecer a las siguientes personas, quienes mostraron siempre un gran interés en este trabajo y cooperaron en todo momento con sus amplios conocimientos:

Lic. Ruperto Salinas Candelaria  
Manuel Carrillo Grageda  
Efraín Ochoa, y  
Rogelio Hernández Cruz

A todos ellos gracias de todo corazón.

## INTRODUCCIÓN

La radio es hoy, a casi 100 años de su invención, uno de los medios masivos de comunicación con mayor grado de penetración en la sociedad. Su influencia en ésta ha traído consigo, una revolución en los aspectos tanto económicos como culturales que contribuyen a determinar su estructura actual.

La funcionalidad de este medio ha permitido su rápida aceptación como fuente de información, educación y de entretenimiento. La impresionante cobertura que tiene en el territorio nacional, indiscutiblemente superior a la de cualquier otro medio, la caracterizan como el medio masivo por excelencia. La práctica de escuchar el radio, a través de casi un siglo, ha tomado forma de cotidianeidad como un acompañante en la jornada diaria.

La historia de la sociedad mexicana, en general, comprende múltiples factores que la configuran en la actualidad. La llegada de la radio es uno de ellos, y en San Luis Potosí no es la excepción.

Debido a la escasa producción de documentos que integren la Historia de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí, surge la necesidad de reunir en un solo trabajo de investigación, algunos de los aspectos más sobresalientes de su llegada.

Entre las páginas de la siguiente investigación se encontrarán algunos de los puntos más importantes de la Historia de la Radiodifusión Mundial y Nacional, hasta llegar a su introducción a la Ciudad de San Luis Potosí y la llegada de la Frecuencia Modulada, tema principal del presente trabajo, esto con la finalidad de que los lectores se familiaricen con el ámbito de la Radiodifusión.

Es pertinente y muy necesario aclarar que el presente trabajo de investigación tiene un carácter histórico, y aunque se estuvo consciente en todo momento de la importancia de cuestiones técnicas que envuelven a la Frecuencia Modulada, se creyó necesario delimitar en este aspecto y no adentrarnos en la definición y análisis de dichos temas, ya que hacerlo, debido a la importancia y extensión de todos estos aspectos, conllevaría a un gran conocimiento técnico acerca de cada tema a tratar.

# Capítulo I

## ANTECEDENTES

La comunicación aborda a la sociedad desde diferentes perspectivas; y una de las partes importantes del holograma de esta ciencia en construcción son los medios masivos, entre ellos, la radio, hija de todo un proceso científico y tecnológico de la humanidad que ha sido uno de los instrumentos más importantes para la difusión de información y cultura.

...”La radio nació por la enorme necesidad que tiene el ser humano para comunicarse en todas las formas posibles”<sup>1</sup> y es una de las razones por las que nos resulta interesante y necesario destacar su historia en la capital potosina, empezando brevemente por como comenzó a nivel mundial, nacional, hasta llegar a nuestro Estado, desarrollar su historia y conocer algunos aspectos sobre su evolución (tanto en la forma de llevar entretenimiento al hogar, como en su aspecto tecnológico).

---

<sup>1</sup> Romo Gil, María Cristina. Introducción al Conocimiento y práctica de la radio. Diana. ITESO. 1994, pág. 31

Cabe destacar que “la radio es un medio de comunicación que necesita de una infraestructura tecnológica para poder ser; es un medio inalámbrico que envía señales sonoras a distancia en forma dispersa y unidireccional en estricto sentido técnico”.<sup>2</sup> El carácter de la tecnología constituye un medio y no un fin; y en vez de desplazar al elemento humano requiere de su participación activa y constante.

Pero, además de la importancia tecnológica de este medio en la historia de la sociedad mexicana, también debemos hacer notar la importancia que ha tenido en la estimulación de los sentidos en el ser humano que influyen en él para poder crear.

La radio no nació como “la radiodifusión” propiamente, medio de comunicación social capaz de enviar un mensaje a las masas, sino como un medio que podía poner en comunicación a dos sujetos en circunstancias muy particulares, en las que la retroalimentación era indispensable. “La invención de la radio no fue un hecho fortuito, fue un hecho buscado”.<sup>3</sup>

Pero ¿cómo fue que llegó la radio en su Frecuencia Modulada a la sociedad potosina?, es lo que llama la atención para investigar este tema.

A través de toda una investigación documental que hemos realizado en bibliotecas de la ciudad, por mencionar algunas: Biblioteca de la UASLP, Municipal, del Estado, de diversas Instituciones, en Centros de Investigación como el Archivo Histórico del Estado, el Archivo General del Estado, en Hemerotecas y en nuestra propia escuela, nos hemos percatado de que son escasos los estudios en cuanto a la historia de la radio a nivel nacional, y según Cristina Romo en su libro “Ondas, canales y mensajes, un perfil de la radio en México”, “hasta el año de 1991, apenas llegaban a 90 los documentos que dieron cuenta de la realidad radiofónica mexicana y de ellos solamente unos 25 fueron libros formalmente editados”<sup>4</sup>, hay algunos estudios sobre las ondas sonoras, u otros que explican del aparato mismo como hoy lo conocemos, sin embargo, la perspectiva histórico social elemento fundamental de esta investigación, en el aspecto local no existe.

<sup>2</sup> Ibid. Pág. 13

<sup>3</sup> Ibid. Pág. 31

<sup>4</sup> Romo, Cristina. Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la Radio en México. ITESO. 1991, pág. 11

En cuanto a nuestra ciudad se refiere, se encontraron algunas tesis de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la UASLP, que han tratado de abordar solo algunos aspectos de este extenso tema, así como personas que nos pueden dar valioso testimonio de lo ocurrido y del nacimiento de la FM en San Luis Potosí, por haber sido protagonistas e impulsores de su llegada a la capital.

Entre estos estudios se encuentran:

- Crítica de la Escasa Producción Radiofónica Cultural en la capital de San Luis Potosí: Perspectivas de desarrollo para una radio cultural comercial.  
Realizada en 1991 por Rosa María Navarro Torres.
- Historia de la Radiodifusión Potosina en su Amplitud Modulada (1930-1971)  
De María Verónica Correu y Olaya Moreno Alarcón en el año de 1998.

Ambos estudios realizados en la Escuela de Ciencias de la Comunicación, para obtener el título de Licenciatura.

..."Desde sus principios y a lo largo de su Historia, la radio ha tenido un solo compromiso: comunicar e informar; ofrecer una libertad de sincronía solo comparable con los gustos que un país, ciudad o pueblo puedan tener".<sup>5</sup>

---

<sup>5</sup> De Anda y Ramos, Francisco. La Radio. El despertar del gigante. TRILLAS. 1997, pág. 28

## CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

### Problematización:

Observar el mundo contemporáneo exige una visión de la realidad, una disciplina de observación. La realidad nos ofrece un ramillete de opciones que el comunicador no deja de lado. Los caminos para conocer estas realidades son diversos, asumir alguno de ellas presupone una posición ante la vida.

La radio como medio de comunicación masiva contiene una carga histórica por demás importante de entender y discutir, requiere de todo un hacer reflexivo, investigar es reflexionar y por lo tanto, crear: "es decir, al investigar acontece lo mismo que en el arte o cualquier otra actividad creadora, pero con una diferencia sustantiva, el autor creador se observa con atención durante el movimiento de su intención a través del espacio conceptual o imaginario durante la acción indagadora".<sup>6</sup>

Investigar aquello que pone en juego nuestros sentidos y nos hace crear e imaginar es de vital importancia para el comunicador, es conocer los engranes históricos que han hecho posible que la radio sea como la vivimos actualmente.

La historia no es propiamente aquello que está escrito sino aquello que aún está en la mente de quienes la vivieron, ya sea en la juventud o en la niñez. Por eso nuestro interés en contactar a los protagonistas de la introducción de la FM en la capital.

Se desea explorar en qué está inmersa la radio así como su significado y configuración. Iniciar la organización de este conocimiento histórico de la radio permitirá hacer conjeturas del estado de nuestro objeto de estudio y de su posible proyección en la actualidad.

<sup>6</sup> Galindo Cáceres, Jesús. Técnicas de investigación. En Sociedad Cultura y Comunicación. Addison Wesley Longman, 1998, pág. 11

Conscientes de la importancia de este medio y lo poco que ha sido analizado y conocido por los estudiosos de los sistemas de comunicación observamos que no existe un documento formal que hable de las características históricas y desarrollo de la Frecuencia Modulada a nivel local y nacional. Con esto hablamos de que se pueden encontrar estudios sobre la radio como avance tecnológico e incluso análisis desde la perspectiva histórica de la radio en su Amplitud Modulada en los cuales solo mencionan a grandes rasgos la entrada de la FM. De ahí la necesidad de profundizar en el aspecto histórico de la radio FM en la entidad potosina.

#### OBJETO DE ESTUDIO:

La Historia de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.

Las primeras *preguntas* que guiaron esta investigación fueron:

- ¿Quiénes fueron los pioneros de la radio FM en San Luis Potosí?
- ¿Cuál fue la reacción de la audiencia ante la aparición de la FM?
- ¿Qué intereses políticos, económicos o sociales influyeron para la introducción de la FM en el Estado?
- ¿Cuáles fueron las condiciones históricas en las que se encontraba la sociedad potosina al momento de surgir la FM?

El *objetivo general* de la investigación quedó definido de la siguiente manera:

- Conocer la Historia de la radio FM en San Luis Potosí y algunos aspectos de su desarrollo y estado actual.

De este gran objetivo general se desprendieron algunos otros objetivos, mismos que se consideraron como particulares, los cuales fueron:

- ☞ Conocer a los pioneros de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.
- ☞ Determinar de qué manera es recibida la FM como innovación.
- ☞ Conocer cuáles fueron los aspectos más importantes para que se diera la transición de la radio en su Amplitud Modulada a su Frecuencia Modulada.
- ☞ Conocer las condiciones históricas de la capital potosina cuando se introdujo la FM.

#### JUSTIFICACION:

En los últimos tiempos ha surgido un extenso material sobre los medios de comunicación, debido al papel persuasivo que éstos han alcanzado en la conformación de la opinión pública dentro de la sociedad moderna, pero, no se ha puesto el debido cuidado en recoger información y hacer un documento base que contenga la conformación de los medios y parte de su influencia en la historia, en este caso, de la sociedad potosina.

Los medios masivos, para los comunicólogos, toman gran importancia, éstos son algunos de los espacios dentro de todo el panorama de posibilidades, en donde desempeñamos nuestra actividad profesional, es por todo esto, que se considera de gran importancia como investigadores conocer primeramente su historia.

Existen diversos elementos implicados en este tema que le dan sentido y relevancia, entre ellos: el carácter histórico de un medio de comunicación implica toda una revisión bibliográfica, documental, y de experiencias que permiten conocer la conformación de este medio de comunicación y con ello, realzar su importancia frente a una sociedad potosina de múltiples cambios.

La radio es la primera industria de comunicación electrónica a distancia que se conoció durante el siglo pasado.

Por ende, su Historia es importante por más de una razón, algunas de estas son: su modelo de operar, de competir y captar públicos y su evolución tecnológica. Conscientes de lo extenso de cada uno de estos temas, se enfocó la investigación a su historia simplemente, a su introducción, sus pioneros, a la ciudad de San Luis Potosí en aquellos tiempos (1970) y se tocaron temas, sin llegar a profundizar (debido a su extensión), que abordan la evolución de la Frecuencia Modulada en las estaciones de la capital potosina, sin embargo, se hizo un recorrido por los acontecimientos más importantes con respecto al desarrollo de la radio en México así como de su origen a nivel mundial, para introducir al lector al tema de investigación.

Otro de los aspectos que más llaman la atención para estudiar la historia de la FM en la capital potosina, es que la radio se ha orientado hacia las necesidades individuales de las personas a distintas horas del día, y es un medio puramente auditivo. Permite escucharla u oírla mientras se desempeña alguna otra actividad.

La mayoría de los documentos existentes abordan el desarrollo histórico de los medios a nivel nacional, pero ninguno, a excepción de algunas tesis, que ya fueron mencionadas, que trataron de abordar este tema, permite al lector un amplio conocimiento sobre la Historia de la Radio FM en San Luis Potosí.

## PLANTEAMIENTOS TEÓRICOS

Para lograr los objetivos de la presente investigación, nos guiamos utilizando el método histórico estructural. Debido a las características de esta investigación, algunas de nuestras razones fueron las siguientes:

El análisis histórico estructural, es una forma de aproximación dialéctica al estudio de la sociedad. Puede ser considerada como una fuente rica para la generación de preguntas, hipótesis o intentos de respuestas y, eventualmente incluso de guías potenciales para la acción social.

Como todo proceso histórico, la historia de la radio se ha ido configurando gracias a la intervención de diferentes factores que hicieron que se desarrollara de alguna forma en especial.

Las sociedades y su historia no se constituyen por simples agregaciones lineales de sus componentes individuales, sino que son sistemas complejos con múltiples interacciones entre sus diversos subsistemas.

El objeto de estudio se encuentra clarificado, sin embargo, se tratará de desentrañar el nexo complejo de múltiples dimensiones, que pueden ser analizadas a diversos niveles o escalas (socio-espacial, temporal, etc), mediante la producción de los conceptos pertinentes.

“Las “circunstancias” que cada uno de nosotros ha heredado del pasado configuran conjuntos de hechos y relaciones sociales más o menos cristalizadas y que, en sus interconexiones mutuas, constituyen las estructuras globales fundamentales de la sociedad”.<sup>7</sup>

La llamada comunicación masiva, al igual que otro objeto de estudio de lo social, está constituido por un nexo complejo de elementos con múltiples dimensiones, relaciones y determinaciones mediadoras, que puede ser descrito y analizado a diversos niveles de generalidad y abstracción en una forma sistemática.

---

<sup>7</sup> Sánchez Ruiz, Enrique E. Medios de difusión y sociedad. Centro de Estudios de la Información y la Comunicación. 1992, pág. 59

## ESTRATEGIA METODOLÓGICA Y TÉCNICAS DE INVESTIGACIÓN

La estrategia de investigación inició por la búsqueda de todos los documentos necesarios para obtener un conocimiento sobre los acontecimientos en los que se vio envuelta la aparición de la radio en su Frecuencia Modulada en San Luis Potosí. Para efecto de los objetivos de la investigación, se acudió a buscar información en Bibliotecas, Hemerotecas, Centros de Cultura, Archivo General del Estado, Archivo Histórico del Estado y al Sindicato de Trabajadores de la Radio y la Televisión, así como algunas otras instituciones en las que se pretendió encontrar información importante para la presente investigación.

Una vez que se acudió a estos centros para recolectar información escrita, como siguiente paso nos dedicaremos a contactar y entrevistar a personas que tienen un conocimiento acerca de lo que en aquél tiempo sucedió con la aparición de la radio FM o cómo fue que llegó a la entidad potosina.

Debido a las características de la investigación, se utilizaron las siguientes técnicas:

- Investigación Documental: Para situarnos en la época en la que surgió la radio FM, las condiciones históricas en las que se encontraba el Estado, quiénes eran las autoridades y si hubo alguien que apoyó el surgimiento de ésta.
- Historia Oral Temática: Este tipo de técnica es algo más que simplemente una entrevista que puede ser grabada y transcrita, y algo más que una acumulación de fuentes orales, aunque todo esto sí forma parte de su realización, tiene un significado hasta cierto punto más complejo pues conlleva destacar su debido análisis en la visión y versión que les dejó la experiencia a los individuos partícipes en el ámbito del tema a investigar.

Su campo de actividad está en función principalmente de "los problemas que investiga, de los sujetos con los que interactúa y de las fuentes que produce. Es un enfoque que destaca la mirada, la escucha, el registro cualitativo, pero siempre en torno a esos sujetos y nuevas fuentes que produce".<sup>8</sup>

No realizamos lo que se llama Historia de vida propiamente pues ésta es una técnica de investigación dirigida en torno a la experiencia o trayectoria de un solo sujeto y lo que nosotros perseguimos con nuestra investigación fue referente a un tema y a la construcción histórica del mismo.

"La Historia Oral es un término que viene mayormente asociado al campo de la historia, y concretamente a la historia social y sus derivaciones, tales como la historia local y popular".<sup>9</sup>

## MARCO TEÓRICO

"La radio es la culminación y el inicio de dos eras. Por un lado, se encuentra la tradición inventiva mecánica del Siglo XIX, dentro de la cual surgieron inventos como la prensa, la fotografía, y el cinematógrafo. Ya a mediados del mismo siglo esa tradición se enfrentaba con problemas que no podían resolverse con estas bases tecnológicas. Por otro lado, necesariamente tenía que llegar la tradición inventiva electrónica del Siglo XX, cuyo primer logro sería precisamente el de la radiodifusión".<sup>10</sup>

<sup>8</sup> Galindo Cáceres, Jesús. Op. Cit. Pág. 210

<sup>9</sup> Ibid., pág. 210

<sup>10</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit. Pág. 22

Los medios electrónicos, en este caso, la radio, son generadores de una gran cantidad de información, su función va más allá de un papel escrito. Este tipo de medios pueden reproducir la memoria de una sociedad a cualquier tiempo en cualquier lugar, pues la tecnología tiene mucho que ver en el desarrollo de la radio como tal, y gracias a ella se ha podido grabar momentos, noticias, etc., para transmitirlo a diferentes grupos sociales y con ello, dar constancia del desarrollo de la historia de determinada entidad social. Lo que sabemos de algunos países, si no hemos viajado hasta allá, lo conocemos gracias a los diferentes medios de comunicación que existen.

A comparación con otros medios, los medios masivos han logrado llegar hasta grandes masas de receptores, permitiendo a los habitantes de zonas remotas ponerse en contacto inmediato con el resto del mundo.

Cuando las innovaciones, por ejemplo, la introducción de la FM en San Luis Potosí, se inventan, se difunden y se adoptan o se rechazan, pueden conducir a determinadas consecuencias y ocurrir un cambio social. Algunos tipos de cambio social se planean y se dirigen; otros ocurren de manera espontánea.

Se define al cambio social como "un proceso mediante el cual ocurren alteraciones en la estructura y las funciones de un sistema social".<sup>11</sup> Cuando llega la FM a la capital potosina, surgen más opciones de entretenimiento; ya no solo se ofrecía la transmisión de la Amplitud Modulada o la de la Televisión, ahora existía algo diferente que llegaba prometiendo calidad, y si bien, no fue aceptada rápidamente, ya sea por falta de recursos o por costumbre, en poco tiempo toda la sociedad se comenzó a dar cuenta del avance logrado en radio.

---

<sup>11</sup> Fernández Collado, Gordon L. Dahnke. *La Comunicación Humana. Ciencia Social*. Mc Graw Hill. 1996, pág. 293

Se define a la difusión "como el proceso por el cual una innovación se comunica a través de determinados canales en determinado tiempo entre los miembros de un sistema social. Los cuatro principales elementos en la difusión de nuevas ideas son: 1) una innovación (que definimos como una idea, práctica u objeto que se consideran nuevos, en opinión de un individuo o alguna otra unidad de adopción), 2) esta innovación se comunica a través de determinados canales\*, 3) en un lapso determinado, 4) entre los miembros de un sistema social. La relativa novedad de la idea que se comunica es lo que diferencia la difusión de otros tipos de comunicación humana. Esta novedad significa que siempre existe determinado grado de incertidumbre para los individuos debido a la difusión de una innovación".<sup>12</sup>

La FM tuvo en su momento un carácter de innovación, la cual se define como "una idea práctica u objeto que se percibe como novedad por un individuo o alguna otra entidad social".<sup>13</sup>

Es pertinente aclarar que la mayoría de los individuos no evalúa una innovación basándose en algún tipo de investigación hecha por expertos, sino apoyados en las evaluaciones subjetivas de personas cercanas que ya han adoptado la innovación.

Este grupo de personas cercanas cumple la función de proporcionar modelos sociales, cuya conducta de innovación es a menudo imitada por otros miembros del sistema. La imitación de persona a persona y el modelo social constituyen, de esta manera, un elemento esencial en el proceso de difusión.

En un sistema social, los individuos desempeñan un papel muy importante en la difusión de innovaciones.

<sup>12</sup> Ibid., pág. 298

\* Un canal de comunicación es el medio por el cual los mensajes llegan de una persona a otra. Fernández Collado, Gordon L., Dahnke, Op. Cit. 1996, pág. 298

<sup>13</sup> Ibid., pág. 294

Los medios de comunicación aportan un gran cúmulo de experiencias que no podríamos obtener de otro modo. Personas que se nos hacen conocidas, lugares que creemos identificar, ideas que aceptamos como propias y que se originaron probablemente en experiencias provocadas por los medios.

Los medios afectan claramente nuestra disposición del tiempo. Concedemos tiempo a los medios masivos porque obtenemos ciertas experiencias agradables gracias a lo que ocurre durante ese lapso.

Esto ocurre con la radio, que ha tenido un lugar muy importante en la historia tanto local como mundial, pues ha acompañado a cada momento histórico desde su creación hasta nuestros días y ha servido de vínculo entre pueblos. Un ejemplo claro del vínculo que ofrece la radio se dio durante el terremoto de 1985 en la ciudad de México. A partir del momento en que sucedió la tragedia, se dedicó el tiempo de la radiodifusión para dar noticias, hacer entrevistas y también a organizar un operativo de ayuda. La señal se captaba en radios de baterías y automóviles. La radio dio cuenta desde diversos lugares, de los hechos y de la magnitud del evento.

Las estaciones abrieron sus micrófonos a personas, asociaciones, grupos improvisados de trabajo, voluntarios y público. También las estaciones se erigieron como centro de acopio de víveres y medicinas. Grupos de aficionados pusieron a disposición del público sus emisoras de onda corta para transmitir mensajes al interior del país y el extranjero. Toda esa labor pudo realizarse gracias a que las estaciones de radio no interrumpieron sus transmisiones, ya que cuenta con plantas de luz propia y esto les permitió continuidad en el trabajo.

“La radio compartió la tragedia. La radio, el gigante dormido, despertó para demostrar que solo estaba aletargado”.<sup>14</sup>

<sup>14</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit. pág. 13

Se puede decir que la radio es un medio de comunicación más individual, es decir, una estación de radio puede determinar al auditorio al cual destina su programación y la mayor parte de ésta se habrá preparado para atraer a una proporción máxima de un auditorio específico.

Aunque existen estaciones de radio dirigidas especialmente a determinados grupos étnicos, o especializados en noticias o mensajes de carácter religioso, es el formato musical lo que caracteriza a la mayor parte de las estaciones de Amplitud Modulada y de Frecuencia Modulada en México. La selección de los formatos se basa en la intención de satisfacer las preferencias del auditorio. Cuando éste prefiere el cambio, algunas estaciones –en cualquier mercado–, cambian sus formatos para aprovechar las nuevas tendencias.

..."Hace más de veinte años existían grandes esperanzas respecto al rol que los medios de comunicación desempeñarían en el logro del desarrollo en las naciones del Tercer Mundo de América Latina, Africa y Asia. Los medios –la radio en especial– lograban llegar a las masas de esos países. Estos canales de comunicación masiva parecían poseer el potencial para actuar como "multiplicadores mágicos" y llevar a los pueblos información útil sobre las oportunidades de desarrollo".<sup>15</sup>

La radio se halla totalmente disponible para el público. Sería muy difícil encontrar un hogar o un automóvil en México que careciese de radio.

<sup>15</sup> Fernández Collado, Gordon I., Dahmke. Op. Cit. Pág. 293

## Capítulo II

### HACIA UNA DEFINICION DE LA RADIO

La radio es un elemento de lo que se ha dado en llamar “comunicación social”, puesto que tiene la posibilidad de poner en relación a grupos sociales grandes.

Dennis McQuail asigna a los medios masivos siete características comunes, las cuales pueden ser detectadas en la radio. Esas características son:

- a) Necesidad de una organización formal compleja
- b) Dirigida a públicos amplios
- c) Contenidos públicos, abiertos a todos
- d) Públicos heterogéneos
- e) Alcance simultáneo “a una gran cantidad de personas que están distantes de la fuente y que, a la vez, se hallan lejos de otras”
- f) La relación entre emisor y público es impersonal
- g) El público es un conglomerado de individuos a los que une un foco común de interés, pero no se conocen entre sí

Si la radio es un medio de comunicación masiva, de difusión, de comunicación social o solamente de comunicación tecnicada, dependerá siempre de los criterios de utilización, de la adecuación del mensaje al proceso y sobre todo del papel que juegue el auditorio de la radio. Si el destinatario del proceso, el auditorio, es considerado como elemento importante, tanto más podrá considerarse al medio como un medio de comunicación sin calificativo<sup>1</sup>.

## FUNCIONES DE LA RADIO

Tradicionalmente, y porque a la estación BBC de Londres se le ocurrió decirlo, los medios de comunicación social tienen tres funciones: *informar, educar y divertir*.

La información radiofónica centra su importancia en las características de simultaneidad, inmediatez, posibilidad de desplazamiento rápido y su alcance.

La función educativa de la radio, enormemente desperdiciada ha sido considerada como un auxiliar significativo en algunos países de América Latina y de Asia, principalmente. Sin embargo, hay mucho que hacer al respecto. Se ha tomado poco en serio su poder formativo y prácticamente no hay sistemas nacionales globales de educación radiofónica en el mundo.

En cambio, la función diversión y entretenimiento de la radio es abundantemente explotada en todas las emisoras comerciales y en muchas culturales. No se trata de evitarla o suprimirla, sino de equilibrarla con las otras dos funciones y que los programas de diversión y entretenimiento respondan a una planificación bien estudiada y al cumplir esta función, por encima de todo esté el sentido humano y social de los radioescuchas.

<sup>1</sup> Romo Gil, María Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio. ITESO, 1994. pág. 14.

Respecto a las funciones de la radio, Kaplún dice: "Es cierto que la radio tiene esas tres funciones, no es tan cierto que de ellas deben derivar tres tipos de programas totalmente independientes y diferenciables". La programación debe contener todas las funciones<sup>2</sup>. Aunque en la actualidad en la radiodifusión mexicana se han perdido estos valores, de manera independiente, hay programas radiofónicos para cada una de las funciones, sobre todo, la función de divertir al radioescucha.

Cabe mencionar que la radio depende sobre todo de tres factores citados a continuación:

- a) Financieros
- b) Técnicos
- c) Condiciones sociales favorables:
  - Aumento del tiempo disponible.
  - Cierta uniformidad de gustos, normas culturales, intereses y valores.

No podemos decir que la radio tenga influencia todopoderosa en la formación de opinión pública o en la evolución de la sociedad, pero aceptemos que al estar viviendo con ella, su influencia es muy importante. De aquí se deriva la alta responsabilidad de quienes producen, administran, operan y dirigen la radio, porque ponen en juego la capacidad crítica, la imaginación, el avivamiento de los sentidos. La comunicación es un don que se le ha dado al hombre para poder transmitir a los demás sus propios bienes espirituales, lo mismo que sus carencias; por eso, el ejercicio de la comunicación entraña una responsabilidad.

La radio es un medio relativamente barato en comparación con la televisión, esto, permite crear estaciones locales que sirven a un área relativamente limitada con un lenguaje, cultura e intereses homogéneos. Una programación no solo puede educar, sino también reforzar los valores locales de alguna entidad y que en su momento se pueden ver amenazados por quienes pretenden desarrollar una sola forma de pensar.

---

<sup>2</sup> Romo Gil, María Cristina. Op. Cit. pág 26

Las estaciones locales bien podrían darle voz a su audiencia a través de un mecanismo apropiado de retroalimentación<sup>3</sup>.

A continuación mencionaremos algunas de las características de la radio, explicando también algunas de sus ventajas y sus desventajas.

## CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO

Las características de la radio, varían un poco de un autor a otro, aquí mencionamos algunas de las más importantes. Según Pilar Vitoria en su libro Producción Radiofónica, las características de la radio son las siguientes:

### *Inmediatez, Instantaneidad y rapidez*

Sucede un hecho y de inmediato, cuando no simultáneamente, se transmite por radio; de manera que el oyente se informa acerca de ese hecho, prácticamente, en el momento en que ocurre.

### *Actualidad*

Por esa rapidez, la radio siempre está "cubriendo" el quehacer de una sociedad, mientras que otros medios (televisión y la prensa escrita) la escuchan o monitorean para saber qué está aconteciendo en una sociedad. Como la radio se decodifica en presente, su actualidad se refuerza.

### *Credibilidad*

Lo que más credibilidad genera en radio es la posibilidad de insertar las voces de los protagonistas de los hechos transmitidos, dado el impacto y la fuerza de la voz humana. Esta característica obliga a los radiofonistas a ser veraces, a no inventar, a corroborar la información, a no improvisar y a no emitir juicios personales.

<sup>3</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit., pág. 417 - 418

### *Ubicuidad*

La radio persuade y genera credibilidad no sólo por la emotividad y empatía de las palabras y las voces, sino también porque se puede escuchar en múltiples lugares: en el campo, en la casa, en una fiesta, en el trabajo, en la escuela, en la ciudad, en el automóvil, etc.

### *Cotidianidad*

Una de las grandes ventajas de la radio es que mientras se escucha, el oyente puede realizar otras actividades simultáneamente. Lo anterior no es válido para la televisión ya que, al usar los ojos para verla, el televidente no puede llevar a cabo otras tareas que requieran de la visión (excepto algunas labores manuales mecánicas). En cuanto a la prensa escrita, no sólo hay que ver para leer, sino sabe leer.

Según Emilio Prado:

La radio facilita que la recepción del mensaje sea compatible con otras actividades, en especial por una que tiene carácter manual. Así, tendremos oyentes que están conduciendo, trabajando en una fábrica, en el campo o en casa.

Esa compatibilidad del mensaje radiofónico con una gran diversidad de tareas ejecutadas por el receptor, obliga al profesional de radio a emitir su mensaje de la manera más sencilla y concisa posible, pues la atención del auditorio generalmente esta dividida.

### *Transportabilidad*

Gracias a la invención de los transistores, en 1948, y a su bajo costo, los aparatos receptores de radio ahora se encuentran en todas partes; lo que convierte a la radio en un medio transportable.

### *Costos*

El costo de operación de una emisora de radio siempre es mucho más barato desde el presupuesto de salarios, electricidad, local, mantenimiento y adquisición de equipo en radio que en televisión.

El costo de la cobertura radiofónica es también bajo y, al llegar a más personas en menos tiempo con un costo menor, se maximiza el mensaje radiofónico.

De ahí también que los costos de la pauta (compra de espacio radiofónico) de publicidad en radio sean menores que los de la televisión.

### *Fugacidad*

La fugacidad significa que el mensaje de radio es efímero, no permanece en el tiempo, como el impreso, sólo se escucha una vez (excepto cuando se graba), y no está inscrito en un espacio determinado. Esta característica es una de las mayores desventajas de la radio, pues define a las emisiones radiofónicas como instantáneas e irreversibles.

Como su nombre lo indica, la unisensorialidad alude a un solo sentido; en el caso que nos ocupa, al oído. Para algunos detractores de la radio, el carácter unisensorial de la radio es su mayor desventaja, pues no esta reforzada por la visión.

Ambas características, fugacidad y unisensorialidad, están unidas porque, según expertos como Mariano Cebrián Herreros:

"La radio ofrece la información en el tiempo, no en el espacio. Un tiempo fugaz en el que el sonido informativo tiene una duración sin más permanencia que la de la sucesividad temporal y la capacidad de memoria auditiva de quien la recibe, muy inferior, en todo caso, a la memoria visual. Un tiempo irreversible que no permite la "reescucha" de la información y dificulta la reflexión.

Esto obliga a presentar los mensajes radiofónicos en forma clara, para que se decodifiquen en una primera y única audición.

### *Flexibilidad y Versatilidad*

Los programas de la radio son tan variados como variadas son las actividades del hombre. La radio puede escucharse en cualquier momento del día y en cualquier lugar donde se encuentre un receptor: en la ducha, temprano en la mañana, cuando vamos al trabajo en el automóvil; en el trabajo, ya sea que éste se localice en la cúspide de una verde colina o en el quinto piso de un edificio de concreto, cuando nos disponemos a pasear, a estudiar o a dormir en las noches. Sería imposible enumerar la cantidad de programas de radio que se puede escuchar realizando múltiples actividades, en las 24 horas de cada día de cada año: esa es la maravilla de la radio<sup>4</sup>.

La radio puede ser comprendida desde diferentes conceptualizaciones dependiendo de la situación desde donde sea observada o el modo en que se piensa o se enseña.

Ricardo M. Haye en su libro *Hacia una nueva radio*, menciona que en un Informe Académico del I Seminario-Taller Latinoamericano de Metodología de la enseñanza de la radio, se encuentran dos grandes perspectivas a partir de las cuales pensar la radio:

a) "La radio entendida como medio de difusión. Fue el primer modo teórico y conceptual de abordarla. Es decir, *medio como canal de transmisión de mensajes que buscan objetivos definidos*. Esta concepción predominó en América Latina hasta mediados de los años setenta, posteriormente existe un modelo informacional o instrumental que se venía conformando desde la década de los cuarenta".<sup>5</sup>

<sup>4</sup> Vitoria, Pilar. Producción Radiofónica. Técnicas Básicas. 1998. TRILLAS, pág. 9 - 13

<sup>5</sup> M. Haye, Ricardo. *Hacia una nueva radio*. pág. 28

“En este, lo central es que la comunicación es un proceso de transmisión de mensajes entre transmisor y receptor, no necesariamente vertical o de arriba hacia abajo, es simplemente lineal. Este modelo presenta dos tendencias:

- La estrictamente funcionalista: La radio es una mezcla capaz de vehiculizar contenidos para cambiar actitudes (vender, convencer, educar y hasta liberar pueblos).
- La que ve a la radio como un medio de imposición: La radio es manipuladora, está ligada al poder, es un medio de dominación.

b) La radio como práctica significativa. La radio ya no se piensa como un canal a través en el cual se transmiten contenidos, sino un espacio en el cual diferentes actores ponen en juego diferentes competencias, produciéndose conjuntamente el sentido. En consecuencia, en esta concepción ya no se piensa en emisores activos y en receptores pasivos, sino que ambos actores adquieren un estatuto productivo.

Se considera que el sentido no circula, no es algo que se transmite de un lado a otro de manera lineal, sino que es producto de una labor comunicativa, de una interacción entre sujetos activos, aunque situados en diferentes roles, posiciones, lugares de poder, etc”.<sup>6</sup>

Según Cristina Romo en su libro *Introducción al Conocimiento y práctica de la radio*, las características de la radio se definen desde cuatro puntos de vista: auditivo, social, psicológico y de producción.

### **Auditivo**

La radio es un medio que solo emite sonidos, el sonido no tiene límites, se esparce naturalmente y puede ser percibido tanto voluntaria como involuntariamente.

<sup>6</sup> M. Haye, Ricardo. *Hacia una nueva radio*. pág. 28

## **Social**

La radio nació como un medio de comunicación bidireccional. Su función era servir de enlace entre dos sujetos alejados físicamente. Posteriormente David Sarnoff intuyó la posibilidad de transformar a la radio en un medio de comunicación masivo y se conformó en un medio de comunicación masiva unidireccional. La recepción se transformó y fue más pasiva perdiendo así su sentido propiamente comunicativo, pero creó situaciones sociológicas diferentes: la gente se reunía para escuchar la radio. La unidireccionalidad de la radio no es solamente en el sentido físico de la transmisión de la señal, en donde no hay ningún tipo de retroalimentación. La unidireccionalidad se da también en la comunicación de mensajes, es el punto de vista del emisor, sus ideas, su código lo que se transmite.

Ahora es portátil, se puede escuchar en cualquier parte, y por tanto, también es un medio de recepción personal. Llega a un público extenso, inconmensurable, incontrolable y hasta cierto punto desconocido y no exige demasiado esfuerzo para quien lo escucha. Es instantáneo pues en el momento en que ocurre algún suceso la radio lo da a conocer.

Cristina Romo menciona dentro de esta característica social dos aspectos importantes de mencionar.

- El mensaje radiofónico puede ser recibido al mismo tiempo que se realiza otra actividad.
- El mensaje radiofónico está siempre a disposición del radioescucha.

## **Psicológico**

La fluidez del mensaje de la radio (rapidez) y la ceguera involuntaria a la que somete al auditorio produce en el mismo, distracción sensorial, sobre todo visual.

Es sugestión; lanza su mensaje y el radioescucha echa a volar su imaginación. Por lo tanto interpreta personalmente ese mensaje, el cual está en el terreno de lo abstracto, esto es, propicia la captación de conceptos.

La radio se dirige al individuo personalmente y favorece la introversión, medita, piensa.

No se necesita saber leer ni escribir para recibir el mensaje radiofónico, y no hay reacción colectiva aunque sean millones de oyentes simultáneos de la misma transmisión.

### **Producción**

La radio es un medio relativamente barato y poco elaborado. El tiempo y el espacio no son un problema, el auditorio se puede transportar de un lugar a otro con la rapidez de una palabra.

En resumen, las características de la radio según Cristina Romo son:

- a) Solo emite sonidos
- b) Tiene una emisión única y fugaz
- c) Posee unidireccionalidad física
- d) Posee unidireccionalidad comunicativa
- e) Es portátil
- f) Logra una recepción individual
- g) Logra un amplio alcance de personas, lugares, horas
- h) Se necesita poco esfuerzo para recibirlo, no hay necesidad de preparación previa
- i) No requiere toda la atención
- j) Hay distracción sensorial sobre todo visual
- k) Es sugestiva
- l) Propicia la captación de conceptos
- m) Favorece la introversión
- n) No hay reacción colectiva
- o) Tiene bajo costo de producción y de recepción
- p) Es rápida
- q) Es poco elaborada
- r) Trasciende el espacio y el tiempo

## Capítulo III

### NACIMIENTO DE LA RADIO

Ninguno de los medios de comunicación que se han puesto en marcha ha nacido sin pasado, es decir, no han surgido sin una larga lista de hallazgos, nuevos materiales, inventos e ideas a que estará ligado en el transcurso de su existencia.

La radio, “procede de la comprensión de un fenómeno que ha hecho de éste el siglo de los avances de mayor velocidad: la electricidad”<sup>1</sup>.

Se dice que cuando hizo explosión tanto el manejo como el conocimiento de la naturaleza de la electricidad, es cuando las condiciones históricas reclamaban ya medios de comunicación a distancia.

A ese respecto apunta el comentario de De Fleur y Ball-Rokeach (1982), en el sentido de que la “radio misma fue un subproducto de una búsqueda larga, continua y básica de la naturaleza de la energía eléctrica”.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> CIRT. La Industria de la radio y la Televisión en México. 1991, pág. 27

<sup>2</sup> De Fleur y Ball-Rokeach. Teoría de la comunicación de masas. Ed. Paidós, pág. 105

“Como si se tratara de dos arroyos que van a dar a un mismo río, tanto la necesidad psicológica como el soporte material de la radio, fueron a toparse en el mismo tiempo y bajo similares circunstancias. El resultado fue el entusiasmo de los públicos y su compra masiva de aparatos para escuchar la nueva maravilla de compañía y diversión que estaba tomando forma”.<sup>3</sup>

“Guillermo Marconi (1874-1937), pasa a la historia como el multifacético inventor alrededor del cual se desarrollan los principales acontecimientos para proyectar al mundo la radiodifusión”.<sup>4</sup>

La radio ha cambiado de acuerdo con las circunstancias, al igual que la sociedad y sus instituciones.

Marconi, siempre estuvo interesado en asuntos de electricidad en 1890 comenzó a hacer experimentos en una habitación de su casa. Cuatro años más tarde, hizo sonar una campana por medio de la utilización de ondas hertzianas producidas con uno de sus aparatos. Un ruso de nombre Aleksandr Stepanovich Popov, logró esto mismo un año después (1895) siendo considerado en Rusia el padre de la radio.

En 1895, Marconi envió señales auditivas desde su cuarto hasta un parque cercano, a un kilómetro de distancia. Sus padres intentaron interesar a la Compañía Telegráfica de Italia sobre los experimentos de su hijo, pero ésta no vio una utilidad inmediata o más bien no vieron que la telegrafía sin hilos pudiera llegar a ser una realidad. Por esta razón, Marconi y su madre se trasladaron a Inglaterra, observando que toda la fuerza de esta nación estaba en el mar y seguramente la posibilidad de la telegrafía sin hilos les interesaría.

<sup>3</sup> CIRT. Op. Cit., pág. 27

<sup>4</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit., pág. 28

En colaboración con un jefe del correo inglés llamado Sir William Preece, Marconi realizó una serie de experimentos de transmisión a distancia y llegaron a lograr señales hasta nueve millas. En 1897, Marconi obtuvo la primera patente para enviar señales a través del espacio.

En ese mismo año, Marconi logró poner en comunicación dos barcos con el puerto, uno a 5 kilómetros de distancia de ahí y otro a unos 16 kms. Esta comunicación despertó gran expectación e interés por parte de todos, incluyendo a la reina Victoria. En 1898 logró unir con señales de radio las costas inglesa y francesa a través del canal de la Mancha.

Después de realizar este tipo de trabajos en Inglaterra, recibió una invitación del periódico New York Herald para trasladarse a Nueva York. En 1899 llegó a Estados Unidos en donde fundó una compañía para explotar sus patentes. Esta compañía 20 años después se convirtió en la Radio Corporation of America (RCA Víctor). En Rusia, Popov seguía adelante con sus trabajos y Slaby, en Alemania fundaba la Telefunken tratando de igualar y superar lo que hacía Marconi.

Marconi siguió con sus experimentos, y en 1901, logró enviar señales desde Inglaterra hasta Terranova, en Canadá. Dos años después, a bordo de un barco que se encontraba en altamar, recibió noticias desde Inglaterra y Canadá, con lo cual pudo realizar un boletín para informar a los viajeros. Con esto, "estaba iniciando una de las principales funciones de la radio: informar de hechos de interés general, más que de hechos de interés particular para dos personas".<sup>5</sup>

Los trabajos realizados hasta ese momento eran todavía transmisiones telegráficas en clave Morse, y no fue sino hasta 1906, cuando se transmitió por primera vez la voz humana a distancia y sin cable. "Reginald Aubrey Fessenden (1866-1932), físico candiense, fue quien hizo posible esta hazaña. Ya en 1900 Fessenden transmitió voces humanas desde una torre a otra, separadas por 1600 metros".<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Romo, Cristina. Op. Cit. pág. 33

<sup>6</sup> Ibid., pág. 34

Fessenden en un principio trabajó con Edison, después en compañías de telegrafías sin hilos. El trabajar en esto suscitó en él una gran inquietud: transmitir la voz humana a distancia y sin hilos. "El principio en el que se basó para lograrlo fue el siguiente: la transmisión no debía ser base de una onda discontinua, como la utilizaba Marconi, y por lo tanto, solo podía transmitirse en clave; la clave debería ser continua en la que la voz debe ir "cabalgando". Fessenden logró hacer la onda continua e inventó un detector más sensible que la pudiera captar".<sup>7</sup>

Todos sus esfuerzos se vieron reflejados una noche de un 24 de diciembre, pues la primera emisión radiofónica fue un programa en la víspera de Navidad del año 1906.

Fessenden transmitió desde su laboratorio, y lo que ahí ocurrió se captó en una amplia zona. "Los operadores de los barcos de la United Fruit, que navegaban frente a las costas de Nueva Inglaterra, E.U, fueron alertados en clave Morse y les dijeron que habría una emisión especial de Navidad. Después de un momento escucharon una voz humana y luego una mujer cantando. Llamaron a sus oficiales y en ese momento la cabina del telégrafo en cada nave estaba llena. No podían creer lo que oían. Luego Fessenden leyó la Biblia: "Gloria a Dios en el cielo, y en la Tierra..." y tocó el violín. Les deseó Feliz Navidad, prometió otra emisión en Año Nuevo. Pidió que le escribieran y muchos de los operadores de los barcos enviaron sus cartas<sup>8</sup>".

No obstante, transcurrieron muchos años sin que la radio adquiriera importancia como medio de comunicación hablada.

Aunque la emisión de Fessenden tuvo éxito, "la obsesión de los científicos no era la transmisión de la voz, sino la distancia: lo que querían era cruzar los océanos. Excepto Fessenden y otros tercios que lo siguieron, los demás pensaban que transmitir la voz y música no era lucrativo".<sup>9</sup>

<sup>7</sup> Ibid., pág. 34

<sup>8</sup> Ibid., pág. 34

<sup>9</sup> Ibid., pág. 34

Cabe mencionar que la lenta introducción de la radio se debió en parte, a la falta de aparatos, en cuanto a número se refiere, para poder transformar este invento en un medio generalizado de comunicación. Aunque también se puede afirmar que: "se debió a la lentitud del público en asimilar la idea. La gente se divertía al oír la transmisión de la voz humana pero no sospechaba su utilidad".<sup>10</sup>

Durante unos quince años, la radio solo formó parte de un reducido grupo de aficionados que transmitían y escuchaban por sus auriculares música de fonógrafos y algunas conversaciones improvisadas. Sus aparatos eran en general de fabricación casera, utilizaban hilos de cobre y cajas de cartón.

"En todas partes del mundo la radiodifusión hace su aparición inmediatamente después de la Primera Guerra Mundial. Es difícil fechar con precisión su acta de nacimiento, porque los experimentos se confunden a menudo con los primeros programas regulares. No obstante, lo importante es otra cosa: a lo largo de los años veinte, la radiodifusión adquiere, una después de otra, las características que le conocemos ahora: actividad industrial e intelectual, aventura de la libertad de expresión. A la vez, se perfeccionan las técnicas, se abren las puertas de los estudios para acoger a los músicos, los artistas y los locutores, las emisoras aumentan su potencia y crece el número de receptores de manera exponencial".<sup>11</sup>

En cada una de las sociedades en donde fue surgiendo la radio como instrumento de difusión pública, se iría dando a conocer en sus primeras etapas la tónica exacta de las posteriores fases del medio.

---

<sup>10</sup> *Ibid.*, pág. 34

<sup>11</sup> Balle, Francis y Eymery, Gerard. Los nuevos medios de comunicación masiva, Fondo de Cultura Económica, pág. 25

La fundación de las primeras estaciones de radio, fue obra de personajes que querían divulgar sus experiencias y popularizar sus técnicas difundiendo conciertos o noticias. Según los países en los que surgió el movimiento, en muchas ocasiones la libertad de acción fue completa o, por el contrario, en algunas otras la intervención del Estado se manifestó bajo distintas formas. Realmente no se tiene el dato exacto de cuál fue la primera emisión radiofónica en el mundo o en un país. Pero si hay que destacar que Estados Unidos ocupó los primeros lugares en la mayor parte de los aspectos y la actividad radiofónica.

Hagamos algunas observaciones con respecto al desarrollo de la radiodifusión: "cuando el 2 de Noviembre de 1920, la estación KDKA de Pittsburgh (perteneciente a la Westinghouse Electric and Manufacturing Company) realiza un reportaje sobre la elección de Warren G. Harding, el candidato republicano, la radiodifusión nace como medio de información política; algunos meses más tarde en Julio de 1921, la difusión, por una estación de la RCA en Honoken, el combate de boxeo de Dempsey-Carpentier establecía lazos que parecen indisolubles entre el deporte y la radio".<sup>12</sup>

"Los fabricantes de material radioeléctrico se contaban entre los principales promotores de estaciones. David Sarnoff, un ingeniero que había sido colaborador de Marconi, entró en la RCA en donde planteó, en Junio de 1922, el problema del financiamiento de las estaciones considerando que los fabricantes, distribuidores, comerciantes de aparatos de radio debían pagarlas".<sup>13</sup>

Edwin Howard Armstrong inicia una *"búsqueda para tratar de eliminar la estática de la Amplitud Modulada, que deriva en el desarrollo de un sistema diferente. Es en el año de 1937 que este hombre le presenta a Sarnoff el invento más importante del siglo: el sistema de transmisión de Frecuencia Modulada, que garantizaba la recepción sin ruidos extraños y de alta fidelidad.*

<sup>12</sup> Albert, Pierre y Tudesq, Andre-Jean. Historia de la radio y la televisión. Fondo de Cultura Económica. 1995, pág. 22

<sup>13</sup> Ibid., pág. 23

*Sarnoff no comprendió el invento de Armstrong, porque suponía el uso de una banda diferente de la de AM, así que no se interesó. Armstrong decidió desarrollarla solo, y creó la Yankee Network.*

*En 1939 Sarnoff, la RCA y NBC dan a conocer un nuevo medio: la televisión, al tiempo que perciben a la FM como una peligrosa competencia. Sarnoff le ofrece a Armstrong la cantidad de un millón de dólares por su nuevo invento, con el fin de congelar el desarrollo de la FM pero éste rechaza el ofrecimiento volviéndose desde ese momento acérrimos enemigos. Para 1945, Sarnoff convence a la Federal Communication Comisión (FCC) de cambiar la banda de FM de 45-55 MHz a los 88-108 MHz, con lo que el medio millón de receptores que había vendido Armstrong se tornan en un momento inútiles. Al año siguiente, la FCC determinó que el sonido de la TV debe ser en FM. La RCA se niega a pagar regalías.*

*Armstrong inició una serie de demandas protegiendo sus intereses afectados. Al terminar 1953 ya había gastado más de cinco millones de dólares en las disputas legales y estaba dispuesto a invertir su último millón en abogados, quienes le aseguraban el triunfo en los siguientes cinco años.*

*El 31 de enero de 1954 era el 40 aniversario de la presentación del primer invento a Sarnoff, hoy su enemigo. Sintiendo derrotado, se suicidó arrojándose desde el piso 13 de un edificio. David Sarnoff dijo de inmediato: Yo no maté a Armstrong.*

*La viuda de Edwin Howard Armstrong ganó todas las demandas en el transcurso de los siguientes 15 años. De todas maneras, Sarnoff frenó el desarrollo de la FM hasta su muerte en 1971".<sup>14</sup>*

Desde el comienzo de la radio, la música ocupa un lugar de privilegio, pero la preocupación de atraer oyentes, condujo rápidamente a otorgar mayor importancia a la música popular, músicaailable y canciones, y a las variedades.

<sup>14</sup> De Anda y Ramos. Op. Cit. pág. 52 y 53

### ... Y mientras tanto... ¿qué sucedió en México?

Como ya hemos mencionado, la inserción de los acontecimientos con respecto a la radio tanto a nivel mundial y nacional son importantes ya que permitirá irnos introduciendo al desarrollo de la radio y las condiciones en las que llega a la capital potosina.

Comencemos este apartado mencionando algunos datos interesantes. "Bien podríamos señalar el paso a la cultura dominada en México por la comunicación electrónica (al nacer la radio), como el paso de la cultura oral a la electrónica. Por una sencilla razón: nuestro país nunca gozó de una verdadera cultura tipográfica en su vida independiente. El libro no fue la forma privilegiada de organizar la comunicación pública en los cien años anteriores al nacimiento de la radio, aunque si haya sido, junto con el periódico, el medio privilegiado de expresión intelectual de las ideas. No obstante José Vasconcelos realizó una misión apostólica para implantar el libro y la biblioteca en todos los ámbitos de México, lo haría en una nación cuyos miembros, en su mayoría, conservaban el secular prestigio de la comunicación oral y el modo de organizarse en lo público y lo privado a través de ella".<sup>15</sup>

Sobre el comentario anterior, es necesario decir que las técnicas para escuchar la radio no requieren de mayor habilidad por parte del individuo, en tanto que la tipografía se desarrolla con el requisito del conocimiento del alfabeto.

Una cultura eminentemente oral, como la nuestra, iba a propiciar el crecimiento de esta nueva modalidad de la palabra hablada, del decir y el sonido. Eso desarrollaría a la radio de manera inusitada. Más si se tiene en cuenta el siguiente informe: hacia 1921 México tenía 15 millones de habitantes y 12 millones de analfabetos".<sup>16</sup>

<sup>15</sup> CIRT. Op. Cit., pág. 28

<sup>16</sup> Ibid., pág. 29

Aunque en México, como en casi todos los lugares del mundo, no se tenga una confirmación exacta del hecho, encontramos que “depende de las simpatías del autor, el atribuir la paternidad de la radio en México al joven regiomontano Constantino de Tárnava o a los hermanos médicos Pedro y Adolfo Enrique Gómez Fernández, avecindados en la Ciudad de México. La industria se inclinó por De Tárnava cuando en 1971 lo homenajeó como el fundador de la radio; un año después, Mejía Prieto, en su libro lo volvía a nombrar. Indagaciones posteriores llevaron a la conclusión de que los hermanos Gómez Fernández se habían adelantado 13 días”.<sup>17</sup>

Si es así, podemos decir que la primera emisión radiofónica que tuvo efecto en territorio mexicano, fue la que se realizó en la capital, el 27 de Septiembre de 1921, por los hermanos Gómez Fernández, desde el Teatro Ideal hasta el Palacio Nacional, actual Palacio de Bellas Artes.

A dos manzanas de ahí, en el Teatro Nacional, una multitud se interesaba en escuchar, no las canciones ni el timbre de los cantantes, sino la voz misma que, llegaba de otro lugar y daba paso a nuevas formas de comunicación.

“Lejos de allí, sin precisar en dónde, alguien decía algo; alguien cantaba una canción. Se establecía la relación entre seres distantes y distintos que provocaría la “amistad” en la soledad del emisor y el receptor. Se establecía “maravillosa” unión de los seres a través de la noche y del espacio”.<sup>18</sup>

La emisión, llegaba muy clara y muy nítida, se dice que se estaba utilizando un transmisor marca Forest, que había sido incautado a un barco pesquero estadounidense de manera ilegal en aguas patrimoniales mexicanas, y transmitía con 20 watts de potencia efectiva. Quizá los hermanos Gómez Fernández y los involucrados en dicha transmisión no se daban cuenta de la importancia que se le había dado a la voz “por los seres humanos y más por aquellos que como mexicanos, pasaron siglos ateniéndose al habla como mecanismo del tesoro de la memoria”.<sup>19</sup>

<sup>17</sup> Romo, Cristina. Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México. ITESO. 1991, pág. 15

<sup>18</sup> *Ibid.*, pág. 33

<sup>19</sup> CIRT. La industria de la Radio y la Televisión en México. 1991, pág. 34

De hecho, “quienes se arremolinaban en torno a la primera transmisión de la “estación del Doctor Gómez”, aquél 27 de Septiembre de 1921, cien años y seis días después de que México lograra su independencia en medio de las celebraciones por el centenario y las premoniciones de un brillante porvenir, repetían la actitud universal ante la novedad de la radio: el estupor, la curiosidad, el encanto por saber que en otro sitio hay alguien de cuyo ser solamente se conoce la voz”.<sup>20</sup>

Esta primera transmisión radiofónica estuvo conformada por un repertorio musical y con esto, se definía una opción que en México resultó muy efectiva: la transmisión de programas musicales como parte primordial del tiempo ocupado y de la razón de ser de dicho medio de comunicación.

Cuando menos frente a los que se distinguieron por ser importantes dentro del mundo de la radio como los estadounidenses, nuestro país casi coincidió en la idea de vender espacios radiofónicos para financiar a través de este mecanismo, los gastos de operación de una emisora.

Se considera que la segunda de las transmisiones radiofónicas en forma fue la que se realizó un 11 de Octubre de 1921, solo 15 días más tarde de la que realizaron los hermanos Gómez.

El autor de la producción fue Constantino de Tárnava, un ingeniero de Monterrey, y su auditorio fue un número de radioescuchas que sintonizaron la estación TND (Tárnava-Notre Dame como así se le conocía).

“La emisora del Doctor Gómez, duró poco más de un año transmitiendo los fines de semana programas de corte artístico musical, hasta que su dueño cerró la emisora, vendió su aparato De Forest y se fue con su familia a vivir a Saltillo, donde se pierde entre la bruma”.<sup>21</sup>

Por su parte, Constantino De Tárnava difundió con regularidad “desde su natal Monterrey, todos los días de las 20 horas hasta la medianoche, a partir del 9 de Octubre del mismo año”.<sup>22</sup>

<sup>20</sup> CIRT. *Ibid.*, pág. 36

<sup>21</sup> CIRT. *Ibid.*, pág. 39

<sup>22</sup> Romo, Cristina. *Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México.* ITESO, pág. 16

La razón por la cual la emisora de Constantino de Tárnava no cerró sus transmisiones fue que este regiomontano aplicó algunos de sus conocimientos en materia mercadológica.

A diferencia del Doctor Gómez, De Tárnava sabía que si quería seguir adelante debía vender muy bien. "En primer lugar aparatos receptores, los cuales él mismo construía (y con los que aseguraba radioescuchas); en segundo lugar, vender aquello en lo que la radio era pródiga: vender espacios de silencio. Buen lector de las posibilidades del instrumento que había construido y operado, el ingeniero comenzó a vender trozos de silencio de sus emisiones radiofónicas. Con esta venta, condensaba así la segunda de las grandes opciones de la radio: la opción publicitaria".<sup>23</sup>

Hacia 1922, "el gobierno de Alvaro Obregón recibe numerosas solicitudes para instalar estaciones radiofónicas. Se constituye en este año, la Liga Nacional de Radio en la Ciudad de México"<sup>24</sup>, y es elegido como Presidente de dicha organización el ingeniero de nombre Salvador F. Domenzáin, este organismo agrupa a los radioaficionados y radioexperimentadores y al año siguiente se transformaría, junto con otras asociaciones, en la Liga Central Mexicana de Radio.

De manera simultánea a las transmisiones y experimentos efectuados en el Distrito Federal, se realizan muchos más en diversos lugares del país: Pachuca, Cuernavaca, Guadalajara, Chihuahua, Ciudad Juárez, San Luis Potosí, entre otras poblaciones.

Para ese momento la posibilidad de utilizar una frecuencia radiofónica se consideraba como libre pues no había ninguna reglamentación al respecto. El número de equipos receptores en aquél tiempo era mínimo –se trataba de aparatos de galena o de válvulas– y en ocasiones quienes transmitían se enteraban de hasta dónde llegaban sus señales, o de la opinión que acerca de éstas tenían los eventuales radioescuchas, días o semanas después de que se habían efectuado, ya sea por comentarios o cartas que se les hacían llegar.

<sup>23</sup> CIRT. *Ibid.*, pág. 40

<sup>24</sup> Romo, Op. Cit., pág. 17

"Se utilizaba fundamentalmente la banda de Amplitud Modulada (AM), aunque algunas emisoras optaron también por la de Onda Corta (OC). En el año de 1923, es en definitiva, el despegue de la radiodifusión mexicana. En Febrero sale al aire la emisora experimental 1-J y el 19 de Marzo la JH. La JH, contruida por José de la Herrán, fue adquirida por la Secretaría de Guerra y Marina y se considera la primera emisora formal y oficial del país. Se retiró del aire nueve meses después".<sup>25</sup>

A pesar de que la JH estaba transmitiendo, el director de Telégrafos Nacionales, al inaugurar la emisora CYL de El Universal Ilustrado, propiedad de Félix Palavicini y La Casa de la Radio propiedad de Raúl Azcárraga Vidaurreta, el 8 de Mayo, declaró que era "la primera estación transmisora de radiotelefonía de la República Mexicana"<sup>26</sup>, esta emisora transmite regularmente hasta 1928 y posteriormente desaparece.

A partir de este momento la radiodifusión comenzó a crecer por todo el territorio nacional, ya estaba establecida en México y "se había optado por una estructura comercial de la misma, ya que solo se autorizó a empresas, que copiaban el modelo norteamericano de operar, que combinaban la emisión de música, conferencias e informaciones del periódico con anuncios comerciales, principalmente de aparatos receptores".<sup>27</sup>

De cualquier manera, el Estado comenzaba a tomar conciencia de que el nuevo medio tenía fuerza y que habría que pensar en reglamentarlo y esto se ve reflejado en los sucesos posteriores.

Dada la cantidad tan grande e importante de acontecimientos relacionados con la Radio en el país hemos partido desde este momento en el que ya se distinguían algunas de las funciones de la radio para exponer de manera breve una cronología sobre el desarrollo del medio hasta llegar a la introducción de la Frecuencia Modulada en el territorio nacional:

<sup>25</sup> Mejía Barquera, Fernando. Historia Mínima de la radio mexicana (1920-1996). <http://www.fundacionbuendia.org.mx>

<sup>26</sup> Romo, Cristina. Op. Cit., p. 16

<sup>27</sup> Mejía Barquera, Fernando. Op. Cit.

1923: La Liga Central Mexicana de Radio presenta al Presidente un proyecto para reglamentar la radio. Esta Liga, en el mes de Junio, organiza La Feria de la Radio, se exponen equipos y se lleva a cabo el primer control remoto, realizado por la JH (José de la Herrán).

– El 15 de Septiembre de ese mismo año, se inauguró la emisora de “El Buen Tono” propiedad de la compañía cigarrera con el mismo nombre. Años más tarde se le conoció como XEB.

1924: El diario El Universal informó que se había asignado a diversos países las siglas que deben utilizar para identificar a las estaciones que prestan el servicio de radiodifusión y a México le son asignadas las siglas CYA hasta la CZZ. Debido a esto las estaciones que ya existían debían cambiar sus indicativos y adaptarlos a la nueva disposición. Así, por ejemplo, la estación de El Universal-La Casa del Radio se transforma en CYL y la de El Buen Tono en CYB. Igualmente una emisora que el diario Excelsior había comenzado a operar adopta las siglas de CYX.

1925: En este año se fundó la estación CYJ, radiodifusora utilizada por la General Electric principalmente para transmitir propaganda comercial. Esta estación pasa a manos del señor Palavicini en 1930, quien debido a sus actividades periodísticas la convierte en un diario hablado llamado Radio Mundial.

Al finalizar la década de los veintes, “se había pasado de la imitación de otras formas de expresión a una utilización más planeada de los recursos auditivos (voces, música y efectos sonoros), a una codificación propia y a elaborar formas expresivas radiofónicas. Se había descubierto la fuerza y la importancia de la música y se le había escogido como materia prima. La XEB era la estación líder; su alta potencia y el todavía poco congestionamiento éter permitían que, mucho más allá del Valle de México, se escucharan los programas musicales y los radioteatros que ahí se iniciaron”.<sup>28</sup>

<sup>28</sup> Romo, Cristina en Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México. ITESO. 1991, pág. 18

Para estas fechas de finales de década, “comenzaron a surgir en la Provincia algunas emisoras en Estados tales como: Nuevo Laredo, Tampico, Ciudad Juárez y Monterrey”.<sup>29</sup>

1930: La década de los treinta comienza con “el surgimiento de la estación más influyente en México: la XEW, que sale al aire el 18 de Septiembre de 1930. Con esto se inicia la etapa de lo que se llama Radio Espectáculo”.<sup>30</sup> Su dueño es Emilio Azcárraga Vidaurreta, hermano de quien instaló la CYL.

1931: Pascual Ortíz Rubio quien había sido Secretario de Comunicaciones en los gobiernos de Calles y Obregón, lanza al aire la XEFO para difundir “la doctrina del partido, la información diaria de su gestión y la de los gobernantes; la incorporación de las masas proletarias por medio del arte, de la literatura y de la música; la comprensión y solidaridad”.<sup>31</sup> La campaña presidencial de Lázaro Cárdenas fue totalmente cubierta por la XEFO.

A pesar de la oposición de los radiodifusores de los Estados, se comenzaron a crear formas para controlar prácticamente toda la radiodifusión en México, se pretendía controlar desde el centro (la capital) y comenzaron a instalarse repetidoras de la XEW en diversas ciudades del país.

“En este año 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 un bien del dominio de la nación, el espacio aéreo. Las concesiones para explotar comercialmente una frecuencia radiofónica se otorgan hasta por 50 años y con ello, el gobierno esperaba estimular el crecimiento de la radiodifusión, pues se supone, los empresarios tendrán mayor seguridad para invertir en esta actividad”.<sup>32</sup>

<sup>29</sup> Fernández, Christlieb Fátima. Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editor, 1998, pág. 90

<sup>30</sup> Romo, Cristina. Op. Cit. Pág. 19

<sup>31</sup> Romo, Cristina. Op. Cit. Pág. 20

<sup>32</sup> Mejía Barquera, Fernando. Op. Cit.

1933: El Estado cuenta con tiempo de transmisión en las emisoras comerciales para difundir masivamente sus mensajes; estos espacios han estado y están previstos ante la ley.

– En el Reglamento de la Ley de Vías Generales de Comunicación se establece 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”.<sup>33</sup>

1937: En Enero el Diario Oficial publica un decreto presidencial que aunque estaba fechado desde 1936 comienza a entrar en vigor hasta este año en el que se 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.

– En Febrero se constituye en la Ciudad de México la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER), organización que agrupa a radiodifusores de diversos lugares de la República. En Junio ésta naciente organización se transforma en la Asociación Mexicana de Radiodifusoras Comerciales (AMERC), que agrupa a 20 estaciones del país divididas del siguiente modo: “10 del Distrito Federal, 2 de Veracruz, 2 de Tamaulipas y una por cada una de los siguientes estados: Puebla, Durango, Monterrey, León, Guadalajara y San Luis Potosí. Su objetivo es defender los intereses comunes de los radiodifusores y hacer frente común en todos los casos en que puedan resultar afectadas sus actividades”.<sup>34</sup>

– El 14 de junio inicia sus transmisiones la primera radiodifusora universitaria de México: XEUN, Radio UNAM.

1938: El 28 de junio de este año, sale al aire la radiodifusora de la Universidad de San Luis Potosí, también transmitiendo cuatro horas al día.

– Inicia sus actividades radiofónicas en México la Columbia Broadcasting System (CBS) a través de la Cadena XEQ.

<sup>33</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>34</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

En los siguientes años, “surgen una gran cantidad de emisoras ubicadas principalmente en el Norte de la República Mexicana, propiedad del señor Azcárraga”.<sup>35</sup>

1941: Se promulgó la nueva Ley de Cámaras de Comercio e Industria, y se aprobó en este año 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>36</sup>

– En este mismo año, 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”.<sup>37</sup> Radio Programas de México se considera la primera empresa en explotar comercialmente la grabación de programas radiofónicos en cinta magnética y discos de acetato.

Esta organización graba los programas más importantes de la XEW y la XEQ (esta última fundada en 1938) y los vende tanto en México, a las estaciones de provincia, como en el extranjero. Con esta forma de operación, RPM obtiene durante estos años grandes beneficios económicos.

– “Al amparo de los servicios ofrecidos por Radio Programas de México se crea la Cadena Azul, la primer 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”.<sup>38</sup>

A partir de la creación de Radio Programas de México y de la Cadena Azul, la organización en cadenas adquiere predominio en la industria de la radio. Las estaciones grandes, ofrecen a las emisoras pequeñas un tipo de programación que éstas, por sus escasos recursos

<sup>35</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>36</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>37</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>38</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

económicos, no podrían producir, a cambio de afiliarse a una cadena encabezada por estos organismos. Unos y otros obtenían beneficio: las radiodifusoras pequeñas ofrecerían mejores programas y cobrar tarifas más altas en sus espacios publicitarios al contar con emisiones de interés y las grandes emisoras podían ofrecer a los anunciantes mayor cobertura en la difusión de los mensajes publicitarios.

Así, las cadenas radiofónicas proliferan entre los años cuarenta y cincuenta. "En la década de los cuarenta, por ejemplo, se forman la Cadena Radio Continental, formada por 25 afiliadas al iniciar sus labores; Radiodifusoras Unidas Mexicanas, S.A. (RUMSA) con 10 emisoras en el norte del país; Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA); Cadena Radio Mil, con 36 afiliadas; Radio Cadena Nacional; Radio Central Radiofónica, con 7 estaciones. La cadena XEQ-CBS instala cinco estaciones".<sup>39</sup>

1942: En este año se promulgó un Reglamento que entre otras disposiciones, estableció que cada anuncio comercial debería durar como máximo dos minutos, y que por cada anuncio difundido debía intercalarse un número musical o de otra índole; aquí se reitera la prohibición de difundir asuntos de carácter político o religioso, así como de 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.

1945: A partir de este año, las dos grandes cadenas de radio que existen en México, la XEW-NBC y la XEQ-CBS, integradas en la Organización de Radio Programas de México, S.A, dejarán de fundar estaciones radiofónicas ante la posibilidad próxima de instalar estaciones de televisión.

---

<sup>39</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

1946: En Septiembre se llevó a cabo en la Ciudad de México “el Primer Congreso Interamericano de Radiodifusores, que dio lugar a la Constitución de la Asociación Interamericana de Radiodifusión (AIR), establecida para defender los intereses de la radio comercial principalmente frente a los Estados que pretendían convertirse en Radiodifusores”.<sup>40</sup>

#### .... LLEGA LA FM

En los años cincuenta comienza a darse un cambio en los sistemas radiodifusores del país. Por motivo de la introducción de la televisión, aparato que además de la voz y sonido incluía imágenes, la radio se vio obligada a modificar su sistema de funcionamiento, debía buscar más calidad para seguir satisfaciendo a un público que exigía cambios.

La llegada de la FM varía de un autor a otro, mientras que algunos aseguran que fue en Mayo de 1952 cuando comenzó sus transmisiones formalmente la XHFM Radio Joya, del Distrito Federal, otros aseguran que no fue sino hasta 1953. Esta estación es la primera en México que transmite utilizando la banda de Frecuencia Modulada (FM), que va de los 88 a los 108 megahertz.

Un señor de nombre Federico Obregón Cruces quien era propietario de la emisora, solicitó en el año de 1946 una concesión para poder transmitir, la cual se le concedió en Diciembre de 1948 y se le asignó la frecuencia de 94.1 megahertz. Comenzó a transmitir señales de prueba en 1949.

La transmisión de señales radiofónicas en FM “fue experimentada por primera vez en Estados Unidos por el señor Edwin Armstrong y se empezó a utilizar como banda comercial, en ese país, a partir de los años cuarenta”.<sup>41</sup>

<sup>40</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>41</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

En México, después de la instalación de XHFM, Radio Joya, sigue la de varias emisoras más en la década de los cincuenta, "tales como: XEOY FM, del Distrito Federal, perteneciente a la Organización Radio Mil, en agosto de 1957; la XEQ FM, también del D.F., en ese mismo año; XET FM, de Monterrey, Nuevo León, igualmente en 1957; y XERP FM, también de la capital del país en 1959. En 1960, inicia sus operaciones la XHMLS FM, de Matamoros, Tamaulipas".<sup>42</sup>

Durante los años cincuenta se trata de consolidar una nueva forma de operar la radio. En sus primeros años de existencia la operación radiofónica se basó en la producción de programas en vivo y más tarde, a partir de los años cuarenta, se combinaban las emisiones en directo con los programas grabados.

En estos años, sin embargo, la producción de programas va disminuyendo considerablemente y se hace más notoria la presencia de grabaciones musicales en el tiempo de transmisión.

Todo esto lo argumentan sobre todo las emisoras con más escasos recursos o relativamente pequeñas, explicando que por sus condiciones no pueden 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".<sup>43</sup>

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>42</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

<sup>43</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

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 la aparición de nuevas formas de operación por parte de éstas.

En 1954, por ejemplo, “se constituyó 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. Al crecimiento de las cadenas corresponde una modificación de sus formas de operación. Si inicialmente la organización en cadenas tenía como objetivo fundamental que las estaciones grandes pudieran distribuir sus programas entre las estaciones pequeñas, al finalizar la década de los cincuenta esa finalidad cambia. 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. Se crean así las grandes organizaciones radiofónicas que, en adelante, habrán de controlar a la industria radiofónica”.<sup>44</sup>

En los años sesenta la ocupación de la banda de FM en México se incrementa, aunque de manera lenta: al finalizar la década sólo existen 49 emisoras de FM en la República. El escaso crecimiento se debe fundamentalmente a que en esos años no existe un número considerable de aparatos receptores que cuenten con el dispositivo necesario para captar las señales de FM, lo que hace a esta banda poco atractiva para los anunciantes.

<sup>44</sup> Ibid., [www.fundacionbuendia.org.mx](http://www.fundacionbuendia.org.mx)

Durante esta década, la radio FM crece considerablemente, pero su consolidación se produce hasta la década de los ochenta.

Las estaciones de FM tienen la particularidad de que sus indicativos de llamada deben incluir las letras XH –igual que las de televisión–, regla de la que escapan algunas emisoras, como XEW FM, XEQ FM o XERPM FM a las que como un reconocimiento a la tradición de sus antecesoras en la banda de AM se les permite usar las mismas siglas.

1960: El Diario Oficial de la Federación publicó una Ley Federal de Radio y Televisión. Entre los aspectos sobresalientes de esta ley está la definición de la radio y la televisión como medios de interés público y 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.

1969: 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.

1970: Para finales de la década de los sesenta la radio de Frecuencia Modulada no había logrado consolidarse debido, principalmente, 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 la radio de FM 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, y con los publicistas y anunciantes para pedirles que apoyen a las estaciones de esta banda con la inserción de spots en ellas.

En este mismo año, 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).

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. Así mismo, 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.

1979: El Estado Mexicano inaugura una nueva forma de participación en la actividad radiofónica al adquirir tres emisoras comerciales e 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.

Se hace público que por acuerdo de las Secretarías de Comunicaciones y Transportes y de Hacienda y Crédito Público, las tres emisoras mencionadas han pasado a la propiedad del Estado y serán adscritas a la Secretaría de Gobernación cuya Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía se encargará de su operación.

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 se constituiría el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

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.

1985: **EXPLOSION DE LA FM**: La radio de FM supera a la de AM en cuanto a número de radioescuchas en la capital de la República, según datos de la agencia especializada en medición de audiencias INRA. 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.

1986: RADIO POR SATELITE: Dos cadenas radiofónicas –la Organización Radio Centro y el Grupo ACIR– solicitaron a la Secretaría de Comunicaciones y Transportes el alquiler de traspondedores en el sistema de satélites Morelos, cuyos dos artefactos han sido colocados en órbita en 1985, para poder realizar por esa vía sus transmisiones de alcance nacional. Para 1988, otros grupos radiofónicos transmiten también vía satélite: Organización Impulsora de Radio S.A. (OIR), Radiodifusoras Asociadas S.A. (RASA), Radio Central, Fórmula Melódica Mexicana (más adelante MVS Radio), Grupo Radio Mil, Radiodifusores Asociados de Innovación y Organización (RADIO) y Radio Programas de México (RPM).

## Capítulo IV

### LA RADIO EN SAN LUIS POTOSÍ

Para la realización de este apartado, se requirió tomar fragmentos de la Tesis que lleva el nombre de “Historia de la Radiodifusión Potosina en su Amplitud Modulada (1930–1971)” realizada en el año de 1998 por María Verónica Correu Macías y Olaya Moreno Alarcón, egresadas de la Escuela de Ciencias de la Comunicación.

En el año de 1930, surgió en nuestro Estado la primera difusora experimental, la XEC, propiedad de Jesús Fernández Cabrero que fue armada por él mismo. Estaba ubicada en Jardín Barragán No. 6 en el Barrio de San Miguelito, en la sala de la casa del mismo Fernández Cabrero.

En su programación el señor Fernández tocaba el piano y algunos amigos participaban tocando algunos instrumentos, el Lic. Antonio Rocha Cordero, quien después sería Gobernador del Estado acudía a declamar.

El horario de transmisión que tenía era de 11:00 a 15:00 y de 17:00 a 21:00 horas; además de tener artistas invitados, también se transmitía música grabada de artistas de la época. La estación de San Miguelito como se le conocía, causó simpatía entre algunas personas, pero también envidia entre otras, pues fue denunciada ante la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, y fue clausurada por no contar con una autorización legal. Sus transmisiones sólo duraron alrededor de 6 meses.

Posteriormente surgió la XEAC del señor Francisco de P. Cabrera, quien tenía una tienda de artículos eléctricos. Obtuvo un equipo transmisor en 1931 y lo instaló en una finca al poniente del Jardín Santiago, pero fue destruida por la inundación del año de 1933.

Para el año de 1934 surge la primera radiodifusora comercial en el Estado, la XEZZ. Después de haber sido clausurada la XEAC, el señor Fernández Cabrero se asoció con Don Ceferino Zaragoza Jiménez, quien fue el principal accionista, y también con el señor Emilio Delgado, dando paso así a esta nueva estación.

La difusora se localizaba en la calle de Zaragoza, donde ahora es el Centro de Idiomas de la UASLP. En su programación se tocaba música de orquesta de Glenn Miller y música de Guty Cárdenas, Agustín Lara y otros artistas de aquel tiempo. A principios de los años cuarenta el señor Ceferino Zaragoza murió y la estación pasó a manos de su esposa, la señora Josefina Delgado, quien para mejorar sus instalaciones la cambió al Edificio Ipiña y ahí construyó cuatro estudios inspirándose en la XEW.



Edificio Ipiña en la actualidad

La programación de su estación era música popular, danzones y tangos. Años más tarde se adquirió un equipo transmisor en la RCA de la Ciudad de México y fue entonces cuando comenzó a transmitir formalmente con una antena vertical.

Para el año de 1935 surgió la XEXH propiedad del Gobierno Municipal, cuyo domicilio era donde actualmente está la sala Flavio F. Carlos. El señor Jesús Fernández obtuvo el cargo de Gerente. Esta estación tenía una programación basada en música grabada, aunque también llegó a transmitir conciertos desde el Teatro de la Paz, y algunas veces iban artistas o aficionados a tocar y cantar. Posteriormente, bajo la creencia de que Saturnino Cedillo utilizaba la estación con fines políticos, fue cerrada debido a cambios entre los funcionarios de Gobierno y el levantamiento Cedillista.

En el año de 1938, el General Lázaro Cárdenas, Presidente de la República, durante su estancia en el Estado de San Luis Potosí, visitó la UASLP, en donde un estudiante de Secundaria llamado Manuel Antonio Méndez Guerrero le pidió un viejo transmisor de radio y algunos aparatos de la cabina que habían pertenecido a la XEXH.

Cárdenas ordenó que se comenzaran a realizar los trámites y se le otorgó el equipo a la Universidad Potosina, es así como nace Radio Universidad, primera radiodifusora cultural de provincia. Primeramente se instaló en el edificio central de la UASLP y el 28 de Julio de 1938 comenzó sus transmisiones todavía bajo las siglas XEXH, las cuales cambiarían por XEXQ una vez que se legalizaran las transmisiones ante la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, quedando finalmente en el 1460 de Amplitud Modulada.

Las transmisiones comenzaban a las 13:00 hrs. y se interrumpían a las 15:00 hrs., para reiniciar a las 18:00 hrs. y finalizar a las 20:00 hrs., pues concluían las labores universitarias y el portón del edificio era cerrado.

En un principio tuvo como director al Lic. Raúl Cardiel Reyes, en 1940 la dirección queda a cargo del Lic. Báez quien ocuparía este puesto hasta 1956, año en que el Señor Alfonso Macías Moreno asume la dirección y hace gestiones ante el Rector de la Universidad Dr. Manuel Nava Martínez para dotar a la emisora de un nuevo equipo que consistía en un transmisor GATES de 250 watts, una consola y tornamesa para 3 velocidades, una grabadora RCA para cinta, y una antena de 50 metros; todo esto con el fin de mejorar las transmisiones.

Durante 1957 Radio Universidad siguió con la pauta y la consigna de superación; bajo la dirección del señor Manuel Carrillo Grageda y Felipe Valle Méndez se iniciaron los trámites necesarios para la adquisición de un transmisor de Onda Corta y la obtención del permiso correspondiente de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes; también el horario de transmisiones se modificó quedando de 8:00 hrs. a las 20:00 hrs., de lunes a sábado y los domingos de las 10:00 hrs. a las 18:00 hrs.

Gracias al impulso del señor Manuel Carrillo Grageda como director, y sus colaboradores cercanos Felipe Valle Méndez como subdirector; César Martínez Bravo como Director Artístico, Xavier López Arpi, Alfredo Ramírez, Carlos Nava G. y Leopoldo Cordero como encargado del

boletín musical, en Abril de 1958 se hizo la instalación del nuevo equipo, quedando transmisor y antena en terrenos de la Universidad por la ahora calle de Niño Artillero, a unos 200 metros del Hospital Central. Desde estas instalaciones se empezó a laborar, y mientras tanto, se acondicionaba el pequeño estudio y cabina de locutores en el mismo lugar, lado poniente de la planta alta del Edificio Central Universitario.

Para Junio de 1977 Radio Universidad se trasladaría a la planta baja del antiguo edificio de Las Cajas Reales, ubicado en las calles de Aldama y Madero. Más tarde, en el año de 1980, la emisora trabajó bajo la dirección del Lic. Francisco Camacho F. Se creó un Consejo Consultivo integrado originalmente por el Lic. Xavier Gómez, el señor Manuel Carrillo y el Dr. Jesús Noyola B.

Al año siguiente se designó al señor Manuel Carrillo Grageda nuevamente como director de la emisora y en el lugar vacante en el Consejo Consultivo al Dr. Enrique Torre López.

Desde que inició la radio en San Luis Potosí, la instalación de difusoras llamó la atención de un hombre llamado Benjamín Briones quien dejó una huella importante en la historia de la radiodifusión potosina. Comenzó trabajando como técnico en radio hasta que finalmente construyó su propio radiotransmisor. Instaló su propio taller de reparaciones eléctricas en la calle de Los Bravo en el año de 1936, y años más tarde se asoció con el dueño del negocio "Alvarado electricidad" y con el señor Vicente Agundis propietario de una joyería, y así, entre los tres, aportaron capital para formar la próxima estación de radio en San Luis Potosí.

En el año de 1940 se fundó la XEBM gracias a esta sociedad. Posteriormente el señor Briones les compró la parte de sus acciones para quedarse como dueño único antes de 1941. La estación estaba ubicada en la Avenida Venustiano Carranza casi llegando al Jardín Tequisquiapam. Un año después se cambió de domicilio a la calle de Zaragoza donde puso una tienda que se llamó "La Casa del Radio", vendía discos, estufas, refrigeradores y aparatos radiofónicos, y ahí mismo instaló la XEBM. La programación era de música ranchera dirigida principalmente a la gente del campo.

Más tarde la señora Josefina Delgado decidió poner una estación adicional a la que llamaron "Estación Satélite" para hacerle frente a la competencia que tenían con la XEBM y se le distinguió con las siglas XESL. Sus oficinas se localizaban en el mismo edificio donde estaba la XECZ. En la SL se transmitía música de Agustín Lara, Guty Cárdenas, María Greever. La programación básicamente era musical y de complacencias.

El señor Briones instaló la XEPO para contrarrestar la competencia que le hacían la CZ y la SL. Años después, en 1953 el señor Briones registró la estación a nombre del gerente de la difusora, el señor Santiago Guerrero Vargas. Entre los artistas que se presentaron en la difusora se encuentran Toña la Negra, Amparo Montes y Marilú "La muñequita que canta" entre otros artistas.



Benjamín Briones

Para este entonces ya existían cuatro estaciones comerciales en San Luis Potosí, la XECZ, la XEBM, la XESL y la XEPO, y en el año de 1947 hizo su aparición la XELX propiedad del señor José Manuel Córdova, quien hizo la aportación económica pues en realidad los promotores fueron el señor Francisco Palau, el Señor Juan Palau y el señor Elías Navarro Rojas.

La difusora empezó a decaer, todos los negocios se vieron afectados por la Segunda Guerra Mundial que acabó en 1945. Años más tarde empezó a estabilizarse la situación y ya existían suficientes estaciones de radio en nuestra ciudad, así que el señor Briones aprovechó la oportunidad, compró la XELX y la cerró definitivamente.

Al finalizar la década de los cuarentas la señora Josefina Delgado falleció y heredó sus radiodifusoras a su cuñada, pero como no sabía del manejo de una estación de radio, ofreció sus estaciones al Señor Benjamín Briones quien de inmediato las adquirió.

La radiodifusión para entonces ya estaba reconocida como un medio publicitario y tanto la XECZ como la XEBM se encontraban afiliadas a cadenas de publicidad en la Ciudad de México, en donde les brindaban mucho apoyo económico, es decir, las estaciones vivían en parte de 60% de publicidad nacional a través de las cadenas y 40% de venta publicitaria aquí en San Luis, con esos ingresos ya tenían resueltos sus problemas económicos y fue en esa situación cuando se dio el deceso de Josefina Delgado y el Sr. Briones asumió la compra de las estaciones de radio.

En el año de 1950 llegó a San Luis una repetidora de la XEW de México, la XEWA, que fue encabezada por Don Ricardo Mendizábal y Don Roberto García Larrañaga. Cuando inició se localizaban en la calle General I. Martínez, en el mismo domicilio que la empresa "Chicles Canel's", posteriormente el señor Emilio Azcárraga obtuvo la concesión de canal libre internacional y la repetidora cambió su domicilio sobre la carretera a Rioverde.

La emisora cubría gran parte de San Luis Potosí, Aguascalientes, Guanajuato, Querétaro, gran parte de Jalisco, Michoacán, Estado de México, el Distrito Federal, parte de Hidalgo, el Sur de Nuevo León y parte del Sur de Coahuila.

Uno de los programas que más se destacaron por estos años a través de la XEW fue el Programa de "Banquero Mental...El Doctor I.Q.", se hacían una serie de preguntas al público que asistía al cine Variedades de la Ciudad de México, y si el participante contestaba correctamente la pregunta recibía un premio en efectivo, si no lo hacía recibía un vigésimo para el sorteo de la Lotería Nacional y dos pases para el cine. Otro de los programas era "La Doctora Corazón...desde su clínica de Almas", patrocinado por la "Procter and Gamble", en este programa se escenificaba un caso de la vida real en el que uno de los oyentes exponía su problema, si el caso era dramatizado por la radio el oyente era premiado con \$25.

La XEEQ tuvo como concesionarios a los señores Benjamín Briones y Benjamín Orozco y en 1955 se registró con un capital social de \$70,000, con un total de 70 acciones. Su programación fue de música moderna de la época de los sesentas; se tocaba a Enrique Guzmán, Angélica María, Johny Laboriel, los Teen-Tops y los hermanos Carreón, entre otros. Esta difusora hizo varios cambios en su nombre, pasando de "Radio Alegría" a "Radio Mascop", "Radio Visión" y finalmente, mejor conocida como "La Pantera" y fue la primera estación en transmitir música moderna en inglés.

La XESL pasó por muchas manos a lo largo de su historia. Como mencionamos anteriormente la estación fue fundada por la señora Josefina Delgado, posteriormente Benjamín Briones la adquirió y éste a su vez se la vendió al Sr. José Ramírez, quien trabajaba en esos momentos como gerente en un ingenio de Ciudad Mante, Tamaulipas. Durante un breve lapso, estuvo a cargo el hijo del Sr. Ramírez, esto fue cuando se ubicaba a la estación en un edificio cerca de la Catedral. Por la falta de experiencia en esta área, el hijo del Sr. Ramírez decidió regresarla a uno de los primeros dueños: el Sr. Benjamín Briones. Éste, al darse cuenta del gran negocio que era vender la

estación para comprarla después, decidió volverla a poner en venta, adquiriéndola el Coronel García Valseca (quien era dueño de la Organización Editorial Mexicana, organización a la que pertenece "El Sol De San Luis" y demás periódicos que continúan con esta cadena). El Sr. Valseca, tenía entre sus planes el tener un periódico y una estación de radio, por cada Estado de la República Mexicana. En San Luis Potosí esta estrategia tuvo resultados deplorables.

Posteriormente, la estación cambió su locación a "El Hogar del Niño", patronato organizado por el Coronel García Valseca, y que estaba a cargo del padre Joaquín Antonio Peñalosa. La sindicalización de la estación era inevitable; se empezó a introducir un programa de nombre "Cartas al Cielo" (antecesor del programa de T.V. "Camino a Belén") que era conducido precisamente por el Pbro. Peñalosa, cuya función era la de ayudar a resolver las necesidades de los niños menos favorecidos. La estación, bajo estas condiciones, sólo estuvo 2 años, ya que las instalaciones ocupaban demasiado espacio en El Hogar del Niño, que estaba en continuo crecimiento. La XESL no evolucionó tanto como parece, ya que después de esto, comenzó a utilizarse para solicitar cooperaciones caritativas.

Para la década de los sesentas, la radiodifusora comenzó a recuperarse, además de que se crearon varios programas que rápidamente se colocaron en el gusto del público. En este tiempo, el Sr. Elías Navarro desempeñaba el cargo de gerente en la radiodifusora.

La estación presentó diversos programas que alcanzaron gran aceptación, como eran: "La hora de los Novios", "El Rancho de Don Carlos" (programa que llegaba hasta Estados Unidos y tenía mucha audiencia), "Inolvidables Casablanca", "La Hora de Javier Solís", "Duelo de Titanes", "El Club de los Desvelados", "Música del Café La Lonja" (transmitido desde el mismo Café de la Lonja hasta que fue cerrado), entre otros.

## LA FRECUENCIA MODULADA EN SAN LUIS POTOSÍ

Conscientes de la gran importancia de aspectos técnicos dentro del tema de la Frecuencia Modulada, a continuación se presentan algunos aspectos básicos para el conocimiento de la radiodifusión, aclarando que se agregan solo cuestiones que permiten tanto al investigador como al lector tener una idea acerca de lo que rodea a la transmisión radiofónica, y no profundizaremos en otros temas de gran importancia e interés debido a que se consideró que se requiere de un amplio conocimiento técnico en todos estos aspectos, y el objetivo que se persigue con esta investigación es obtener un acercamiento a la conformación histórica de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí, basándonos principalmente, debido a la falta de información al respecto, en lo que nuestros entrevistados aportaron y en lo que se encontró en algunas publicaciones.

"Si arrojamos una piedra sobre un espejo de agua, el impacto desencadena unas ondas sobre la superficie del agua que se propagan en círculos concéntricos cada vez más grandes, aunque disminuyendo paulatinamente en intensidad conforme se alejan del punto en donde cayó la piedra. De esta forma sabemos que:

**Onda.** Es la expresión gráfica de un movimiento ondulatorio.

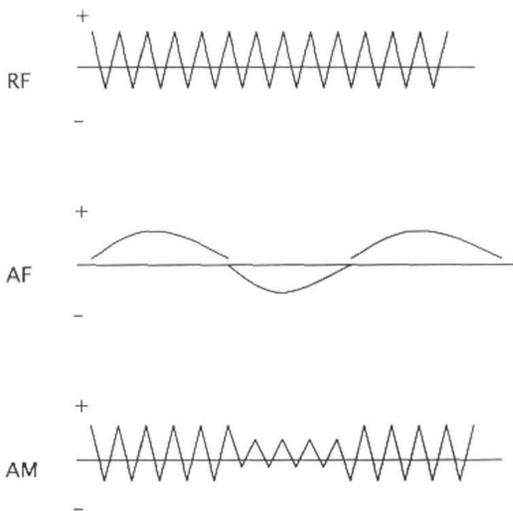
**Frecuencia.** Es el número de vibraciones efectuadas en un segundo.

**Longitud de onda.** Es la distancia entre dos crestas o zonas de compresión.

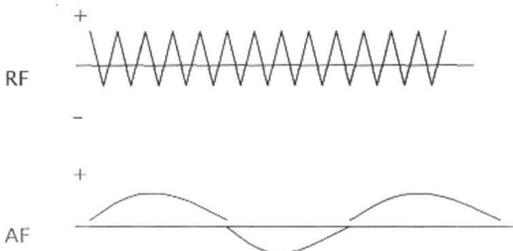
La modulación es un artificio mediante el cual a una frecuencia de sintonía o frecuencia portadora se le incorpora la versión eléctrica de un sonido, llamada audiofrecuencia. Así pues, a la frecuencia de sintonía se le llama radiofrecuencia (RF) y a la versión eléctrica de las vibraciones de ondas sonoras se le llama audiofrecuencia (AF)".<sup>1</sup>

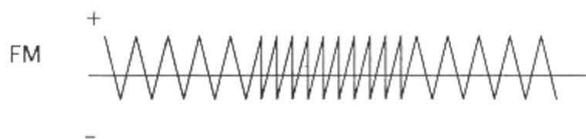
<sup>1</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit. pág. 133

“En el caso de la Amplitud Modulada, la audiofrecuencia modifica a la radiofrecuencia en su amplitud, o sea, en la potencia de su emisión.



En el caso de la Frecuencia Modulada (FM), la radiofrecuencia se modifica en su longitud de onda, o sea que de alguna manera la emisora “se pasea” en el cuadrante y su excursión depende precisamente de la señal de audiofrecuencia que debe transportar.





La AM tiene una propagación por onda de suelo. La torre de emisión es recorrida por una corriente muy intensa que induce en el suelo, a su alrededor, un campo electromagnético, debilitándose a medida que crece la distancia, la cual depende de la resistencia de la superficie terrestre en la que se encuentra el emisor".<sup>2</sup>

"La FM tiene una propagación por onda de espacio, este tipo de propagación corresponde a las emisiones de FM, de televisión, de satélites, o de microondas. En este caso, el emisor emite las radiaciones como un faro que ilumina los puntos visibles desde su máxima altura.

El trayecto de la onda de espacio lo podremos captar si entre la antena del transmisor y el receptor no existen grandes obstáculos y, por supuesto, esta señal irá decreciendo en la medida que aumente la distancia. Estas ondas tienen el inconveniente de contornear muy poco los obstáculos, porque en las zonas montañosas su captación es muy difícil, lo que hace necesario elevar mucho las antenas de emisión y recepción, crear repetidoras –sobre todo en televisión–, o recibir la emisión vía satélite".<sup>3</sup>

Una vez explicada de manera breve lo que es la Frecuencia Modulada en aspectos técnicos, a continuación daremos paso a lo que se pudo reconstruir con base en la aplicación de las técnicas de investigación mencionadas en un principio de esta investigación.

<sup>2</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit. pág. 139

<sup>3</sup> De Anda y Ramos, Francisco. Op. Cit. pág. 140

## CONTEXTO HISTÓRICO

La transmisión en Frecuencia Modulada en San Luis Potosí comienza formalmente a partir de 1971, ¿pero qué sucedía en aquél entonces en nuestra ciudad?, a continuación se presenta una pequeña narración y descripción de la sociedad potosina y de la ciudad; información recopilada de algunas entrevistas que se realizaron con el fin de obtener un panorama más amplio sobre bajo qué condiciones se introdujo la Frecuencia Modulada, debido a que no se encontró ningún libro o documento que narrara las condiciones de la ciudad en esas fechas, a excepción de algunos datos aislados, como los gobernantes de aquella época ya que son acontecimientos relativamente recientes.

Se puede decir que la sociedad aún era autosuficiente, ya que producía sus propios lácteos (la pasteurizadora San Luis), y otros productos. Existían para 1970, 2 o 3 pequeñas zonas industriales, una de ellas en donde se encontraba la Embotelladora Potosina, que posteriormente se convirtió en la Galletera San Luis que se encontraba en la Calle Arenal donde estuvo España Industrial. Otra pequeña zona industrial era la de hilados y tejidos, que estaba ubicada en la Calle de Negrete.

Una fuente de trabajo muy importante en aquel tiempo eran los ferrocarriles, que daban empleo a cerca de 5,000 personas que trabajaban tanto en los trenes, como en los talleres del propio ferrocarril, en lo que se llamaba planta de Recobros, que era un lugar que reciclaba todo para fabricar su propio material.

Había 4 corridas de trenes de Norte a Sur diariamente, además de 2 corridas con destino a Tampico y dos más para Aguascalientes. La central de autobuses aún era una innovación pues tenía relativamente poco tiempo de haber sido fundada.

Únicamente había 2 periódicos formales circulando: “El Sol de San Luis” y el “Heraldo”, había una televisora y se popularizaba el servicio de señal a color.

En San Luis Potosí era muy bajo el nivel de pandillerismo, sólo era más visible en Colonias muy alejadas como La Centenario por mencionar alguna. Aún era una ciudad segura, difícilmente había robos de autos y no había tantos problemas de tráfico vehicular.

En cuanto al crecimiento de la ciudad se refiere, la Zona Norte comenzaba a comercializarse, se estaba construyendo. Hasta aquí terminaba la ciudad, en aquellas zonas, lo que actualmente es la Avenida Hernán Cortés (Av. Ferrocarril). Hacia el lado Poniente, la ciudad terminaba en la Colonia Polanco, la Colonia del Valle, y comenzaba a surgir la calle de Marconi. En el caso de Las Lomas existía únicamente la primera sección, o sea, lo que conocemos cerca de los Filtros.

La zona de Morales se consideraba muy alejada del resto de la ciudad y las únicas Zonas Residenciales que habían comenzado a surgir era la Colonia Jardín y la Colonia Polanco, antes mencionada. Aún no existía la Avenida Himno Nacional.

Se dice que la población comienza a crecer rápidamente durante el gobierno del Lic. Guillermo Fonseca Alvarez. Una anécdota interesante que comenta el señor Ruperto Salinas es que a consecuencia de que en otros estados se dio a conocer que San Luis Potosí contaba con una Zona Industrial, hubo personas que dejaron sus empleos, sobre todo en estados como Zacatecas y Guanajuato para venir a laborar a San Luis Potosí; sin embargo, el gobierno potosino publicó un decreto en el que se expresó que se le daría preferencia a los nacidos en el estado para ubicarlos en la Zona Industrial. Fueron muchos los que se quedaron sin empleo y comenzaron a buscar su propia forma de trabajar, situación que fue aprovechada también por personas que necesitaban de una forma de subsistencia. Posteriormente, llega un momento en el que se requiere de mano de obra en la Zona Industrial, pero la gente que vivía del comercio

ambulante ve más posibilidades en su forma de trabajo por lo que llegan a la ciudad personas de otros estados con el fin de laborar ahí. Esta situación influyó para que la ciudad se poblara rápidamente.

Por lo que toca a la UASLP, la Preparatoria estaba ubicada en las Cajas Reales y la Zona Universitaria se localizaba en diferentes áreas del Centro. Todo esto, trajo como consecuencia una enorme carga de población de estudiantes concentrada en esta zona, provenientes del interior del estado e incluso de otros estados cercanos, por lo que había casas de huéspedes para darles alojamiento. De un 50% u 80% eran mixtas, o para mujeres o para hombres solamente. Se reunían los jóvenes para darle vida a esta zona, rodeada de fondas que utilizaban como punto de encuentro.

Existían dos grandes canchas, (no quiere decir que las únicas): la Cancha Palacios ubicada en la parte Oriente de la Alameda y la Cancha Morelos, que se utilizaba casi las 24 horas del día para los estudiantes concentrados en la Zona Centro de la ciudad.

Por esta razón, se comienzan a instalar las estaciones de FM en la Zona Centro principalmente, para estar más cerca de un gran auditorio: los jóvenes.

Durante la gubernatura del Lic. Antonio Rocha Cordero (1967–1973) se realizaron varias remodelaciones a lugares que habían contenido una gran carga histórica en la Ciudad de San Luis Potosí, hay quienes dicen que fue en beneficio de la capital y también hay quienes dicen que desde ahí se comenzó a “destruir” ese San Luis con sus grandes y hermosas arquitecturas. “Durante este tiempo se realizaron obras en todo el Estado, pero de manera especial en la capital, pues se remodelaron algunos edificios importantes, como el Palacio de Gobierno (se le hizo una nueva fachada), la Plaza de los Fundadores, la cual se amplió y se le dotó de un estacionamiento subterráneo; la Plaza del Carmen que también se amplió para darle mejor vista al Templo y al Teatro de la Paz, y la Plaza España. Algunas otras obras realizadas durante su gobierno fueron la Escuela para

invidentes, el Auditorio “Miguel Barragán”, el Albergue Infantil, la Clínica para Enfermos Mentales, el puente sobre la Avenida Universidad y la Unidad Deportiva. Se construyó también el Edificio del IPBA y se fundó la Casa de la Cultura”.<sup>4</sup>

En el gobierno del Lic. Guillermo Fonseca Alvarez (1973–1979), en la capital se realizaron también algunas obras como el Mercado República, la Dirección de Pensiones del Estado, Unidad Administrativa, Unidad de Seguridad Pública y el colector de la calle Capitán Caldera con el fin de evitar inundaciones en la Avenida Venustiano Carranza.

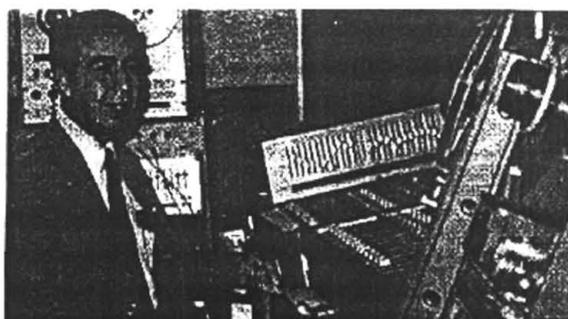
#### ¿Quién es considerado el pionero de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí?

El Ing. Luis Fernández Cabrero, hermano menor de Jesús Fernández Cabrero, quien pusiera la primera estación de AM en nuestra capital, tiene una gran importancia en la historia de la radio potosina, pues es quien comenzó a hacer gestiones en el año de 1969 para introducir la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.

Después de haber trabajado casi 20 años fuera de su ciudad natal, San Luis Potosí, y de haber participado en estaciones de Frecuencia Modulada, el Ing. Fernández Cabrero notó las diferencias entre la calidad de sonido que había entre la AM y la FM y tuvo la inquietud de regresar a su ciudad y fundar una estación de Frecuencia Modulada, pues era una evolución para la radiodifusión.

---

<sup>4</sup> Kaiser Schlitter, Arnoldo. Breve Historia de la Ciudad de San Luis Potosí. 1992. pág. 68



Ing. Luis Fernández Cabrero

Solamente en estados como Guadalajara, Monterrey y el D.F. se contaba con Frecuencia Modulada. Las concesiones eran otorgadas por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la cual se encargaba de evaluar las características de la persona que aspiraba a obtener una concesión.

El otorgamiento de una concesión era de forma gratuita, pero se daban con muchas restricciones porque había que proteger los intereses de todas las estaciones que ya existían, pero ese no era realmente el problema principal, el problema principal era hacer los estudios adecuados para demostrar que sí era necesario el crecimiento de las estaciones de radio.

En un principio se establecía que sólo las poblaciones con más de 25 mil habitantes podían ser elegibles para tener una estación de radio por el supuesto de que con menos habitantes no se podía establecer un medio de movimiento económico para sostener una estación. Además de los monopolios que siempre han existido, se observaba el fenómeno del "coyotaje", que son personas que tienen contactos dentro de la Secretaría y se hacen de concesiones para después venderlas; todo eso hacía más difícil la obtención de una concesión de Frecuencia Modulada.

Otro personaje de importancia fue el Sr. Benjamín Orozco Barba, quien se enteró por parte de un sobrino del Ing. Fernández que éste tenía intenciones de traer la FM a la capital potosina, y a raíz de esto, el Sr. Orozco comienza a investigar, y solicitó 2 estaciones de Frecuencia Modulada. Para cuando el Ing. Fernández comenzó a tramitar una estación de FM, al Sr. Benjamín Orozco ya le había llegado la confirmación de que su solicitud estaba aceptada, pero como no era muy conocida la FM en el Estado, se decía que no tenía futuro y que las personas capacitadas para el manejo de equipo eran pocas, fue motivo para que el Sr. Fernández Cabrero y el Sr. Orozco Barba negociaran y finalmente le vendió las 2 estaciones que había adquirido al Ing. Fernández, las cuales eran distinguidas bajo las siglas XHOD y XHOB.

**XHOB-FM** *Quinta de Oro*  
**96.1 MHz**  
 ALDAMA  
 APARTADO POSTAL  
 TELEFONO  
 SAN LUIS POTOSÍ

**DESDE HOY A LAS ORDENES DEL COMERCIO POTOSINO...! DEL COMERCIO BANCARIA Y DE LA INDUSTRIA**

Con Música diferente Música de...

Para el gusto de la juventud: pero también para el...  
 Música para todas las edades.

**PERO SOLO PARA LA GENTE DE BUEN GUSTO**

Con anuncios de calidad, breves y efectivos. Para servir una mínima dosis. Para que usted los perciba con placer y con fastidio.

**PARA SERVIR A USTED...!**

San Luis Potosí, S.L.P. 1o. de Octubre de 1971.

Anuncio referente a primera transmisión de la XHOB

El 21 de marzo de 1970 se puso a trabajar en periodo de pruebas a la XHOB; se transmitía una hora y media y fue una estrategia para poder transmitir con un mínimo costo, posteriormente el horario fue de 10 de la mañana a 7 de la tarde, no había anuncios, sólo se identificaba a la estación y se tocaba música. Todo esto sirvió para que la ciudad se fuera poblando de radios FM y al siguiente año se inauguró formalmente la estación.

Pero aún faltaba por poner a funcionar a la XHOD, y como el Ing. Fernández aún tenía una deuda con el Sr. Orozco le vendió la estación y éste la puso a nombre de su esposa, la Sra. Estela Martínez Vallejo; y posteriormente le traspasó la estación a su primo: el Sr. Elías Navarro Martínez. Esta estación salía en período de pruebas el 24 de septiembre de 1970.

Cuando el señor Elías Navarro se enteró de que la inauguración oficial de la XHOB sería el 1° de Octubre de 1971, comenzó a transmitir anuncios días antes del evento, por tal motivo, se considera a Elías Navarro Martínez como el pionero de la Frecuencia Modulada en la capital potosina.

En la inauguración oficial de la XHOB, primera estación de FM propiedad del Ing. Fernández Cabrero, estuvo presente el Gobernador Antonio Rocha Cordero y el Presidente Municipal, el Sr. Antonio Acebo quienes participaron con un discurso. Estaba ubicada en la Calle de Aldama No. 410 en el 2°. Piso y se identificó en sus inicios como "Canal de Lujo"; debido a que durante el gobierno del Presidente Luis Echeverría se comentó que los aparatos de FM eran de lujo, por tal razón, el Ing. Fernández decidió identificarla así.

En el caso de la XHOB, los dos primeros locutores grabadores son Horacio Martínez Bravo quien era miembro del Sindicato y Elsa Josefina López que fue propuesta por la misma estación.

Después de 1 ó 2 años, cuando la FM comenzaba a estabilizarse en cuanto a calidad de sonido, se invita al señor Ruperto Salinas a realizar un noticiero, lo cual resultó muy interesante para la audiencia.

En la XHOD, después de haber pedido permiso al Sindicato, comienza a grabar el Sr. Elías Navarro como locutor en su propia estación. Esta estación comenzó sus transmisiones en la calle 2 de Abril y Damián Carmona, se dice que el equipo con el que comenzó era de medio uso y que había estado en la Universidad de Houston. Posteriormente llega como locutor el Sr. Manuel López Avila. Su horario de transmisión era de 7:00 a.m. a 11:00 p.m. El primer mensaje que se escuchó en esta estación fue el de la Agencia Central Potosina, "Ford San Luis".

En 1974 se cambiaron de domicilio a Av. Venustiano Carranza #1030, 4º Piso, y se instaló la antena más alta de Frecuencia Modulada en la Capital y se cubría el Municipio de Rioverde y otras poblaciones. En 1977 sale al aire la segunda estación del Señor Elías Navarro. La XHPM Stereorey surge con la señal más potente hasta la fecha (80, 000 watts de potencia).

En 1980, se ofreció un concepto de estación que se escuchaba muy atractivo, y así fue como en Semana Santa se escuchó por primera vez el jingle FM GLOBO STEREO Tu Música en tu Idioma, con la idea de transmitir todo el día música balada en español en la XHOD. Pero según recuerda el señor Navarro, cerca de 20,000 llamadas telefónicas en un lapso de tres días obligó a la estación a cambiar de opinión, y el concepto de música moderna se quedó para siempre.



Elías Navarro Martínez en la actualidad

La tecnología y los inventos llegan más rápido de lo que se puede asimilar y en noviembre de 1986, hizo una visita el señor Mike Dorrough, quien inventó los procesadores DORROUGH, con señal digital y computarizados, y en este mismo año se instaló el sistema en FM Globo y en Stereorey, convirtiéndose en las estaciones número 7 y 11 respectivamente, en tener este sistema en América Latina, el cual revolucionó la calidad de la señal FM pues estaba controlada por computadoras y microcomputadoras, así que la señal no sufría la menor distorsión y el público gozaba de excelente calidad de recepción.

En 1987 los horarios de transmisión de las dos estaciones se extendieron a 24 horas. En este mismo año se instaló el más avanzado sistema de grabación y transmisión de cinta, que es el DAT (Digital Audio Tape) y así una vez más se colocaron a la vanguardia al instalar las primeras cuatro máquinas DAT en el Estado y ser la cuarta ciudad en la República en tener este sistema.



La primera señal que se bajó y se transmitió vía satélite en el Estado fue hecha por la XHPM con el noticiero "Para Empezar".

En 1970 surgió la tercera estación de Frecuencia Modulada, la XHTL Estéreo Internacional, conocida así hasta la actualidad, propiedad de Alfonso Torre López. La concesión se obtuvo desde 1970 pero no comienza a transmitir en este año, sino hasta después de que la XHOB y la XHOD transmitieran de manera formal. Sus instalaciones se encontraban en Av. Venustiano Carranza #980, en el 7° piso, y transmitían con 1000 watts. Alrededor de los años de 1972 o 1973 pasó a manos del señor Benjamín Briones, quien la administró conjuntamente con el Grupo ACIR hasta 1985, fecha en que se rompe su asociación a petición del señor Francisco Ibarra Gerente General del Grupo y la estación queda en manos de éste.

Posteriormente surgieron otras estaciones en la Frecuencia Modulada, algunas han permanecido y otras desaparecieron y cambiaron de nombre y de afiliación a algún grupo.

En 1976 surge Amistad, la XHNB, actualmente conocida como Spazio. En 1977 surge La Comadre (XHQK), ambas creadas por el Grupo ACIR. Su primer domicilio estuvo ubicado en Madero #307, pero actualmente se encuentran en Av. Venustiano Carranza # 460 piso 2.

En 1989 surge Stereo Vida propiedad del grupo Cristal-Cima y años más tarde desaparece. En 1999 surge XHSS "La Potosina". En 1991 surge Radio Universidad; en 1994 La Caliente (XHSNP) y la Ranchera (XHBM).

### Primeros anunciantes en la Frecuencia Modulada

Los esfuerzos publicitarios que la XHOB realizó a favor de grandes empresas, las hizo prosperar. Grupos como Sears, Súper Alamitos, la actual Cadena del Rey, la Lotería Nacional y algunas casas de licores, consideraron oportuno el anunciarse en una opción en progreso como lo era la Frecuencia Modulada, ya que anteriormente se anunciaban en periódicos y gastaban comprando tres páginas a la semana. Esta oportunidad la aprovechó el Ing. Fernández; quien les hacía producciones radiofónicas a los negocios, y ahora, en lugar de gastar en tres páginas, utilizaban la FM, y así consiguieron resultados hasta 4 veces mayores.

Entre los eventos organizados, el Ing. Fernández Cabrero recuerda: "Hicimos incluso, transmisiones encadenándonos con estaciones del Sr. Briones, la OB era líder y las otras transmitían lo que grababa la XHOB. Poníamos 5 estaciones encadenadas, 2 de FM y 3 de AM y hacíamos promociones en vivo...", llevaban un grupo musical a la tienda y después se anunciaban ofertas "gancho" que consistían por ejemplo, en hacer una torre hasta el techo de frascos de cajeta y se ofrecía a la mitad del precio oficial, esto atraía a mucha gente y se vendía toda la torre, al terminarse salía ganando el proveedor y la misma tienda pues se pedía más producto pero ya no a mitad de precio. Comenta el Ing. Fernández que hubo una reclamación del proveedor: "Oiga, ¿porqué está anunciando la cajeta a mitad de precio?, nos está perjudicando...", y él respondió: "no señor, mire, esta torre que estaba aquí en un día se fue, se vendió así como pan caliente".

Este tipo de estrategia publicitaria hizo crecer a las tiendas que posteriormente tenían sucursales, y quienes ya preparados para la reacción de la audiencia, cerraban las calles, se "amontonaba" la gente y las ventas se iban para arriba.

La XHOD tuvo como primer anunciante a la Ford Motor Company propiedad del señor Eugenio Robles.

### ¿Por qué se dice que la Frecuencia Modulada desplazó a la Amplitud Modulada?

El uso de la banda FM que abarca de los 88 a los 108 Mhz, es mucho más reciente en todo el mundo que el de la banda AM. En la actualidad, prácticamente todos los receptores de radio incluyen la banda FM, lo que sin duda, ha contribuido a la consolidación de este tipo de radiodifusión.

Es importante mencionar que el número de radioescuchas que prefiere sintonizar la banda FM es mayor, que el que habitualmente escucha la AM, esto puede deberse en gran medida, a que las emisoras de FM utilizan canales mucho más anchos que los de AM (doscientos kilohertz en FM por solo 10 Kilohertz en AM), lo que les permite transmitir en estereofonía (es decir, difundiendo dos señales simultáneas a través de dos subcanales -izquierdo y derecho-) y, en consecuencia, lograr las transmisiones con gran riqueza de sonido y fidelidad, situación en la que, en una época en la que se están haciendo aparatos receptores cada vez más sofisticados, hace atractivo para los radioescuchas urbanos sintonizar las estaciones de Frecuencia Modulada.

Pero si bien, la radio FM posee características que no se encuentran en la AM, tiene también algunas desventajas con respecto a ésta. Mientras las transmisiones de AM pueden cubrir distancias bastante largas, las de FM tienen que restringirse a coberturas muy cortas. Ello se debe a que las transmisiones de FM se realizan en frecuencias muy altas (VHF ó Very High Frequency). Así en las transmisiones de FM (al igual que las de la televisión) deben hacerse utilizando antenas transmisoras colocadas en sitios muy altos para que se produzca el fenómeno de transmisión de línea de vista; es decir, que al igual que una persona puede dominar con su vista un territorio mayor mientras más alto sea el sitio desde el cual observa, las transmisiones de FM, cuyas señales más potentes se desplazan en línea recta desde la antena transmisora, pueden cubrir un territorio mayor mientras más

alta sea la ubicación de la antena. A las estaciones de FM, al contrario de las de AM, no les bastaría con incrementar su potencia para aumentar su alcance, pues por mucha potencia que posean sus transmisores rara vez superan los 100 kilómetros. Así, las emisiones en la FM, que por las características ya mencionadas constituyen el medio ideal para la radiodifusión local o comunitaria, ofrecen menos dificultades para regular su operación técnica y el tráfico de sus señales, pues las posibilidades de interferencia entre las diversas estaciones es más reducida que en las de AM.

Sin duda, una característica muy importante para el nacimiento de la radio de Frecuencia Modulada en San Luis Potosí, fue la inquietud que despertó la calidad de sonido que ésta prometía muy superior al de Amplitud Modulada.

El Ing. Luis Fernández Cabrero y el señor Elías Navarro Martínez, habían trabajado ya en una estación de FM antes de fundar su propia estación aquí, ellos sabían de las diferencias entre la calidad de sonido de una estación de AM y una de FM. Su deseo, era regresar a San Luis Potosí para fundar una estación de radio FM por ser una radio evolucionada técnicamente.

Ana Newman, locutora de radio Universidad FM comenta: "Yo dejé de escuchar la AM inmediatamente, porque la calidad de lo que se presentaba en la FM en el sonido, el tipo de música que se presentaba, el no haber tantos cortes, era muchísimo más agradable".

Al momento de llegar la FM a San Luis Potosí, hay un poco resistencia en el auditorio, pudo ser por falta de gusto o simplemente por falta de receptores, pues es importante mencionar que en un principio los radios que contenían FM no estaban al alcance de toda la población, y aunque había una gran expectativa, no todas las tiendas lo tenían. Pero al cabo de un año la gente se comenzó a dar cuenta de la diferencia en cuanto a la calidad de transmisión que había entre AM y FM.

Al poco tiempo después, cuando surgió la XHTL de Alfonso Torre López, ya se contaba con más aparatos receptores de FM en la capital, aunque todavía tenían un alto costo, así comenzó a formarse la creencia de muchas personas de que la FM estaba enfocada a niveles medio altos y altos de la sociedad.

“Quienes querían escuchar música de alta calidad recurrían a la Frecuencia Modulada, y así, la radio de Amplitud Modulada empezó a buscar nuevos caminos por un formato abandonado desde 1950: el formato hablado”.<sup>5</sup>

En el caso de laXHOB, comenta el señor Fernández que la aceptación del público para ellos era lo básico, y que ya para aquél entonces se hacían encuestas para determinar cuántos hogares tenían sus radios encendidos y escuchando la Frecuencia Modulada, y las encuestas arrojaban un 60% de radio apagado y el 40% activo en AM, y cuando el Ing. Fernández comenzó con la FM se invirtieron las cifras, pues había un 60% de radio encendido en la FM y un 40% apagado. La permanencia de un radioescucha en AM era de media hora y posteriormente lo apagaban o cambiaban de estación; para el caso de la FM los periodos de permanencia de la audiencia eran de tres horas o más, con esto, se marcaba una gran diferencia en cuanto a preferencia.

Según comenta Ana Newman, en la actualidad tanto la AM como la FM han empatado en cuanto a gustos de la audiencia, pero llegó un momento en aquel tiempo en que comenzó a notarse más el desplazamiento que causaba la programación de la FM por el de la AM, tanto, que la programación de este último se comenzó a reducir a programas de complacencias.

---

<sup>5</sup> De Anda y Ramos Francisco. Op. Cit. pág. 59

### ¿Cómo era la programación?

Llamamos programación radiofónica al contenido de las transmisiones; a los símbolos emitidos por la radio. Algunos radioescuchas actualmente se concentran en atender el mensaje, cuando son noticias o comentarios de su interés; y algunos los usan como compañía, para trabajar, leer, estudiar o manejar.

En un principio la programación de laXHOB era entre un 95% y 96% de música instrumental. El señor Fernández Cabrero estuvo recopilando música instrumental de casi todos los países hasta juntar una selección musical muy importante y que le gustaba al auditorio, pues se recibían cartas que expresaban su gusto por la programación y seguían pidiendo algún tipo de música en especial. Transmitían música francesa, alemana, grandes bandas, jazz, etc.

Posteriormente se tuvieron programas periodísticos y de entrevistas, el señor Fernández Cabrero llegó a tener más de 1500 entrevistas a personajes importantes de ese tiempo. Cuenta entre sus grabaciones una entrevista a tres Presidentes de la República, al Secretario de Estado o a gente de la Política Internacional, banqueros y artistas. Recibía a promotores de disqueras y en ocasiones la primera estación que visitaban en toda la República era la OB en San Luis Potosí.

También contaban con corresponsales, por ejemplo, el que se mandó a las Olimpiadas de Montreal por cuenta de la propia estación, además se tuvo el seguimiento de giras de dos Presidentes de la República. A Luis Echeverría lo acompañó Roberto Naif Curi que era Presidente de la Federación de estudiantes y que fue invitado por el mismo Echeverría y lo acompañó hasta Canadá, Inglaterra, Francia, Alemania, Rusia y China. Durante esta gira se recibían por teléfono y se pasaban al aire todas las actividades realizadas.

La XHOD comienza transmitiendo música instrumental, pero al poco tiempo su Gerente General, el señor Elías Navarro Martínez decide dar un giro en la programación, basándose en un estudio realizado por alumnos de la Escuela de Comercio en donde se indicaba que en San Luis Potosí el 52.3% de la población todavía no cumplía los 20 años.

Elías Navarro comenta: “Reestructuramos totalmente la estación, revivimos algunos programas que nos habíamos aprendido en Radio Mil, Café Concierto del Pelón Gutiérrez, Concierto de Música Moderna, cambiando todas las estructuras del radio. Empezamos por hablarle de tú al auditorio, con algunas quejas: Oye, que igualadote eres”..., “Cálmate, no te estoy hablando a ti viejito de 90 años, le estoy hablando a los jóvenes...”

La XHTL siempre se distinguió por tocar música instrumental, suave, rítmica, romántica y en ocasiones música en inglés.

Actualmente, “la programación de una estación se rompe por una secuencia de pequeñas unidades de extensión variable”.<sup>6</sup> Pueden ser desde algunos segundos hasta tres minutos, y los conocemos como spots o anuncios. Los programas seden desde 30 segundos hasta 4 minutos de su tiempo. Con frecuencia, un programa de 15 minutos dura realmente 13 minutos; esto permite al programador colocar uno o más comerciales antes del siguiente programa.

### ¿Cuáles eran los precios iniciales de la publicidad en FM?

Las estaciones comerciales de AM que existían a principios de la década de los setentas, XEBM, XEPO, XECZ y XESL, tenían una facturación relativamente baja, los spots se cobraban de entre los 75c. hasta \$2.50 de ese tiempo. Tenían el precio del anuncio muy barato para poder vender y esto volvía los espacios publicitarios más grandes, en ocasiones se escuchaba en un lapso de media hora solamente dos canciones y el resto era publicidad.

<sup>6</sup> De Anda y Ramos Francisco. Op. Cit. pág. 402

Hubo una época en que el periódico "El Sol de San Luis", tenía su estación de Radio, la XESL, vendían los espacios para la publicidad del periódico regalando como parte del trato los espacios de publicidad en radio. Esta situación hizo que se devaluara el precio de la publicidad en radio y las demás estaciones tuvieron prácticamente que regalar también para poder vender.

La llegada de la FM trajo consigo cambios en cuanto al precio de la publicidad en radio, la XHOB con el Ing. Fernández Cabrero al frente comenzó cobrando \$5.00 por cada spot de radio. Con la XHOB, XHOD y XHTL la facturación de la FM superó a las que habían estado como antecedente de todas las estaciones de AM.

#### ¿Cómo surge la única estación permitida en FM?

Para el señor Manuel Carrillo Grageda, personaje de gran importancia para el impulso de Radio Universidad y quien fue Director de ésta en varias ocasiones; una de sus más grandes ilusiones era la transmisión en Frecuencia Modulada.

En el año de 1983, el Sr. Manuel Carrillo Grageda hace evidente la necesidad de que Radio Universidad ampliara su cobertura llegando incluso a localidades de los estados vecinos como Zacatecas, Aguascalientes y Guanajuato. Con el proyecto de descentralización de la Universidad se planteó la posibilidad de llevar la señal de Radio Universidad a los municipios de Rioverde, Valles y Matehuala, con el objeto de transmitir en Frecuencia Modulada.



Sr. Manuel Carrillo Grageda

A partir de 1984, le comenzaban a llegar ofertas de empresas de México y en ocasiones también de Estados Unidos; una empresa de nombre SAPSA ofrecía en ese año una planta transmisora de Frecuencia Modulada de 100 watts a un precio razonable. En ese mismo año, el señor Carrillo comienza a realizar los primeros trámites para obtener un emisor de Frecuencia Modulada logrando su compra. Al mismo tiempo, el rector de entonces, el Lic. Guillermo Delgado otorgó a la emisora el edificio que inicialmente albergó la Facultad de Derecho, construido en terrenos propios del Edificio Central y que eran ocupados por un frontón y una cancha deportiva, con estas nuevas instalaciones se propició un mejoramiento tanto en las cabinas como en la fonoteca, un estudio más amplio para grabaciones y un espacio para el taller de mantenimiento y el transmisor de FM, además del auditorio Daniel Berrones Meza.

En 1986 se dota al departamento de grabaciones un nuevo equipo: una consola de 16 canales marca TEAC y monitores.

Tres años después se adquiere para el mismo departamento una nueva grabadora reproductora de ocho canales para cinta magnética de 1/2 pulgada, así como una consola de 12 canales para que, junto con la grabadora mencionada fueran la base para producciones radiofónicas de alta calidad profesional y para apoyar a los nuevos programas de FM.

Lo anterior fue posible con el apoyo del Lic. Alfonso Lastras Ramírez quien se interesó de inmediato por el proyecto.

En octubre de 1989, la Secretaría de Comunicaciones y Transportes otorgó el permiso para la instalación del transmisor de FM designando la frecuencia en la banda de 88.5 Mhz y las siglas de identificación XHUSP.

En 1991 se instaló la FM en Radio Universidad, se hicieron pruebas y el 18 de Enero de 1992 salió al aire.



Cabina de Radio Universidad actualmente

En octubre de ese mismo año, por disposiciones del rector se fusionan en un solo departamento las dos radiodifusoras y Televisión Universitaria bajo el nombre de Dirección General de Radio y Televisión de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, bajo la responsabilidad de la Lic. Pilar Delgadillo Silva.

## GRUPOS RADIOFONICOS

En la década de los años cuarenta tuvo inicio un fenómeno que no tendrá fin: los grupos radiofónicos que buscan afiliar a estaciones pequeñas de los estados para representarlas publicitariamente y que tienen su sede en el Distrito Federal. Innumerables son los grupos que han surgido con este propósito, muchos de éstos tuvieron vida efímera, y los que han sobrevivido al paso de las décadas, deben su permanencia a que están fincadas sobre la producción del capital generado por la explotación comercial de varias concesiones radiofónicas ubicadas, por lo general, en varios puntos del país. Todos estos grupos requieren necesariamente de instalaciones en la Ciudad de México, aún aquellos (como el grupo regiomontano Estrellas de Oro) a los que no les interesan los capitalinos como receptores de su mensaje (o al menos eso se desprende de sus proyectos). De otro modo no podrían entrar en contacto con el mercado publicitario que a su vez tiene la mira puesta en la capital de la República.

En el año de 1941, el señor Emilio Azcárraga se asocia con un señor de nombre Clemente Serna Martínez y forma la empresa Radio Programas de México, ésta es considerada como la primera empresa en explotar comercialmente la grabación de programas en cinta magnética y discos de acetato. Esta organización se dedicaba a grabar los programas más importantes de la XEW y la XEQ y los vendía tanto en territorio nacional como en el mismo Distrito Federal. A consecuencia de los movimientos de programas creados ahí mismo y de beneficios económicos muy grandes, se creó la primera Cadena Radiofónica que existe en México "La Cadena Azul". En el año de su creación se contaba con seis estaciones afiliadas, y para 1950 eran ya 92.

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 ofrecen a las emisoras pequeñas un tipo de programación que éstas, por sus 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 aquellas. Unas y otras se benefician: las radiodifusoras pequeñas pueden ofrecer mejores programas y cobrar tarifas más altas en sus espacios publicitarios al no contar con emisoras 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 pueda escucharse en varias localidades).

Así las cadenas radiofónicas proliferan en los años cuarentas y cincuentas. En la década de los cuarentas se forman Cadena Radio Continental (que al iniciar contaba con 25 afiliadas); Radiodifusoras Unidas Mexicanas S.A (RUMSA) con 10 emisoras; Radiodifusoras Asociadas S.A (RASA) afiliadas especialmente en Michoacán y el Bajío; Cadena Radio Mil con 36 afiliadas; Radio Cadena Nacional; Radio Central Radiofónica con 7 estaciones afiliadas.

En la segunda mitad de la década de los sesentas se crearon dos organizaciones radiofónicas que se abrieron paso exitosamente entre las que entonces operaban. Una de ellas es ACIR, fundada en 1965 por Francisco Ibarra López; y la otra es Organización Radio Centro (nombre con el que se conoce a las estaciones de este grupo en el Distrito Federal) u Organización Impulsora de Radio (OIR, nombre que adopta el grupo para las afiliadas en los demás estados de la República). Para las transmisiones a Estados Unidos, la familia Aguirre creó Cadena Radio Centro. Puede decirse que ACIR y OIR cada uno en su estilo de trabajo son el equivalente ahora, de lo que en los cuarentas fue Radio Programas de México y Radio Cadena Nacional. Estos son grupos que no solo pelean por concesiones y afiliaciones sino que ofrecen producciones propias.

En San Luis Potosí, Organización Impulsora de Radio, actualmente conocida como Radio Comunicación Profesional, tiene afiliadas a dos estaciones de Frecuencia Modulada, las cuales son: XHOB FM, 96.1, Stereo Sensación (la primera estación de Frecuencia Modulada en la capital, propiedad del Ing. Fernández y comprada desde 1980 por dicho grupo); y laXHSS que nació con el nombre de Stereo Vida, perteneciente al grupo Cristal-CIMA y que actualmente se llama "La Potosina" 91.9.

El Director General de Radio Comunicación Profesional San Luis Potosí, es el Ingeniero Luis Fernando Aguirre, y el actual Director General a nivel nacional es el Ingeniero Gilberto Solís Silva.

El grupo ACIR llega a San Luis a través de un convenio de publicidad con ACIR-México y Juvenal Briones (hijo de Don Benjamín Briones Muñoz) en el año de 1978.

Actualmente es otro de los grupos radiofónicos más importantes del país y en San Luis Potosí tiene en Frecuencia Modulada tres estaciones. Desde 1985, la concesión de Stereo Internacional XHTL (Nostalgia 99.3 como anteriormente se le conocía) está en manos del grupo ACIR. Otra estación afiliada a dicho grupo es la XHNB, "Stereo Amistad" 95.3, actualmente y desde el mes de Agosto del año 2000, se le conoce como Spazio, por una política nacional para unificar la programación y por convenios que tiene el grupo con compañías disqueras para promover a determinado artista. Comenzó sus transmisiones en 1976 siendo propiedad de Benjamín Briones Muñoz.

La XHQK 98.5 "La Comadre", (anteriormente conocida como Stereo Festival) comienza a transmitir en 1977. Todas éstas pertenecieron al Señor Briones hasta que a petición del mismo grupo se rompió la asociación y se tuvo más poder económico para quedarse con las tres estaciones del señor Briones. El actual Gerente General de ACIR San Luis es el señor Amador Rueda Martínez.

En 1977, sale al aire la señal más potente hasta la fecha de Frecuencia Modulada, XHPM Stereorey, propiedad de Elías Navarro, cuyas dos estaciones están afiliadas a MVS (Multivisión), que llegó a fortalecer a las dos estaciones de Elías Navarro en 1988.

La XHSNP, "La Caliente" nació en 1994 en la frecuencia 97.7, y está afiliada a Multimédios Estrellas de Oro, un grupo regiomontano de importancia en el Norte del país. Anteriormente, en 1992, fueron dueños de una estación llamada "Stereo Recuerdo" ubicada en la frecuencia 93.7 que desapareció 2 años después.

La XHBM "La Ranchera", nace en 1994. Esta estación se había mantenido de manera independiente, sin embargo, el señor Elías Navarro anunció en un evento que se estaban haciendo tratos para adquirirla. Su Director General es el señor Carlos Torres Corzo. Se caracteriza por ser la única en San Luis Potosí con el llamado sistema "Combo", esto quiere decir que la programación es transmitida simultáneamente en Amplitud Modulada (XEBM) y en Frecuencia Modulada (XHBM).

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 gruperá", la "música moderna en español" y la "radio hablada", esta última 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.

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, por ejemplo, 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.

#### ALGUNOS PROBLEMAS ACTUALES

La radio puede ser entretenimiento, información, o medio de enlace para que la gente tenga contacto entre sí. Aunque también puede ser el vínculo con otros aspectos que son de interés para una sociedad.

La idea que se tuvo en un principio de la FM, ha cambiado, la AM y la FM ya no tienen distinción alguna en cuanto a qué población está dirigida su programación, y a juicio del señor Ruperto Salinas: *"la FM ofrece actualmente solo música grupera y música en inglés, y la programación para la gente pensante está en la Amplitud Modulada con Radio Fórmula en la Cadena RASA, la CZ que es la ABC Radio, Radio ACIR con excelentes programas hablados, y los principales noticieros a nivel de análisis se transmiten desde la AM"*.

Continúa el Sr. Salinas señalando que *“uno de los errores en los que ha caído la Frecuencia Modulada es hacer la programación sin comentarios, se ha dejado a un lado que un programa de radio debe ser equilibrado, es decir, que todas las partes estén relacionadas y coordinadas para no caer en una discordancia o falta de efectividad”*.

Afirma el Señor Salinas: *“La forma de expresión de los locutores es una copia que pasó hace mucho tiempo de la frontera, esta procacidad de dirigirse a la gente, el hablarle procazmente de tú. Se puede hablar de tú con cortesía, el usar palabras de doble sentido viene de la frontera, el empezar a meter programas de magia blanca y brujería, también viene de allá”*.

Las estaciones de otros estados de la República, son estaciones con otro contenido, en el Distrito Federal, son casi cuarenta estaciones (tanto AM como FM), más del doble de las existentes en San Luis Potosí, de todas esas estaciones, en el Distrito Federal solo una estación toca música gruperá todo el día, y en el caso de San Luis al menos 7 estaciones programan música de este tipo.

Spazio, anteriormente conocida como Stereo Amistad ofrecía en sus transmisiones programas en vivo, pero llegó un momento en el que se comenzó a hacer la programación desde México, pues ACIR con sus 116 estaciones afiliadas pide a sus programadores a nivel nacional definir qué determinado tipo de música le gusta a la juventud y por convenios o acuerdos que se tienen con las compañías disqueras se adecúa la estación al perfil de programación requerido. Todo esto como resultado de la competencia y la centralización de las estaciones de radio.

Por consecuencia, en diferentes áreas de la República suena la misma programación, y se manda a San Luis Potosí desde México, lo mismo que a otras regiones, planeando unificar el gusto por determinado tipo de música; que lo que guste en Monterrey sea lo que se acepte en San Luis Potosí y así sucesivamente.

El pionero de la FM, el Ing. Fernández Cabrero comenta: "le están dando servicio al 15% de la población que le gusta o acepta la música gruperá y se está desatendiendo al 85% restante"... quien termina en la mayoría de los casos apagando el radio.

"Hay estaciones de radio que deliberadamente o no, son la caja de resonancia de los programas televisivos de variedades que son uno de los grandes proveedores de cantantes y canciones de moda. Las compañías disqueras, dueñas del destino de esos artistas, proveen a las estaciones de todo el material discográfico que haga falta y además de los obsequios y pagos necesarios para que esos discos se programen con frecuencia. Algunos programadores reciben un pago por parte de esas compañías, así como invitaciones a los espectáculos de lujo en donde se presentan las estrellas y algún otro tipo de bienes y servicios. Ya no se sabe si el público tiene otras expectativas que no sean esas".<sup>7</sup>

### ¿Qué está sucediendo con la Radiodifusión?

En los últimos tiempos se han venido desarrollando nuevas tecnologías en radiodifusión, como es el caso de: la estereofonía en AM, implementada desde 1990. A pesar del entusiasmo que despertó inicialmente la firma del acuerdo entre los radiodifusores y el gobierno para impulsar el desarrollo de la estereofonía en AM, la adopción de este sistema por parte de las radiodifusoras no tiene la celeridad que se esperaba. Al concluir el año de 1994 sólo 44 de las más de 700 radiodifusoras de AM que existen en el país habían solicitado a la SCT el permiso necesario para transmitir en estéreo. El desinterés de los radiodifusores por esta tecnología tiene como causa principal el escaso número de aparatos receptores dotados del dispositivo necesario para captar señales estereofónicas que existe tanto en los hogares como en el mercado mexicano de aparatos electrodomésticos.

<sup>7</sup> Romo Cristina, Op. Cit. pág. 45-47

En Septiembre de 1990, el Diario Oficial publica las disposiciones aplicables al uso de subportadoras múltiplex por parte de las estaciones de FM. Las subportadoras múltiplex se definen como "aquellas que se utilizan para estereofonía o para otras emisiones o servicios especiales".

Estos servicios pueden ser datos a baja velocidad, correo electrónico, música continua, localización de personas y otros. Una emisora de FM puede transmitir en estéreo y utilizar, al mismo tiempo, una subportadora múltiplex para prestar esta clase de servicios, todo ello dentro del mismo canal de 0.2 megahertz que tiene asignado. Obviamente, la prestación de estos servicios abre a los radiodifusores nuevas perspectivas comerciales, de ahí su interés en obtener la autorización gubernamental para hacerlo.

Con el comienzo de un nuevo siglo, medios como la radio se plantean la situación de mantener el tradicional proceso de elaboración y difusión de la programación o evolucionar hacia sistemas digitales.

Las cadenas de radio, por lo menos, las que tienen una gran difusión comienzan a dar ese salto hacia la modernidad y empiezan aunque por el momento a un ritmo lento a caminar por el mundo de los instrumentos digitales.

Pero no es este el único formato de grabación digital puesto que en el mercado también existen sistemas como DAT (Digital Audio Tape). Se trata de una cinta un poco más pequeña que la analógica. Al tratarse de una cinta su mayor inconveniente es la precisión en la búsqueda ya que es un poco más lenta, aunque su alta calidad la hacen ser un instrumento útil para la grabación de conciertos por ejemplo. Está creado para facilitar la producción y obtener calidad digital y ediciones electrónicas, el cual, en un principio fue aceptado como una nueva alternativa de calidad de audio, pero el costo de cada cassette es muy elevado, por lo que algunas estaciones difusoras no recurren mucho a este instrumento.

“En este punto y ya que hemos hecho mención a la grabación para almacenaje del material sería recomendable hablar de la documentación sonora. Siempre ha parecido que la radio es el medio que pierde el contenido informativo tan rápido como lo difunde. Las mismas emisoras en muchos casos no suelen saber qué hacer con sus archivos y no hablemos de las preocupaciones que acarrea el buscar un lugar para almacenar lo difundido. Para solventar estos problemas hoy en día se plantean unas posibilidades o hipótesis. Por un lado solo quedarse con el material que realmente encontramos sugerente para una futura utilización (cortes de voz muy concretos, documentos históricos...), almacenamiento de programas concretos (*grabación sin publicidad para ocupar menos espacio*)... Todo ello, no obstante, se debe realizar según las características, necesidades y modelo de emisora”.<sup>8</sup>

El Compact Disc permite la grabación de 47 minutos de audio en una calidad óptima. Se trata del sistema que comenzó siendo el sucesor del vinilo y que hoy en día podemos encontrar en cualquier medio radiofónico y supone un instrumento adecuado para radiofórmulas y programaciones con un alto contenido musical. El tamaño de los discos compactos es una ventaja para su almacenaje y como características complementarias mencionaríamos su calidad de grabación y reproducción y accesibilidad rápida a un punto concreto.

En noviembre de 1991 comienza sus transmisiones Multiradio Digital, primer sistema de radio digital por suscripción que opera en México. Multiradio Digital es una empresa filial de la televisora de paga Multivisión. En este servicio el abonado recibe en su casa, a través de una antena y un decodificador suministrados por la empresa, señales de radio con calidad digital, esto es con un sonido similar al disco compacto. Ofrece 20 canales de audio con música continua y sin locución. Cada canal se especializa en un tipo de música: rock, country, música clásica, jazz, boleros, salsa, etcétera. Aunque Multiradio Digital opera inicialmente sólo en el Distrito Federal, se extiende en 1992 a Monterrey y en 1993 a Guadalajara.

<sup>8</sup> <http://members.es.tripod.de/Trondheim/Radio/radio.htm>

El DAB (Digital Audio Broadcast), es otra de las nuevas tecnologías desarrolladas en radiodifusión, este sistema tiene las siguientes características: a) calidad de sonido similar a la del compact disc; b) señal resistente a las distorsiones y desvanecimientos que suelen producirse en las transmisiones de AM y FM; c) cada canal de DAB tiene un ancho de banda menor al que ocupa uno de FM; d) puede operar tanto a través de antenas terrestres como mediante transmisiones vía satélite, y puede difundirse a receptores fijos o móviles.

La tecnología DAB comenzó a ser desarrollada en 1987 por el consorcio europeo Eureka 147 integrado por 18 empresas de Alemania, Francia, Inglaterra y Holanda.

El sistema DAB creado por este consorcio, debido a lo cual lleva también el nombre de Eureka 147, tiene los siguientes fundamentos técnicos: en un ancho de banda de 1.5 megahertz pueden haber 6 canales estereofónicos, lo cual significa que un solo transmisor instalado en esa frecuencia puede enviar señales de 6 emisoras. El potencial de este sistema de radiodifusión digital puede apreciarse a la luz de las resoluciones que en 1992 tomó la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) a través de la Conferencia Administrativa Mundial de Radiocomunicaciones celebrada en Málaga-Torremolinos, España, y de acuerdo con las cuales, el segmento de 1452 a 1492 megahertz fue designado para que en él se realicen las transmisiones de DAB en la Región 2 que incluye a los países de América y el Caribe.

Si se considera que en un espacio de 1.5 megahertz cabe un bloque de 6 emisoras de DAB y que deben dejarse .15 megahertz (150 kilohertz) entre cada uno de esos bloques para evitar interferencias, tendríamos que en los 40 megahertz contenidos en el rango de 1452 a 1492 megahertz asignado por la UIT cabrían 24 bloques de 6 estaciones, es decir 144 emisoras en total.

Por lo tanto, mientras que en la banda de AM, que va de los 535 a los 1605 kilohertz, caben un poco más de 30 estaciones, y en la de FM, que abarca de los 88 a los 108 megahertz, hay lugar para 25 emisoras, en el segmento asignado a la DAB pueden operar casi un centenar y medio, lo cual muestra la enorme potencialidad de esta tecnología.

De manera paralela al proyecto europeo Eureka 147 –y de hecho en contraposición con él–, Estados Unidos comienza a desarrollar, a principios de los noventa, otros sistemas de radiodifusión sonora digital, los cuales se agrupan bajo el nombre genérico de "In band on Channel" ("En banda, en canal") más conocidos por su sigla: IBOC. La característica fundamental de estos sistemas es que no utilizan el segmento de 1452 a 1492 megahertz asignado por la UIT para la radio sonora digital, sino que tienen el objetivo de lograr transmisiones de ese tipo utilizando las frecuencias normales de AM y FM, es decir que mediante procedimientos de compresión de señales puedan realizarse transmisiones digitales, con sonido similar al compact disc. Por lo tanto, una diferencia fundamental entre ambos sistemas es que mientras el Eureka 147 requiere de un nuevo "parque" de aparatos receptores dotado del dispositivo para captar el rango de 1452 a 1492 megahertz, los sistemas IBOC aspiran a transmitir el sonido digital a través de las emisoras de AM y FM ya existentes.

La decisión estadounidense de desarrollar sus propios sistemas de radiodifusión digital se debe no sólo a la habitual disputa económico-tecnológica con Europa, sino a un hecho de carácter político-estratégico vinculado con "la seguridad norteamericana". En la Conferencia Mundial de Radiocomunicaciones celebrada en 1992 en Málaga-Torremolinos, España – conocida como CAMR-92–, en la cual, como ya se indicó, la UIT determinó asignar el segmento de 1452 a 1492 megahertz– que forma parte de la llamada Banda L–para las transmisiones de DAB, la delegación de Estados Unidos expresó un total desacuerdo con la decisión y manifestó que, a su juicio, el segmento más adecuado para la prestación de ese servicio sería el de 2310 a 2360 megahertz.

La causa del desacuerdo estadounidense fue que el sistema de defensa militar estadounidense a través de las telecomunicaciones se ubica precisamente en la Banda L, por lo cual costaría mucho trabajo a ese país desplazar tan compleja red de sistemas a otra región del espectro radioeléctrico para colocar en su lugar las transmisiones de radio digital.

No obstante, y como todo lo positivo, las nuevas tecnologías también encierran su lado negativo. “La introducción de nuevas tecnologías modifica las condiciones laborales, al menos en tres aspectos a los que no pocas veces se oponen los empleados: por un lado reduce o congela plantillas y aumenta la precariedad en el empleo. Por otro exige reciclaje y reconversiones profesionales y por último demanda un tipo de profesional capaz de desempeñar funciones muy diferentes”.<sup>9</sup> Profesionales capaces de desempeñar funciones muy diferentes podrían ser aquellas manos que podrían ejecutar la labor técnico de audio de tal manera que una misma persona realizase el trabajo de dos profesionales a la vez.

Los hábitos o rutinas de trabajo están cambiando por la implantación de las nuevas tecnologías en las radios y los trabajadores del medio encuentran en muchos casos dificultoso el cambiar de una manera de trabajar a otra máxime si han estado elaborando sus contenidos de la misma manera durante por ejemplo 10 o 15 años. Ellos suelen ser los primeros en reconocer las virtudes de las máquinas pero los últimos en aprender de ellas.

Por último mencionaremos la precariedad que se produce en el medio y el hecho de que se congelen las plantillas. Tal vez sea este punto el más achacable a las nuevas tecnologías. No cabe duda que entre un DJ nocturno o tener un multicompaq capaz de emitir música durante toda la noche los empresarios se quedan con el segundo porque salen perdiendo. Llegamos a este resultado desde un argumento tan sencillo como decir que la audiencia nocturna es muy escasa. Ante tal hecho, el mencionado capitalista prefiere ahorrarse el dinero de ese DJ en otro que le trabaje por la tarde que asegurará una posibilidad mayor de fuentes económicas que es de lo que vive la radio.

<sup>9</sup> Ibid., <http://members.es.tripod.de/Trondheim/Radio/radio.htm>

## Capítulo V

### ENTREVISTAS

A lo largo de esta investigación se hicieron un gran número de entrevistas tanto *formales* como *informales* a personas relacionadas con el medio radiofónico. En este capítulo se presenta una selección de las entrevistas más representativas para la elaboración de este documento.

Entrevista al Ing. Luis Fernández Cabrero  
Ex propietario de la XHOB

Entrevistador: ¿Cuál es la experiencia que ha obtenido a lo largo del tiempo en los medios radiofónicos?

Luis Fernández Cabrero: La historia para mí comienza desde que yo estaba pequeño. Yo nací en 1925, en 1930 mi hermano mayor Jesús Fernández Cabrero, inició la primera estación de AM aquí en San Luis.

El y yo tenemos una diferencia de 19 años, entonces él ya era joven, cuando apenas yo tenía 5 años, entonces *inició la primera estación*, entonces empezaron para mí las experiencias en el radio, él fundó varias antes de que quedara alguna de ellas.

La primera que él inició empezó en Noviembre del 30, empezó incluso antes de la XEW, la W empieza a transmitir inaugurándose el 18 de Septiembre del 31, entonces esa estación que él inició duro unos meses y después se tuvo que cerrar, porque como él empezó no sabía de legislación, incluso no había una legislación firme, después vino la exigencia de que tenía que tener una concesión y la cerró ¿no?.

Hizo otros dos o tres intentos hasta la formal, que prosperó y que hasta la fecha persiste, es la XECZ que inicialmente se llamó XEZZ que inició en el 34, en ella participó mi hermano como socio y como técnico y yo en todos esos años fui observador, pero me pude ir afianzando la vocación hacia el radio.

Entonces usan después, o sea, casi 40 años después, yo inicié las primeras estaciones en San Luis Potosí, de hecho la primera fue XHOB que la inauguramos en 1971, cuando yo fundé esa estación había pasado más de 15 años trabajando en el radio formalmente, porque yo hice estudios de ingeniería y trabajé para varias empresas, incluso la XEW y trabajé en varias estaciones de Tamaulipas, Ciudad Mante, ahí tuve la oportunidad de construir equipos transmisores entre ellos uno de onda corta que se escuchó prácticamente en todo el mundo en la banda de 49 metros.

Y experimenté por ejemplo técnicamente el uso de antenas de segunda polarización que son ahorita los fundamentos para las antenas FM, pero los que yo usé ahí fueron los de onda corta, eh, esa onda corta, funcionaba en la rama de 49 metros, repito, se escuchaban en todas partes del mundo. Tengo incluso reportes y tengo constancias incluso como la fábrica de radio Zenit que estuvo muchos años fabricando un radio portátil de todas las bandas de onda corta, traía una carta de estaciones que se podían escuchar de todo el mundo, de todos los países, había de China, Alemania, Inglaterra, Japón, etc., y de América incluso y entre ella reunía precisamente el país de México con tres estaciones: la XEW, la XED, la XECMT que era otra estación que yo había iniciado ahí, entonces pues eso es ya un logro.

Cuando yo vine aquí a poner la FM, pues fue un proyecto, este, había yo empezado años atrás pero por cuestiones de medios económicos no había podido realizar, pero yo tuve las primeras experiencias en una estación de México, esa estación se destruyó con el sismo del 57 en México y ya no se volvió a restaurar, y yo participe un poco, no muy directamente pero si tuve, este, intervenciones en cuestiones técnicas de la estación y ya en el 70, que yo ya empecé a hacer aquí cosas para radio. Hubo otros interesados, y ya ahora si que se me adelantaron a la solicitud de concesión, entonces yo tuve que comprarles a ellos los papeles de concesión para que, porque incluso ellos solo hicieron la gestión no hicieron ninguna cosa formal, entonces yo pues, negocié con ellos y tuve que prácticamente comprar las siglas y la concesión y aparte financiar el equipo y todo lo demás. En ese entonces no había estaciones de FM casi, en algunos de los estados de la república, había en el D.F., posiblemente en Guadalajara, Monterrey y ya. Entonces iniciamos la FM aquí, saliendo al aire el 21 de marzo de 1970, eh, en la ocasión tuvimos que transmitir una hora y media en período de pruebas, esa fue una estrategia para poder estar transmitiendo con un mínimo costo, verdad, se transmitió una hora y media de periodo de pruebas, eran como de 10:00 a.m. a las 7:00 p.m., no había anuncios más que las identificaciones y pura música, eso sirvió para ir poblando de radios FM la ciudad y sí se pobló rápidamente y al año y medio inauguramos.

Para esa inauguración, este, estuvo oficialmente el gobernador Antonio Rocha Cordero y estaba como Presidente Municipal el Sr. Antonio Acebo, entonces ellos dos participaron con palabras en la inauguración de esa primera estación, y pues eso fue una inauguración cien por cierto oficial y formal, verdad, y la OB todavía está funcionando, ahorita se llama como logotipo Radio Sensación, este, yo la estuve operando 10 años y después pues, la vendimos a los actuales concesionarios que son los Sres. Aguirre.

E: ¿Para Usted comercialmente qué representó la AM en San Luis Potosí?

L.F.C.: Pues la experiencia comercial en ese aspecto es la siguiente: Había solamente cinco estaciones de AM aquí en San Luis y todas estaban con una facturación pues relativamente no muy buena, se cobraban los spots desde 75 c. hasta \$2.50, eran los precios de los anuncios. Hasta ese entonces yo con la primera estación empezamos cobrando \$5.00 y anuncios hasta \$60, eh, el spot de radio, y nuestra facturación supero a las que habían estado como antecedente de todas las estaciones de AM, y rápidamente en 2 años ya había tres estaciones, la OB, la XHOD y la entonces Stereo Internacional, era la TL, la XHTL, entonces pronto superaron del interés de los radioescuchas y las facturaciones, las FM a las AM, las FM, pues se pensaba que no tenían aceptación, pero resultó todo lo contrario.

Ahorita las empresas que tienen las estaciones de radio viven prácticamente de la FM y con eso están subsidiando a las AM, es decir, si es un cambio, este, muy significativo, en ese entonces nadie creía que la FM era comercial pero nosotros iniciamos una etapa de cambio en el tipo de programación. Las estaciones que funcionaban en el D.F., trabajaban a base de música continúa, muy poco anuncio, pero música, música y música. Nosotros empezamos a trabajar con una idea más dinámica, teníamos noticieros, teníamos enlaces, teníamos, este, reportajes, programas en vivo, y muchas cosas que incluso estaciones de AM no habían hecho jamás aquí, y eso fue lo que dio la pauta para que la FM, pues, tuviera el éxito que ha tenido.

E: ¿Qué tanto desplaza la FM a la AM?

L.F.C.: Se ve que las estaciones de FM superaron a las de AM, en cuestión de audiencia y naturalmente también en ventas, porque como decía, ya están, eh, prácticamente subsidiando a las AM, entonces ahí se ve que sí ha habido un desplazamiento. La aceptación del público era lo básico, la gente, nosotros hacíamos sondeos de audiencia y superábamos por mucho a las audiencias de las AM. En ese entonces había unas encuestas para determinar cuantos hogares y radios estaban encendidos y escuchando los radios ¿no?, y las encuestas arrojaban un 70% de radio apagado en AM y el 40% activo, y cuando nosotros iniciamos la FM invertimos las cifras, pero la mayoría

escucha FM y la permanencia de un radioescucha en AM era de media hora, periodos de media hora y luego ya lo apagaban o cambiaban de estación, y con las estaciones de FM los periodos de permanencia eran de 3 horas o más, entonces había una diferencia muy grande de preferencia, la otra tenía muy poca audiencia.

E: ¿Sabe si hubo apoyo del Gobierno u otras instituciones para introducir la FM en San Luis Potosí?

L.F.C.: El apoyo de los gobiernos municipal y estatal, no, no ha sido realmente un apoyo, tuvimos la aceptación incluso la solicitud del Gobierno del Estado para pasar programas de difusión y consistía en estar difundiendo, las obras que se estaban haciendo y presión en un programa informativo que hacíamos para Gobierno del Estado que se llamaba San Luis Informa, patrocinaba Gobierno del Estado, pero vamos a decir, que es un, que eso es una cosa que no es propiamente un apoyo, porque no había realmente una participación más activa para que hubiera FM, ¿no?

E: ¿En qué proyectos ha participado y cuáles han sido los más sobresalientes dentro del medio radiofónico? (si es que los hay)

L.F.C.: Las experiencias a lo largo de mi vida, prácticamente yo he dedicado todas mis actividades fundamentalmente a radio porque como yo les decía, participaba en estaciones como la XEW y esa estación, Radio Joya de México que era, que fue la primera que se fundó en México y aquí en, más bien en el mercado de Tamaulipas, en la fundación de estaciones de onda corta, duraron como 6 u 8 años transmitiendo.

Pero en ese entonces no había cadenas de televisión, entonces se hacía por radio, las transmisiones de la W se pasaban por cable submarino que hay entre Londres y Nueva York, de Nueva York a México por vía microondas y yo la captaba por onda corta, más bien por onda larga, allá en Ciudad Mante y la retransmitía por onda corta, entonces por onda corta regresaba a Europa y a otros países de Europa, entonces recibimos varios reportes como ese, este, la gente, no podía escuchar las estaciones de Inglaterra pero escuchaba las de México y así por el estilo.

Teníamos por ejemplo, este, también reportajes de otros países como por ejemplo Brasil, donde reportaban que era la única estación mexicana que escuchaban, Brasil, y hasta nos decían y nos felicitaban por la importantísima señal y así como eso tuve muchísimas más experiencias, fueron muy gratificantes, en otros países la señal de México se seguía escuchando a través de la onda corta y pues todo eso a mí, me entusiasmaba porque me llamaba la atención la radiodifusión tanto en la parte técnica como la parte dinámica del contenido que se transmite y yo he estado funcionando también como técnico, administrador, productor.

Hemos hecho una serie de programas, este, con mucha aceptación tanto nacional como en el extranjero por cosas que son un poco casualidad y un poco por inquietud, lo que me llevó a hacer radio en una forma más dinámica, este, pues yo les digo, las experiencias personales son muy importantes, posiblemente yo soy una de la personas que disfrutaron más del radio.

E: ¿Qué fue lo que lo llevó a usted a incursionar dentro de la radio?

L.F.C.: Bueno, lo que me llevó a meterme a la FM, pues, fueron las experiencias que tuve en cuanto a la calidad de transmisión que se sentía, cuando yo estuve participando en la Radio Joya, como era la primera estación que se escuchaba en FM, pues se notaban las diferencias entre la calidad de sonido entre una y otra y por supuesto pues yo anduve trabajando como 20 años fuera de mi pueblo natal que es San Luis Potosí y siempre tuve la inquietud de regresar a San Luis y fundar una estación y opté por la FM porque era el radio evolucionado técnicamente, las estaciones de AM existían desde mucho antes y, este, cuando ya supieron que existía la FM y tenía calidad superior.

Una idea mía fue fundar una pero de mejor calidad que sería la FM, entonces es el problema de las cosas que me llevaron para poner la FM aquí. La FM en la forma en que yo la planeé y la realicé también me di cuenta que había sido un motor de desarrollo social y económico, porque atrajo más movimiento económico aquí a la ciudad, el comercio se revitalizó porque había esa clase de medios, ¿verdad?, yo también tengo de eso ciertas constancias por las vivencias que tuve en ese aspecto.

E: ¿Cómo hizo Usted para que los comercios se anunciaran en su estación?

L.F.C: Hubo negocios que estaban trabajando, pues... lo que se acostumbra en los comercios, haciendo ofertas semanales, gastando en comprar tres páginas de periódico a la semana para producciones. Entonces a esos negocios yo les hice producciones de radio en las que ellos, eh, en lugar de gastar las tres páginas utilizaban el radio y conseguían resultados cuatro veces mejores de lo que entonces, se había visto y eso fue pie para que los negocios crecieran, es decir, una cadena de tiendas de las que existen aquí. Era una tienda al grado de llegar hasta cinco tiendas y entonces eso es una evidencia de que la promoción en el radio, en vivo, a base de la palabra hablada no estricta, era más dinámico y más efectivo. Entonces estamos completamente convencidos de que el radio cuando se hace con todas las, pues, expectativas que puede tener un medio se llega a una cantidad de gente de una forma más estricta.

Tengo varias experiencias en ese aspecto, de varias promociones que se hicieron comercialmente que vendieron evidentemente mejores frutos y pues, eso lo va a ser constar el hecho de que en pocos años hubo más estaciones en Frecuencia Modulada que en Amplitud Modulada, y que en la actualidad las estaciones, las empresas de radio, viven más del producto de la FM que de la AM ¿no?,

Esa es una parte de las experiencias que yo tengo y que puedo considerar muy efectivas, las, he, encuestas que hay en relación con la importancia de los medios. Como yo estaba en la administración, tenía acceso a cosas de esas e incluso estuve participando en la Cámara Nacional de Radio, como miembro activo de las cosas.

Así como por ejemplo entre los tres principales medios de comunicación: Televisión, Radio y Prensa, quienes manejaban el presupuesto más alto en publicidad, entonces esas encuestas hechas a nivel nacional arrojaban un 66% de absorción de la economía destinada a publicidad por la televisión, un 22% era prensa y entonces había un 12% en radio.

El radio era el medio que menor cantidad de recursos manejaba pero a la vez era el que más gente tenía de audiencia, comparada con la televisión y con la gente que lee el periódico e impresos, teníamos un universo más grande, tres veces más grande que cualquier otro medio.

Eso denotaba entonces que la parte económica no estaba siendo bien administrada, más no que fuera un medio que tenía el tercer lugar por abrirse y esa estación parece que persiste todavía, porque los medios, es decir, el medio electrónico que es la televisión ahorita a superado las audiencias. Tenemos casos matemáticos como aquí en el país; México, DF., donde encuestas indican que el 84% del radio está apagado, entonces esa enorme ciudad tan grande que hay de casi veinte millones de habitantes, 14, 16, este, escucha radio solamente el 16%, eso es una tristeza porque si es un medio tan dinámico esta apagado ¿por qué razón?... Pues porque la gente escucha cuando le interesa algo, cuando no lo quiere escuchar se va a otro medio, como es este caso la televisión, entonces esas son situaciones actuales que deben ser tomadas en cuenta por las empresas y las personas que trabajan en los medios de comunicación, para revitalizar ese medio tan importante que es la radiodifusión.

El Radio no puede morir ahí, tiene que seguir existiendo, pero se tiene que manejar de manera más consciente para meditar esa, pues, ese drama, de una cosa tan importante que teniendo tanta posibilidad de ser escuchado, pues, no se escuche, porque la gente que lo maneja no tiene la capacidad adecuada para hacer que rindan los frutos, tanto a las empresas como a la gente que lo escucha.

La gente que escucha debe tener un beneficio y un interés para poder prender el radio y sacar algo de escucharlo, ¿no?

Puede ser entretenimiento, puede ser información, puede ser cultura, puede ser simplemente un medio de enlace para que la gente tenga contacto entre sí y otros aspectos de interés que son simplemente interesantes e importantes para una vida social, este... más rica, vamos a decir.

En las comunidades aquí del estado de San Luis Potosí hay una cosa que yo quiero señalar como muy importante, nuestra población en el estado ha ido variando en cada década que se hacen censos, pero la proporción que hay entre población citadina y población rural es de 2/3 a 1, así que 1/3 de población vive en ciudades y 2/3 de población viven en comunidades pequeñas. Aquí tenemos por ejemplo: la Zona Media, la Zona del Altiplano y la Zona Centro, entonces, en esas tres zonas dejamos 1/3 de población agrupadas en ciudades y 2/3 que no viven en ciudades y que se pueden

considerar como audiencia no atendida por los medios de radiodifusión. Entonces quiere decir que estamos dejando a 2/3 sin servicio, por atender a 1/3 porque es más fácil atender a la ciudad con estaciones pequeñas que nada más cubren a las áreas aledañas a las ciudades, ésta ha sido una táctica de las estaciones actualmente en radio, entonces el día que se decidan a cubrir todo el estado van a cubrir 2/3 de población, que es una cantidad muy importante, y es una situación que no se ha contemplado por las empresas. Quiere decir que sí tiene futuro todavía el radio, lo que pasa es que no estamos llegando; de las estaciones que les menciono que hay aquí en San Luis pues hay casi 20 estaciones aquí en la ciudad, ¿Cuántas de esas pueden llegar al altiplano? Pues casi ninguna, de hecho ninguna, entonces toda esa parte del altiplano que representa 2/3 de población inatendida, pues ahí esta, no se ha cubierto.

E: ¿Cree usted que es producto del crecimiento de ...?

L.F.C.: Bueno, fue lento mucho tiempo, pero cuando aparecieron las primeras FM, empezó a crecer y a crecer y a crecer y todavía es hora que están aumentando, este... o sea que hay estaciones de reciente inauguración de FM, pero, o sea, sí sigue creciendo más no se está cubriendo la población que menciono, que es un aspecto muy importante porque toda esa gente que esta en comunidades pequeñas no recibe la información que el radio le pueda... No solo es información, como decía antes, todo tipo de información que podemos recibir a través del radio ¿verdad?, y que nos está dando. Entonces yo veo que si habría un futuro cada día importante desde el punto de vista comercial y desde luego también social, porque eso puede proporcionar cambios sociales para que toda esa gente se incorpore al movimiento social y económico del estado. Y repito, no es poca gente, es una mayoría en realidad, entonces si hay un futuro para radio, para gente que tenga la idea, la fuerza y entendida realmente lo que el radio puede representar en ese aspecto.

Esa ha sido una de las experiencias que yo he obtenido con esa vida que yo he llevado dentro de los medios, eh... ya tengo algunos años, puede decirse que casi retirado porque... cuando yo vendí la estación de FM, pues ya dejé de participar en la producción, en la parte activa de lo que es la radiodifusión, las ideas.

Actualmente doy algunos servicios en la parte técnica, en algunas estaciones de Matehuala, Cd. Valles, Río Verde, este... y de aquí de la ciudad, pero realmente ya no estoy participando en la parte activa del contenido del radio y yo considero que en ese aspecto pues sí se necesitan gentes que promuevan esa clase de actividades.

E: ¿Cuántas estaciones llegó a tener usted?

L.F.C.: Eh, sí, cuando yo inicié el negocio tenía dos, las dos concesiones que yo adquirí la OB y la OD. Después tuve que vender la OB para poder tener los resultados y sacar la OD adelante, que fue la primera que inició transmisiones y pues después ya se vinieron varias estaciones y he colaborado casi con la mayoría pero, este... en la parte técnica nada más y pues, eh.. ahora sí que en la parte económica me fue bien, no, no tengo, vamos a decir, experiencias en las que haya tenido que invertir y perder dinero, todo lo contrario, siempre fue un negocio, nada más que el radio es uno de los negocios en los que hay que trabajar bastante, no o es un negocio pasivo. Si uno quiere que el radio funcione hay que trabajarlo en muchas cosas, porque si no se hace de esa manera no fructifica, como cualquier persona que haga el empresario, pues tiene la esperanza de que así sea, no es una sinfonía que la gente va y le pone ahí el dinero y ya funciona.

E: ¿Tuvo problemas para obtener las concesiones?

L.F.C.: Sí, los problemas para obtener concesiones, este, siempre ha sido la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la que otorga concesiones mas no es la única que interviene, eh, ya hace muchos años que existe un consejo que esta formado por miembros de la Secretaría de Gobernación, Secretaría de Comunicaciones y Transportes, de la Secretaría de Salubridad y de la de Educación.

Esas cuatro Secretarías tienen dos miembros en el Consejo, y aparte también hay miembros por parte de la difusión que están presentando a la cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión. Entonces, ese Consejo es el que realmente estudia las posibilidades y condiciones que se tienen que llenar para que se otorguen las concesiones.

Entonces eso lo hace un poco, este, pues difícil, eh, y hay que cubrir muchos requisitos para concesiones. No es cosa nada más de dinero, es cosa de hacer estudios económicos, demográficos, técnicos, y que vayan de acuerdo con lo que cada Secretaría está ahí cuidando. La de Comunicaciones y Transportes pues prácticamente se basa en la parte técnica, que estén dentro de las normas que hay. La de Gobernación atañe a lo que interesa al país, y Salubridad y Educación también por todo lo que se dice en Radio, este, si afecta a la educación o a las costumbres por eso están ahí cada uno cuidando el aspecto que le corresponde y ponerlas condiciones. Por ejemplo, la Secretaría de Educación es la que da los certificados para locutores o los cronistas y toda esa gente que trabaja con los micrófonos y la de Salubridad pues cuidando para que no se les oriente a la gente con propaganda que afecte a la salud.

Y así por el estilo, entonces esas cosas hacen compleja la...el otorgamiento de concesiones, naturalmente todo eso va relacionado con costos, eh, este, en un principio las concesiones eran gratuitas, ahora ya tienen un costo más o menos elevado y se dan con muchas restricciones porque hay que proteger los intereses creados de todas las que ya existen mas eso no es realmente el problema principal, el problema principal es hacer los estudios adecuados para demostrar que si es necesario el crecimiento de las estaciones de radio porque la población crece.

En un principio se establecía que era elegible una ciudad o población para tener una estación de radio siempre que tuviera un mínimo de veinticinco habitantes, en una población que no hay tres millones de habitantes prácticamente se le niega porque suponen que no va a haber suficientes medios de movimiento económico para que se sostengan las estaciones y en ese criterio pues muchos años duraron basándose en ese aspecto. Ahora aquí, en un Estado como el nuestro, pues ya tenemos logrado la cantidad de gente. Simplemente aquí en la capital, yo estimo que aquí en la capital andamos ya cerca de los tres millones de habitantes y pues naturalmente si tenemos veinte estaciones todavía falta mucho por llenar, por eso es que creo que si hay, si hay perspectivas para iniciar nuevos radios, incluso en las meras estaciones que ya existen pues hay también perspectivas porque crecimiento en cuanto hacer crecer el número de radios

encendidos que es una de las cosas que también se debe fijar la gente, eh... pues no se...

E: ¿Cómo eran las primeras transmisiones de la FM, no había anuncios?

L.F.C.: No, eh, nosotros duramos año y medio transmitiendo la identificación y este... y música, y generalmente la música que transmitíamos era 95 o 96% instrumental, una que otra tenía cantos.

E: ¿Tenían algunos programas definidos, de Orquesta o así?

L.F.C.: Si, teníamos programas porque yo estuve recopilando música este, de casi todos los países este, de música Instrumental, la que se podía conseguir grabada, este pues de los países mas civilizados de Europa y de aquí de América y teníamos una selección de música mucho muy interesante. Y la gente nos escribía a diario, un montón de cartas eh, porque complacíamos mucho ese tipo de programación y yo le puedo decir que todavía después de 15 o 20 años de que se, de que este, se empezaron a transmitir esos programas, hay estaciones de aquí que las siguen repitiendo, el mismo tipo de programación porque es un tipo de programación que siempre gustó.

Aunque ya ahorita en este momento pues las cosas han cambiado, hay muchas más cosas de música nueva que hay, que no se han escuchado, que se siguen dejando marginadas, por ejemplo tenemos ahorita una deficiencia muy grande digo yo, de las diez estaciones FM que pudiera haber aquí, seis están transmitiendo música grupera que quiere decir que están dando servicio al 15% de la población que le gusta o acepta la música grupera y están desatendiendo al 85% que es la que apaga el radio porque no les interesa esa programación, eso quiere decir que no está bien enfocado entonces la audiencia, puede crecer si se tiene una programación que satisfaga a más gustos por eso la gente no prende el radio. O sea, hay mucho que hacer. Ahora, la música nueva, si existe un montón de música, de modalidades nuevas que hay en todos los países, ¿verdad?, no nomás existe la música Grupera, o la Ranchera o el Rock, hay muchos géneros de música, ¿verdad? Y todos ya con un repertorio ya grabado y no se está utilizando.

Hay mucho que hacer en música y eso hablando de música, hablando de otras cosas, con mayor razón, vamos a encontrar mucho que hacer en el radio, entonces, la gente que está dedicada a los Medios de Comunicación, todos los profesionistas que salen de la escuela de Ciencias de la Comunicación, ahí pueden encontrar un espectro muy grande de actividades que hay que llevar, hay que comunicar a la gente todo lo que hay que comunicar, y repito, no solo es música, hay muchos temas que hay que tratar y dignos de llevar a la gente a través del radio o algún otro medio masivo de comunicación como la televisión.

Pero falta a mi juicio ¿verdad? falta un poco más de pues, visión de lo que la gente necesita, estamos viendo ahorita, en este momento la proliferación de otros programas, de los llamados “talk show” que prácticamente así en palabras vulgares es un cotorreo de temas que no valen la pena trabajar de esa manera.

Los temas si son eh... muy humanos pero no, no es para que haya ocho programas de televisión diariamente porque uno se pone a contar cuantos hay de ese tipo, ¿no? Y todo eso es tiempo perdido.

Desde ese punto de vista hay mucho que hacer en producción pero hay que trabajar, hay que trabajar para poder hacer la producción y a mi juicio ese es el enfoque que falta: gente que tenga la visión de ver qué es lo que la gente necesita recibir a través de los medios de comunicación como radio y televisión.

E: ¿Cree Usted que se sigue cumpliendo con el objetivo que Usted tenía?

L.F.C.: Yo pienso o estoy mas bien convencido de que si cumplimos un objetivo porque nos dimos cuenta de cómo influyó la presencia de ese nuevo radio para el desarrollo de la población. Influidimos mucho en ese aspecto y creo que en ese momento si se cumplió ampliamente la perspectiva porque este, nosotros le llevamos por ejemplo a la población en música simplemente una perspectiva que no tenían a su alcance antes de que existiera la FM, aquí se transmitía música rancherita, boleros y música pop pero nada más tres o cuatro estilos nada más.

Nosotros trajimos un amplio espectro de música de nivel cultural mundial, entonces acceder a esa clase de niveles de música es un logro porque ya mejora el gusto de la gente. Pero no nos concretamos a la música, tuvimos programas periodísticos, programas de entrevistas, yo tengo incluso grabadas más de 1500 entrevistas a personajes de ese tiempo de lo más, este, como se dice, prominentes.

Tenemos una entrevista a tres Presidentes de la República, al Secretario de Estado o gentes de la política Internacional, banqueros, artistas de todos ¿verdad? Aquí venían los promotores de las disqueras, la primera estación que visitaban no nomás de San Luis, de la República era la OB en San Luis Potosí.

Teníamos ese cartel, aquí me llegaron los promotores de Lucía Méndez cuando empezó con su primer disco y artistas así de esa calidad. Y venían los promotores primero a la OB antes que ninguna otra parte. Teníamos un lugar destacado, eso habla de la importancia de lo que estábamos haciendo en ese aspecto.

Pero teníamos otros programas, nosotros mandábamos por ejemplo, siendo una estación única, no una cadena, mandamos un corresponsal a la Olimpiada de Montreal, por cuenta nuestra y tuvimos seguimiento de giras de dos presidentes de la República. A Luis Echeverría lo acompañó por una invitación que le hizo el presidente personalmente al entonces presidente de la federación de estudiantes que era Roberto Naif Curi, nosotros lo acondicionamos como corresponsal de nosotros y en todos los países que visitó, visitó Canadá, Inglaterra, Francia, Alemania Rusia y China en esa gira.

En todos esos países, donde paraban ahí, recibimos directamente por teléfono y se pasaban al aire todas las crónicas desde allá, o sea, una estación de provincia con esa clase de programación, que alcance tenía ¿no?

Y como complemento yo tenía un teletipo que empezaba a funcionar a las 7 de la mañana y terminaba a las 12 de la noche y todo el día recibía noticias e informes, pasábamos noticias y resúmenes cada hora y teníamos un telex para mandar de aquí la información a las agencias de información de México, ¿qué estación tiene eso? Nomás la "W" en México tenía eso, en provincia no existía esa clase de... O sea, había otro tipo de idea, no nos...

consideramos nunca pequeños en ese aspecto. Éramos tan capaces de hacer lo que cualquier estación de muchos recursos y pues todo eso se hizo a base de ingenio no de dinero.

Entonces te digo, el radio tiene una perspectiva muy grande.

E: ¿Quiénes estaban con Usted en ese tiempo, quienes lo apoyaban para impulsar la FM?

L.F.C.: Bueno, no tuve yo más que la simpatía de todo el comercio de aquí, de la Sociedad, de la gente que nos escuchaba. Tuvimos incluso al revés el contrapeso de las estaciones que nos hacían la guerra, sentían el estirón que nosotros estábamos haciendo. Y pues tuvimos ahí pues algunas dificultades, como dicen le ponen a uno piedritas en el camino ¿verdad?, nos echaron ahí encima al Sindicato, tuve una huelga de mes y medio que la ganamos pero nos pararon mes y medio porque no hallaban que hacer con nosotros pero con todo y eso, digo, todo salió bien.

E: ¿Y por qué fue esa huelga?

L.F.C.: Bueno, periódicamente se hacen, se hacían, cada dos años revisiones de contrato, en la revisión de contrato pues se habían cumplido todas las cláusulas y había incluso empleados que habían recibido el 100% de aumento, cosa que nunca se ha hecho realidad. Pues ahí se concedió pero le buscaron pretextos para no ceder y se llegó a la huelga y como era su pretexto de que llegaban al margen, pues por ahí fue donde ganamos la... nos pararon mes y medio pero de forma ilegal, a la hora que ya se comprobó todo aquello ¿verdad? Pues tuvieron que soltar y claro pues después ellos sufrieron las consecuencias porque todos los empleados que estaban ahí salieron completamente y eso fue pues un golpe muy duro para un Sindicato, para una huelga de esa manera pero pues así se aprende, y no pues este... eso nunca fue motivo de, yo no me enemisté ni con ninguno de los empleados ni con los del Sindicato, yo sigo teniendo buena amistad con todos pero si demostramos que hay carácter, cosas de ese tipo no separan.

Pero digo sí, el principal apoyo fue el público que nos apoyaba en ese sentido, el comercio que también nos seguía porque le dábamos buenos resultados y nuestra gran voluntad de hacer las cosas, pero así otro tipo de

apoyos no, en lo personal de gentes pues no, todo lo hicimos prácticamente encabezando yo y algunos miembros de mi familia que me ayudaron mucho, eh, dos de mis hijas y dos de mis hijos que me ayudaban en ese aspecto, pero de ahí en fuera no, realmente lo hicimos todo con esfuerzo muy nuestro.

E: ¿Recuerda Usted cuáles fueron los primeros comercios que creyeron en la FM?

L.F.C.: Si este, mire, la Sears, los supermercados, Super Alamos eh... Había otros, Del Sol y varias empresas así de las que tenían comercio, la que ahorita es cadena del Rey, también esas gentes son de las que crecieron precisamente en base a los esfuerzos publicitarios que nosotros hacíamos y pues muchos negocios de aquí que nunca se habían anunciado en un medio, los hicimos meterse con nosotros y pues salir adelante, prosperar y pues sí, en toda la gente había mucho entusiasmo, mucha simpatía por lo que la FM lograba, así pues esa es mi experiencia personal.

E: ¿Su relación con los otros directivos de las estaciones de FM como era?

L.F.C.: Muy buenas, tan buenas que siempre me... bueno tres veces me eligieron presidente de la mesa directiva de la delegación de la cámara aquí y pues, este, había por supuesto intereses afectados porque había gentes de la radio que se oponían pero ya después me apoyaron mucho, eh bueno, los empresarios de aquel entonces eran efectivamente el Sr. Briones que tenía entonces seis estaciones y en un principio pues se oponía eh, sentía que le estábamos mermando su mercado pero ya después se dio cuenta que nosotros estábamos contribuyendo a que el crecimiento de la Radio fuera mejor y ya después su cambio ocasionó una mejoría en las relaciones, siempre fuimos amigos desde antes de que yo tuviera las estaciones pues ya nos conocíamos y éramos amigos pero en el momento que hubo el estira y afloja porque empezó a sentir que se le iban los anunciantes ¿verdad? Fue cuando empezó a oponerse un poco pero finalmente acabó ya comprendiendo que no era realmente ninguna competencia dañosa para él sino benéfica. Hicimos incluso después transmisiones encadenándonos con

sus estaciones, la OB era la líder de esas transmisiones y las otras transmitían o retransmitían lo de la OB.

E: ¿Cómo en qué tipo de Eventos?

L.F.C.: Bueno, nosotros hacíamos por ejemplo, eh, ese cliente que le decía que pagaba tres páginas de periódico cada semana, le ofrecimos una promoción masiva.

Poníamos cinco estaciones de radio encadenadas, dos FM y tres AM y les hacíamos promociones en vivo, llevábamos un grupo a sus tiendas, y luego ponían ofertas como gancho y esas ofertas gancho consistían por ejemplo, había una fábrica de cajeta, tenían ahí en el súper una torre hasta el techo y la estaban ofreciendo a la mitad de precio y por cierto hubo una reclamación del proveedor: "Oiga, ¿por qué estaba anunciando la cajeta a la mitad?, nos está perjudicando..." No señor, mire, esta torre que estaba aquí en un día se fue, se vendió así como pan caliente y se acabó entonces estamos pidiendo más cajeta pero ya no la vamos a poner al precio, esta es una oferta gancho, para mí yo pongo el costo, haga de cuenta que es gasto de publicidad.

El costo era esa oferta pero eso le atraía mucha gente y vendía de todo ¿verdad? Entonces esa estrategia no la habían manejado, es decir, yo fui con el primero y le dije: vamos a hacer un anuncio; y luego dijimos: pues vamos a ofrecer huevo y así ya nos veníamos con el huevo y esa tienda cerraba la calle, ni había tránsito ahí, la gente que se amontonaba para entrar a comprar las ofertas que teníamos entonces las ventas se iban para arriba y esas promociones a través de cinco estaciones de radio, eh, tremendo ¿verdad?

Y eso fue lo que hizo que empezara a crecer, dos tiendas tres, sucursales, se veía luego luego la respuesta, pues, este, esa fue realmente la tónica de hacer cosas que beneficiaran a la gente y también a los patrocinadores, pero digo, no nos concretamos a darles pura musiquita, les dábamos temas interesantes ¿verdad?

Incluso traíamos por ejemplo eh, conferencistas, hacíamos invitaciones, promovíamos las visitas de varios conferencistas que dieran conferencias aquí en la casa de la cultura, las grabábamos y transmitíamos

para dar cosas de cultura a la gente y eso ninguna estación de radio lo hacía, fueron varias gentes que hicimos ese tipo de promociones, ya en la actualidad no se han vuelto a hacer todavía y hasta mejorar porque ahora hay mucho más recursos que entonces.

E: ¿Cuál era la diferencia en el tiempo que se dio la FM con la AM? Además de la calidad.

L.F.C.: Pues precisamente la dinámica de las programaciones porque, digo, del 30 al 70 son 40 años de radio en San Luis, en donde se había transmitido pura música y anuncios nada más. Y luego yo a veces pues ponía el radio AM y oía alguna estación, hubo ocasiones en que en media hora tocaban dos canciones y el resto puro anuncio, ¿quién va a escuchar esa radio? Por eso entramos con eso y nos llevamos a todo la audiencia.

Y es que ellos tenían el precio del anuncio demasiado barato para poder vender, entonces, bueno, ellos tenían sus razones para hacerlo, hubo una época en que un periódico de aquí tenía su estación, la SL, y vendían su publicidad y decían: "Me compra publicidad para el periódico y le regalo la del radio". Entonces se devaluó el precio de la publicidad del radio y el competido tenía que regalar también para que le compraran. Entonces tenían razón de reaccionar así pero no tuvieron el ingenio de hacer algo que contrarrestara aquello y estaban de esa manera pues abajo. Llegamos nosotros con FM, con otras ideas, y las ideas fueron las que hicieron que el radio FM se escuchara, no en sí la calidad sino la forma de hacer las cosas.

E: Por último ¿Nos puede decir en dónde nació Usted y cuándo?

L.F.C.: Nací en San Luis Potosí, en el barrio de San Miguelito el 9 de Febrero de 1925, actualmente tengo 75 años cumplidos y desde los 5 años he estado en radio, cubriendo no solo la parte técnica sino también la parte activa que quizá es lo más bonito.

**ENTREVISTA ELIAS NAVARRO MARTINEZ**

Gerente General de XHOD y XHPM

Entrevistador: ¿Cuál es la experiencia que ha obtenido a lo largo del tiempo en los medios radiofónicos? ¿En qué proyectos ha participado y cuáles han sido los más sobresalientes dentro del medio radiofónico?

Elías Navarro: En cuánto a proyectos, son variables. Proyecto de programación, proyecto de radio nuevo sí, pero creo que sustancialmente como proyecto en México en 1955 participe en la fundación de la 1ª estación de FM en América Latina como locutor. En Radio Mil existe esta estación, Radio joya en México se había caído con el temblor, no salió al aire, ahí fue donde nació la idea de frecuencia modulada, estuve unos seis meses ahí hasta que echamos a andar esa estación, proyecto para poner un canal de televisión en San Luis Potosí, Canal 13, vine, junté capital, una concesión a Fausto Zapata Loredo y todo fue pa' la bola Morales, porque es él quien tiene el Canal 13.

E: Específicamente en FM, ¿Cuáles fueron? ¿Y quienes además de usted impulsaron proyectos en FM?

E.N.: Poner la frecuencia modulada aquí en San Luis, fuimos pioneros, así se nos dice, con XHOD FM, por una circunstancia legal y política.

Se compra la concesión de la OD, con penurias, sin lana, pues yo era empleado, yo era gerente general de la SL, era empleado, pues arañándole y todo con equipo usado de Estados Unidos, pero se cuajó el establecimiento de una Frecuencia Modulada, que fue la XHOD que va a cumplir 30 años. Se está al aire promocionando. Luego surge la OB, del Ing. Fernández Cabrero, surgió Canal de Lujo, luego surge la TL de Alfonso Torre López por eso es TL, una sociedad. Luego viene Paco Ibarra de México y trae la QK pasa el tiempo y Paco Ibarra se queda con el Grupo Radiofónico Briones, la BM y la CZ y Alfonso Torre le perdió a Benjamín Briones y luego viene Stereo Vida ya como nueva estación y luego viene la grupera de Monterrey La Comadre, otra estación, algo así, total que de ser una estación somos 17 porque yo compro después le compro a Joaquín Vargas la concesión de Stereo Rey, XHPM.

E: ¿En que año le compra la concesión?

E.N.: 8 años después de la OD, sí, Rey es más joven que EXA, es decir, de la OD.

E: ¿Con qué objetivo se introdujo la FM en la capital potosina?

E.N.: En mi mente, mente, comercial, fue una empresa pa' hacer negocio, hacer lana, crear fuentes de empleo, todo lo que implica ¿no? aunque un año estuvimos filantrópicamente regalándole radio a San Luis, porque la secretaría no nos autorizaba a transmitir nuestros comerciales todavía, así que un año completito que nos sirvió para crear público, todo tenía su razón de ser, cerrábamos a las 12:00 a.m. la estación, la volvíamos a abrir a las 7:00 a.m. pero teníamos la señal al aire mientras que la secretaría hacía pruebas, chequeos, todo dentro de...

Pero nos sirvió mucho porque cuando salimos con la OD ya tenía un estudio hecho, había 525 receptores de Frecuencia Modulada en la ciudad de San Luis Potosí, claro no había FM no había demanda, con ese tiempo que estuvimos trabajando fuimos el paraíso de los chiveros, todo mundo empezó a traer aparatos FM de todo tipo, aquí en Tequis, había un carrito de mariscos que se llamaba "El Puerto de Macao", y oí la estación OD, me acerco y le pregunto: "oiga señor que estación escucha", "sepa, yo nada más aprieto este botón y me echan música todo el día, y que bueno pensé, ya llegamos a un grueso de población, entonces el objetivo, no es romántico, es hacer lana.

La función del capital es hacer más capital, ya varía en cada empresario, yo siento que el capital debe cumplir varias funciones: la primera es hacer más capital, pero segunda hacer una redistribución con carácter social y yo le agrego cristiano. Somos las estaciones que pagamos los mejores sueldos, hablo de la OB y de PM, en el centro del país, que hacemos aumento de salarios sin que lo marque el contrato ley, porque no es posible que uno viva muy bien a costa del sacrificio de otro ser humano, como dijo el poeta Jorge Catrone: "Que nadie escupa sangre para que otro viva mejor", así que aquí...

E: ¿Hubo apoyo del Gobierno u otras instituciones para introducir la FM en SLP?

E.N.: Apoyo del gobierno, NO, otras instituciones, NO. Nos rascamos con nuestras propias manos y mira que pedimos apoyo, sobre todo financiamiento a los bancos, "estás loco es un sueño", vas a tronar. Particulares, lo mismo, "nombre... que idiotez poner FM, no, no, no, yo no arriesgo ni un centavo", así que no hubo una sola persona, entidad, una empresa que nos apoyara, así que todo se hizo con recursos propios.

E: ¿Qué fue lo que lo llevo a incursionar en la FM?

E.N.: Que la conocí en México, San Antonio, o sea, que yo cuando puse la primera estación ya sabía lo que estaba haciendo.

E: ¿Cómo fue el origen de su estación (Cómo y cuándo)?

E.N.: Fue muy precario, no había lana, yo compré la concesión pues financiada a otra radiodifusora que era de Don Benjamín Orozco, que le estoy muy agradecido. Pero el me vendió unos papeles en trámite!!.. Entonces hubo que meterle lana, todavía para sacarla de la Secretaría. Yo les repito, el capital ¿dónde?, a la frontera era, Laredo, La One to Radio, a la Universidad de Houston, a comprarles un transmisor de segunda cacheta, nuevecito, pues la Universidad de Houston había... QUITA 1100 V era de 3 bulbos, pero jaló perfectamente ¿no?, eso ya te daba pues cierto margen de adquisición, entonces en aquellos años costaba 20,000 dólares y yo compré el de Houston por 1,000 más los impuestos, traída, etc.

Y así empezamos a trabajar, la torre nosotros la hicimos, el equipo lo conseguimos arañando... consolas, tornamesas, micrófonos, grabadoras y también Stereorey empezó así, claro ya teníamos el apoyo de OD, pero si fue un negocio muy modesto, muy precario, pero con muchas ganas, y ¿por qué? Estábamos en 2 de abril esquina Damián Carmona, 3er. pisito, en un departamentito chiquito que no cabíamos, me tuve que llevar las grabaciones a la casa de ustedes. A mi esposa tuve que quitarle su cuarto de costura, y ahí puse todo, así estábamos trabajando. Pero con mucha ímpetu e ilusión.

Ya cuando comercializamos, la primera facturación fue de \$1,972, mi hermano Ramón, contador, dice "no mira, gastas 30,000", a mi se me arrasaron los ojos de gusto, y le dije "espérate". Claro que salimos el 24 y para el día último cortamos facturas, una facturación pobre, pero mi idea, mi sueño ya lo estoy viendo en cheques ," esto si va a funcionar, velo así, no veas lo poco o lo mucho que sea..."

Fue el 24 de septiembre de 1971 a las 12:00 p.m. en la XHOD, con comerciales, el primer anuncio al aire fue de Ford Motor Company del Sr. Eugenio Robles, mi gran amigo, y Stereorey sale el 24 de agosto de 1978, salimos a las 12:00 p.m. también, ¿por qué a las 12 del día? Para toda la mañana ser auditorio y rájatelas ahí te van los comerciales.

Tuvimos quejas de gente muy notable. "Oye!!", así con esas palabras una Sra., que aprecio mucho "ya le diste en la madre a la difusora" "¿Cómo que la..." " Estas contaminando con comerciales", " Muy sencillo dame un subsidio mensual, yo tengo que vivir de comerciales , de que otra cosa quieres que viva, yo no me enojo porque tu marido se gana la vida de alguna manera" "Pero pasa poquitos comerciales..." , estamos en una situación competitiva, tienes que pasar los que puedas, pasar ya, son estrategias hasta las fechas.

E: ¿A qué condiciones se enfrentó usted para obtener la concesión al incorporarse a este medio en la FM?

E.N.: Condiciones terribles, vivimos en un país en donde los monopolios están prohibidos, sin embargo, es lo que priva. La ley dice que una sola persona no puede tener más de 2 concesiones y el Sr. Francisco Ibarra López, mi cuate, que trabajamos juntos en Radio Mil, el es contador público, le acaba de vender 104 estaciones de radio al grupo Televisa que se hizo más grandote, Radiópolis, entonces ¿En dónde está la ley?, y luego las cuestiones políticas, las cuestiones económicas, el coyotaje, cuates metidos en la secretaria con apoyo de diputados, senadores, lo que quieran, se hacían de las concesiones pa' venderlas.

E: ¿Era costoso obtener una concesión para dicho medio?

E.N.: Mira, la concesión, según la ley se otorga gratuitamente a quien cumple los requisitos que marca la ley ¿no?. Antiguamente tu la pedías, pero se estudiaba y se otorgaba pero ahorita hay tanta competencia que el Gobierno Federal, y eso está muy bien, que la Secretaría de Comunicaciones tenga el espectro de radio y las posibilidades porque ahorita se suelta el gobierno dando concesiones.

Si en San Luis con 1,000,300 habitantes, somos 17 estaciones, imagínense que vendan 10 más. El pastel sigue siendo el mismo y las rebanaditas van a hacer más delgadas, entonces a nadie nos va a convenir, por un lado, por otro lado, las condiciones técnicas, la banda de frecuencia modulada es chiquita, es de 88.108 MHz., comparados con otras bandas más amplias, onda media, onda corta, más bandas que utiliza el gobierno pa' marina, para ejército, para policías.

Entonces donde haya susceptibilidad, que sea factible la Secretaría Pública en el diario oficial y se convoca después al que ofrezca mejor proyecto de inversión, de programación. Ese proceso tarda de 2 días a 3 años son "rapiditos", esto bueno..

Entonces tenemos que ser sumisos en ese aspecto, así que es un tremendo esfuerzo de lucha por todos lados, contra la misma competencia que vas a tener. A mí el Sr. Briones se me inconformó como 20 veces, el metió una inconformidad a la Secretaría, "que no se le otorgue concesiones, yo estoy primero, él en el cuarto", en fin, digo, como todo...

E: ¿En qué consiste la rentabilidad de la Frecuencia Modulada?

E.N.: Igual que la de Televisión que la de los medios de comunicación como en Estados Unidos como en todo el mundo. El soporte económico de los patrocinadores, no tenemos otra fuente de ingreso, vender spots, vender programas, controles remotos, pero no tenemos subsidios de ningún tipo, que dijeras tu, la universidad, etc, no hay. El gobierno compra spots como cualquier otro cliente y los paga como cualquier otro cliente. Entonces si hablamos de un soporte, de un gobierno, una universidad, nos vamos, que son la mayoría de industria, comercio y otros servicios en San Luis, no hay

de otra así vivimos las difusoras, ya en la época moderna nos estamos subiendo a internet, pero eso está todavía en principios.

E: ¿Qué tan rentable es...?

E.N.: Va a ser rentable con el tiempo, yo creo que es el futuro del radio, ya no vas a salir a la calle a vender comerciales, solitos te los van a venir a contratar, "oye quiero en tu página"... porque se está oyendo la estación en muchos lados.

E: ¿Comercialmente que representó la FM en San Luis?

E.N.: Muy importante, cualquier medio de comunicación, pero aquí ya estamos globalizando la respuesta, ya no es AM ni FM todos los medios de comunicación traen progreso porque es la información entre el público, no me gusta decir la gente, los radioescuchas, entre lectores eso ayuda mucho porque pone a competir a los mismos comerciantes, ya ven ahorita como traen el precio de las medicinas que si patente que si genéricas. Nosotros somos los que les decimos a la gente ve a comprar a Chalita porque ahí el frijol cuesta \$6, donde quiera cuesta \$8 y en el tendajón de la esquina cuesta \$10, bueno, pues la gente la estamos orientando por hablar rudimentariamente del aspecto comercial. Vamos a otro tipo de información, que películas se están exhibiendo, una diversión, que estamos apoyando a otro medio de comunicación, pero sobre todo un trasunto cultural. Estamos trabajando por todos los medios.

E: ¿Cómo fue aceptada la FM en el medio radiofónico?

E.N.: Hay que definir que es un medio radiofónico, éramos nuevos, éramos la primera estación, una aceptación tremenda del público, de los otros que tenían radiodifusoras una aceptación muy negativa, se pitorrearon de nosotros: "les damos 6 meses para que truenen" y aquí estamos nosotros, mejor tronaron ellos.

E: ¿Qué tanto desplaza la FM a la AM?

E.N.: Esta pregunta es muy interesante...Vamos técnicamente, la AM es un medio, yo ya manejo desde hace 20 años estaciones de AM, lo conozco, muy

rudimentario, porque es una modelación en amplitud que quiere decir que tenía ruidos, interferencias y que es pobre.

La FM que inventó el Ing. Armstrong de Estados Unidos, un ruso ya también había participado, el primero propuso como curiosidad, un sonido nítido, limpio, como ustedes oyen, ya enriquecido con la estereofonía, pero es el mejor sonido que hay, es más, internet está usando la microonda, que da muchas ventajas, ahora, en un buen receptor, yo estoy pendiente porque la FM se oiga bien, en los receptores comunes y corrientes, que chiste que lanzo mi señal estereofónica y todo y un cuate que tiene un equipo que le costó 20,000 dólares me oiga a todo dar, es un caso único, yo quiero que el pueblo, pueblo, oiga bien en sus aparatos que sacaron fiados de una tienda, pero es su diversión, es el único medio de diversión que tienen, gente que no tiene pa' salir a la calle, pa' ir al cine, prenden su radio, lo más barato, un radio gasta menos que un foco de luz, bueno, entonces darles algo que vale la pena, y que suene bien.

E: ¿En qué momento se convierte más importante que la AM?

E.N.: Las 2 son importantes, estamos hablando de un crecimiento, de una aceptación del público, como todo, son movimientos que se hacen: como el disco de 45, que después es desplazado por el LP, el LP que es desplazado por la cinta, son pasos tecnológicos que se tienen que dar, no lo decimos nosotros, somos nuestra oferta, nuestra propuesta, tienes Frecuencia Modulada, otro tipo de programación estereofonía, con una resolución porque nuestros discos que tocamos ya están procesados.

La industria disquera crece más con nosotros, ya das algo mejor. En desplazar no, cuando sale la Televisión dijeron que el radio se iba a morir y no, se inventó el transistor, se acabaron esos radios antiguos y ya ahora hay estéreos, equipos modernos, que es una maravilla, con una grabadora que reproduce, que sintoniza, etc. Y en cuestión de precio imagínense lo que costaba un aparato antiguo comparado con los nuevos que hasta desechables son. En cambio los radios, por eso había tanto taller donde arreglar.

Yo hablo analíticamente del mercado porque estamos en estudios, simplemente vean que cuando se pone la FM, había 4 estaciones de AM en San Luis, la BM, la CZ. La PO y la SL de la cual yo salí y de este tiempo a la fecha, el número de estaciones de FM duplicó las de AM misma Radio Universidad, que es una de las estaciones más antiguas de México, optó por tener un canal de FM, créanme!!, por cada radio de AM hay 4 de FM, por cada estación de AM hay 2 de FM.

Para no hablar de cosas económicas de porcentajes de facturación, la AM por culpa de los mismos radiofónicos se relegó sola, yo no le dije a nadie quítate porque ahí te voy, no, no, aquí está mi propuesta, mejora la tuya, vamos a hacer buenos competidores, no creían en nosotros, ya cuando reaccionaron, ya era demasiado tarde entonces el grupo Radiofónico Briones el más importante aquí en San Luis, se quedó con la estación de Poncho Torre. Cuando ya se convencieron que la FM no receptaba sino que era un buen negocio. Cada quien pone su mejor esfuerzo, no le quito sus méritos, yo no veo competidores, sino gente que se dedica o trata de hacer lo que hacemos nosotros, pero competencia ya la empezamos a tener, ¡que bueno!, porque eso nos obliga a todos a ser mejores “¡Bienvenida la competencia!”.

Pero sí, por ejemplo con 2 estaciones facturo el 40% o 45% de la compra del mercado de San Luis Potosí a radio, el otro se lo reparten entre los demás y que les vaya bien a todos. Tenemos un objetivo, posesionarnos y posicionarnos la plaza, con los enlaces estratégicos como fue MVS Radio. Que bajamos programas de México, tuvimos a Pedro Ferríz, ahora ya tenemos a Raúl Peimbert y otros programas que casi no bajo porque son muy chilangos, capitalinos, me ofrecían a Esteban Arce, un talk show, con Adal Ramones, pero el 50% de él son sus gestos... Tenemos noticieros locales, siempre estamos a la búsqueda.

E: ¿Cuál era la situación política, económica y social en San Luis Potosí, con la entrada de la FM?

E.N.: Muy mala, como hasta ahora, nos tocó prevalecer una situación política rara, aquí en San Luis, un estado que en 2 años tuvo 10 gobernadores, que tuvimos un gobernador que duró 14 minutos. Por un movimiento raro que

fue el Navismo, trajo mucho retraso a San Luis y se lo sigue trayendo, ahora la alcaldía de Tampacán está tomada por hijos de Manuel Nava, digo, no se vale, siguen una lucha, así nos toco vivir.

Somos parte de una cadena, todos tenemos que enfrentarlas: como las instituciones, industria, comercio, medios de comunicación, pero ahora en este momento San Luis ya no está en crisis. Salir a robar para comer o matar...

Inicios en el Radio, ganábamos 2 pesos la hora de locutores, teníamos 6 horas días, nuestra quincena era de 180 pesos, de ahí pagábamos universidad libros, ropa, ayudábamos a la casa. Ahora hay gente que gana 250 la hora pero ya va a ver más expectativas. Ya empieza a ser requerida esta profesión, bien entendida y estudiada, ya la sociedad no esta tan cerrada.

### Entrevista a Luis Fernando Aguirre

Gerente General de Radio Comunicación Profesional

Entrevistador: ¿Cuántas estaciones radiofónicas tiene Radio Comunicación Profesional?

Fernando Aguirre Son 4 estaciones de Radio: XHOB FM Stereo Sensación, XHSS La Potosina, XEEI Romance 10.70 y XESL Cancionera 13.40.

E: ¿Cuándo llega el grupo OIR a San Luis Potosí?

F.A: El grupo OIR llegó como tal aproximadamente unos 24 o 25 años, con una sola estación de radio XESL, la que hoy es Cancionera 13.40.

E: ¿Desde dónde viene el grupo OIR y cuándo?

F.A.: Desde la Ciudad de México, OIR tiene como 30 años, lo que pasa es que OIR, las estaciones que tenemos actualmente las cuatro, ya no son OIR son Radio Comunicación Profesional, que es la razón social. OIR era una especie de marca como decir, Coca o Pepsi, y las razones sociales son embotelladora potosina, entonces así somos nosotros.

E: ¿Qué pasa con OIR?

F.A.: Todavía existe pero por conveniencias nuestras ya no estamos con el grupo, los fundadores del grupo OIR son los mismos dueños de Radio Comunicación Profesional.

E: Sabe ¿Quiénes y cuándo fundaron las estaciones?

F.A.: La XHSS, La Potosina fue fundada el 1 de Enero de 1989, nació con el nombre de Stereo Vida. Su razón social era Voz y Música. Inició con una potencia de, en ese entonces eran 20,000 watts y ahorita estamos con 30,000 watts. El grupo radiofónico al que estaba afiliada, al que pertenecía antes era al grupo Cristal y Cima. El grupo radiofónico actual de la Potosina es Radio Comunicación profesional, que es la empresa. El domicilio en el que estaba ubicada era, eh, originalmente fue aquí en Carranza 1000, no estoy

muy seguro, era como 1100 o 1000 y fracción, el domicilio actual es Capitán Caldera 315.

El Gerente original, con el que empezó en 1989 fue el Ingeniero Javier Salvador Cázares y ahorita yo soy el Gerente actual. El Director anterior de Cristal Cima era el Ing. Pereda, Adrián Pereda, su Director Actual es el Ing. Gilberto Solís Silva.

Stereo Vida duró de 1989 a 1998, a Diciembre del 98, fue cuando se cambió, en Enero del 99, es decir, lleva dos años, el 99 y 2000.

La fecha de fundación de la XHOB, Stereo Sensación es el 22 de Septiembre de 1971. Tiene 29 años. La potencia con la que iniciaron fue de 5000 watts actualmente es de 30, 000 watts. El grupo Radiofónico al que perteneció fue a Grupo OIR y ahora ya es Radio Comunicación Profesional. El Domicilio anterior de Stereo Sensación era Aldama #410 ahí en el Centro., su domicilio actual es Capital Caldera #315. El Gerente con el que empezaron... con el que empezó...eh, nosotros la adquirimos, ya este, o sea, cuando nosotros adquirimos Sensación, tenía otro dueño, nosotros la compramos, entonces el anterior dueño se apellida Orozco Barba pero si hablamos de Gerentes, desde que nosotros la tenemos, pues, este, es él.

E: ¿Y él se la dio a alguien mas antes que a ustedes?

F.A: No, en el 71 se la dieron a Orozco Barba y nosotros la compramos como en el 80. La XHOB de FM Stereo Sensación tiene 29 años, se fundó el 20 de septiembre de 1971, la XESL se fundó en enero de 1954, la XHSS La Potosina fue en 1989 y su razón social Voz y música y la XEEI romance 10.70 con 15 años aproximadamente, su razón social Radio Servicio Social.

E: ¿Desde cuándo pertenece al Grupo OIR, ahora Radio Comunicación Profesional?

F.A: Yo tengo en la empresa 10 años, aunque la 1ª. Estación en salir al aire a pruebas fue Stereo Sensación, en ese entonces se llamaba Canal de Lujo, es decir, el dueño original fue Orozco Barba,(la concesión) XHOB aproximadamente en 1970 empezó a salir a pruebas y antes la Secretaría de Comunicaciones y Transportes obligaba a un período de pruebas, el que creía conveniente: podía ser un mes, 3 meses, y aparentemente la XHOB

estuvo muy buen rato en pruebas y luego salió otra emisora XHOD también con un período de pruebas, pero la 1ª. Transmisora de FM en pruebas fuimos nosotros, comercialmente creo que así se le llama cuando uno puede operar normalmente, se lo pasaron a la OD comercialmente y luego a nosotros, pero la 1ª. Estación realmente en San Luis Potosí fuimos nosotros.

E: ¿Quién fue anteriormente el Director de OIR?

F.A.: El Ing. Solís y actualmente también el Ing. Solís en Radio Comunicación Profesional. Solo hubo un cambio de razón social y de grupo.

E: Sabe usted ¿A qué problemas se enfrentaron los dueños para obtener la concesión de esta estación?

F.A.: El señor Orozco Barba para que le pudieran dar la concesión, si era muy difícil conseguir una concesión... Las concesiones las da la Secretaría de Comunicaciones y Transportes en base a estudios que se hacen aquí, si es susceptible de operar comercialmente en un año en una nueva frecuencia, si se ve que la plaza esta muy saturada obviamente no se da la concesión, de hecho eh, en la ciudad de San Luis Potosí no se han dado concesiones desde hace muchos años, la última que se dio en FM fue la combo que se hizo de La Ranchera, La Ranchera nada más era AM, entonces le dieron una concesión pero debe transmitir las dos frecuencias AM y FM, al mismo tiempo la misma programación y hace, a principio de año salió una licitación de frecuencia en algunas poblaciones del estado de San Luis Potosí como fue Cerritos para una de FM, Cárdenas fue, fueron dos ó tres del estado, pero no en la ciudad, ya últimamente ya no se han dado...

### Entrevista a Manuel Carrillo Grageda

Ex Director de Radio Universidad y

encargado del Área de Capacitación en dicha Institución

E: ¿Nos podría platicar algo sobre la experiencia que ha tenido en la frecuencia Modulada a lo largo del tiempo? Manuel Carrillo Grageda: Pues miren, la ilusión que yo tuve siempre cuando teníamos la AM que era o es una difusora chiquita, una difusora con un sonido ya viejo, obsoleto desde cierto punto de vista porque los equipos, los transmisores son muy antiguos. Esos transmisores me tocó ponerlos a mí. Uno en 1957 y es el que está funcionando. Otro se puso en tiempos de César Martínez Bravo que fue director de Radio Universidad y fue en los años setenta, no sé exactamente en que año pero fue entre el 73 y el 75 que entonces el Presidente de la República donó unos equipos pero esos no están funcionando, es una planta transmisora de 1000 watts pero para AM.

Pero nuestra ilusión siempre fue tener una FM, entonces allá por 1983, 84 nos llegaban diferentes ofertas de empresas de México o hasta en Estados Unidos y un buen día, una empresa, SAPSA, (para mayor abundancia de datos), ofrecía una planta transmisora de FM de 100 watts y la ofrecía muy barata. Entonces yo me entrevisté con el Lic. Delgado y éramos amigos desde hacía muchos años, y le dije: Oye, fíjate que me ofrecen esto y está muy barata, ¿cómo ves? Y me dijo: ¿Y costará mucho ponerla? Y le dije: Bueno, lo primero es tener el transmisor y ya posteriormente le vamos campechaneando un poquito de dinero cuando se vaya pudiendo. Bueno, pues, cómpralo. Entonces lo compré en el 84 pero llegó aquí hasta el 85. Entonces el día que llegó aquí el transmisor pues uy nos sentíamos como con juguete nuevo.

La presentación que tenía, todo, y uy, nos apantalló a todos. Y entonces, en ese mismo año les pedí que me dieran este edificio también fue casi casi la tercera guerra mundial para que me la dieran ¿verdad?. Porque estaba ocupado por otras instituciones, la escuela de Biblioteconomía que querían estar al otro lado de la Biblioteca porque les quedaba muy cerquita pero eran cuarenta alumnos. Total, después de que eh, aceptaron que nos cambiáramos pues nos venimos para acá, eso fue en el 85 pero desgraciadamente los permisos para trabajar con la FM no llegaban

entonces, este, me movía yo por cielo, mar y tierra para conseguir los permisos. Por fin, allá por el 89-90 llegó el permiso entonces nomás que me dijeron: "Ten mucha reserva porque no hay que comentarlo todavía porque hay que instalarla y no sé cuanto y bueno, pues sí. Ya estaba el Lic. Lastras, para esto el Lic. José de Jesús Rodríguez nos apoyó mucho, todo el equipo que hay para grabaciones lo compramos en tiempo del Lic. Rodríguez. Claro, yo con miras a tener todo lo necesario para poder salir en FM y la idea mía era pues quizá para muchas personas no fue lo mejor o lo más idóneo pero la idea mía era tener la FM como fue la XEXQ, una difusora que se oyeran bien los conciertos, que se oyeran bien las transmisiones que hacíamos de buena música.

Y aparte, pues muchos, eh, eventos que había en la Universidad, que yo los recuerdo con mucho cariño, conferencias, una serie de actos culturales que representaban mucho en la Universidad. Sin embargo, yo pensaba que la AM no desapareciera sino que la hiciéramos de más potencia, es decir, unos cinco o diez mil watts.

En esa forma podíamos darle una vinculación a la Universidad para Valles, Matehuala, para Ríoverde, en fin. Y aun hasta otros estados de la República con 5 mil watts ya podíamos llegar a todos esos estados y vincularla en cierto modo con la FM en cierto tipo de programas o sea, enlazarlas pero hacerla más universitaria, decir más universitaria no quiere decir de baja calidad, al contrario. Es decir, muchos de los programas que se hicieron en Radio Universidad en AM eran de muy buena calidad porque eran programas como les decía yo, traíamos conferencistas de fuera pero podíamos pasarlo hasta otras ciudades de San Luis que estaban vinculados con la Universidad.

Bueno, para no hacerles mucho el cuento largo, se instaló la FM en 1991, se hicieron las pruebas y el 18 de Enero de 1992 salió al aire. No salió con todo lo que debería de salir porque nos faltaban algunas cosas pero en ese tiempo, por disposiciones de la rectoría mandaron a un muchacho, creo que estudió Ciencias de la Comunicación eh, Acosta Díaz de León, y entonces me quitaron la FM, ya no pude intervenir yo ni todo mi plan lo pude desarrollar por esa razón.

De ahí para acá, eh, pues este muchacho duró un año, casi un año porque en Octubre de 1992 entró el actual Jefa de la División, ya no es ni Directora de Radio Universidad sino Jefa de la División, y bueno, pues entonces yo me desligué totalmente de todo eso, me dejaron como coordinador de la AM un tiempo. Y de ahí para acá pues la FM ha sido trabajada por, pues, por otras personas, hay muchas producciones, muchas cosas, algunas son más o menos buenas, no pudiéramos decir que muy buenas. Más o menos buenas, otras han sido malas y otras excesivamente malas.

Pero también hay que entender una cosa que es importante, que si no cambiamos, si no somos más plurales, eh, vamos a quedarnos, eh, atrasados, no quiere decir que no aceptemos la música actual pero hay que tener mucho cuidado en que la música actual, el 80 o 90 % de la música de consumo, no es una música que vaya a trascender, quizá algunas sí. Si hablamos por ejemplo de los Beatles pero esos ya a ustedes se les hacen viejitos, y tienen 40 años, y si hablamos de Bach cumplió 250 años de muerto y en todo el mundo se sigue tocando. Entonces, ahí es la gran diferencia, no quiero decir en ningún momento que los Beatles sean malos, lo que quiero decir es que todavía les falta para trascender, para llegar a ser un tipo de música que se quedó a través no de los años sino de los siglos.

Entonces todo eso, todas esas ideas que yo tenía para la FM pues se fueron al pozo. Si hay uno que otro programa de música trascendental o culta o clásica, como ustedes le quieran llamar, pero la excelencia, porque lo debo decir, de la difusora, eh, pues, le faltan muchos recursos. Se está trabajando en eso, hay que aceptarlo desde un punto de vista de que no nada más lo que yo traté de hacer era bueno, están haciendo algunas cosas, se están implementando algunas ideas y cosas que de resultar, pues creo yo que en Radio Universidad puede volver a empezar a trabajar con resultados.

Una de las ideas que fueron primordiales y que lo estamos viendo en la actualidad es que la difusora no es un juguete, no es un medio para que los muchachos vengan a poner de toda sin conocerla a fondo, es porque está de moda y eso, si ustedes lo analizan, que creo que lo van a hacer, analizar difusoras comerciales de FM, se van a dar cuenta de que es lo mismo que nosotros ponemos.

Entonces nosotros nos hemos comercializado y hemos hecho música de consumo en vez de los principios para lo que fue creada la difusora de la Universidad, no digo XEXQ, la difusora es una radio difusora Universitaria que eh, los postulados iniciales fueron la de difundir la cultura, eh, universitaria. El acontecer universitario, universitario en lo intelectual, en las ciencias, en la literatura y en la música. Una difusora que no transmita música pues nos puede parecer fastidiosa o aburrida ¿verdad?

Eh, la palabra es muy buena pero ustedes pueden hacer un comparativo, no con difusoras culturales que a la mejor no las conocen o no las han oído pero si por ejemplo el Canal 22, la televisión, el Canal Politécnico... tienen, son plurales, tienen de todo, lo mismo presentan un buen grupo de Rock o de Jazz eh, no sé, cosas de ese tipo que tienen cierta trascendencia porque la influencia de los medios culturales nos van haciendo así pero debemos de tener mucho cuidado porque eh, nosotros, la cercanía de los Estados Unidos nos llega el consumo de una manera apabullante.

No es posible, así yo no encuentro la posibilidad de una promoción de un disco que vale \$300, un compacto de Juan Miguel o cualquiera de ellos, que venda un millón de copias. En cambio la Orquesta Sinfónica Nacional grabará un disco allá cada cambio de Presidente y eso si al Presidente le gusta, si no, pues ya chifló ¿verdad?

E: ¿Qué fue lo que lo llevó a Usted a incursionar en la FM?

M.C.G.: Bueno, indiscutiblemente la FM tiene una calidad de sonido mucho mejor aunque tiene sus inconvenientes. La FM tiene un rango de llegada, es decir, llegar a los hogares, muy reducido.

Hay tres tipos de transmisión en esto, la Onda Corta, la Amplitud Modulada y la Frecuencia Modulada. Cada una tiene un alcance, entonces la que tiene menor alcance, es una paradoja, es una cosa curiosa, es la FM. Trabaja en Mega Hertz, o sea, muchos Hertz; y la Onda Corta puede ser un transmisor más pequeño que un escritorio. Puede llegar a Japón, puede llegar a muchas partes, no con la calidad porque la Onda Corta tiene, eh, una variedad que es muy crítica, eh, si ustedes la buscaran en los radios, no en los actuales porque ya son digitales, a veces cuesta trabajo encontrarlo pero *afortunadamente nosotros tuvimos muchos reportes de la Onda Corta*

en donde conocían Radio Universidad de San Luis Potosí en Japón, en Alemania, en Finlandia, Grecia, en muchas partes.

Entonces todo eso a mí me motivaba mucho el tener una difusora con una calidad porque había mucha gente en San Luis Potosí que escuchaba Radio Universidad pero siempre nos decían "Oigan, eh, nos gustan mucho los programas de Radio Universidad pero se oye muy quedito" o no tiene lo que nosotros llamamos "Presencia". La presencia en el radio es precisamente que se oiga bien. Y tu dices: aquí en el 88.5 ahí está radio Universidad y no se mete otra estación ni nada, la oigo clarita, con muy buena definición como una fotografía. Si Ustedes ven una fotografía que se movió, te hubiera quedado muy bonita pero fíjate que esta movida. Entonces, ¿qué pasa? Es lo mismo con la transmisión, si nosotros tenemos muy buenos programas, se producen muy buenos programas pero suenan mal, pues ya se acabó el trabajo, lo echamos a perder.

Entonces en realidad a mí me motivaba mucho ir, sino a la vanguardia, cuando menos tener lo último mínimo necesario que era la FM, porque ahora las muchas difusoras de otras ciudades o de... ya trabajan con computadoras. Ya, este, si se necesita el locutor pero ya es pregrabado, entonces todo eso a mí me motivaba mucho y era prácticamente una ilusión. Yo quiero mucho a Radio Universidad, siento que he trabajado por ella, no sé si bien o mal, eso la historia lo dirá, pero yo siento que sí, si hice un esfuerzo porque radio Universidad fuera de las mejores difusoras culturales universitarias.

Entonces todo eso fue lo que me motivó, que no se pudo, pero a lo mejor se puede hacer y pues que bueno. El chiste no es que salga uno a relucir sino que se hagan las cosas y que se hagan bien, muchas personas dicen y tienen en cierto modo razón, la televisión ha desplazado a la radio. Pero la radio tiene cosas tan bonitas, tan interesantes y sobre todo con mucho más creatividad que la televisión.

Ustedes hagan un análisis de la televisión y díganme que programas son buenos y les puedo asegurar que los van a contar con los dedos de la mano y a la mejor les sobran, ¿por qué razón? Porque es consumo, volvemos a lo mismo.

E: ¿Ante que problemas se tuvo que enfrentar usted para conseguir el permiso para que operara Radio Universidad en FM?

M.C.G.: Bueno, los problemas principales era que nos decían: "Si tienes una AM ¿para qué quieres una FM?" era el primero, luego el segundo, la economía." No tenemos dinero para poner otra difusora que va a ser lo mismo". Es que no va a ser lo mismo- les decía.

Pero en todo eso hay interés, hay una serie de políticas que no vienen al caso porque pudiera ser que ustedes las conozcan en cierto modo, cómo cuesta trabajo avanzar. Muchas veces piensan: "No, lo que tu quieres es jalarte el cuello". Pues no, nunca me lo jalé el cuello, me daba gusto lograr cosas pero era un gusto, pudiéramos decirles a ustedes, muy particular, muy personal, "Vaya, logramos esto". Pero no lo lograba yo solo, se los aseguro, muchos de los muchachos, cuando estaban de locutores, estaban entusiasmados igual con la idea, y todos colaborábamos, éramos un equipo que queríamos avanzar.

Entonces no puedo decir que yo lo hice todo, lo hicimos entre todos y afortunadamente se logró. Es decir, cuando menos en parte el objetivo que era poner la estación FM sí.

Ahora los permisos, a las Universidades por razones obvias, los gobiernos no les tienen confianza porque son conflictivos, son difíciles.

En una ocasión fui yo a una reunión en Tabasco y era una reunión convocada por la difusora oficial, era La Radio Educación, que es institucional del Gobierno, pues está pagada por el Gobierno y me decían: "Oye, ¿cómo trabajas tú?, ¿quiénes son los locutores, cómo son, son de paga, son esto? En fin, características y cuando yo les decía que eran estudiantes se iban para atrás. "¿Pero, cómo? ¿Tienes estudiantes?, Revoltosos y.." Dije, bueno, calmantes montes. No, es decir, hay estudiantes buenos, hay estudiantes regulares y hay estudiantes malos que son los grillos, los nomás andan viendo que consiguen. Bueno, yo trato de buscar los buenos nada más. Y nunca me han dado problema, nunca han hecho huelga. "Bueno, ¿y les pagas?" No, no les pago. Mas se volvieron a caer de espaldas. "¿Cómo que no les pagas?" No, no les pagamos, lo hacen de buena voluntad. Si les damos un incentivo, en ese tiempo les dábamos una beca para el centro de idiomas, eran dos becas y luego les dábamos ayuda para libros cada seis...

meses cuando ya se hicieron algunas carreras semestrales o también para anuales, les dábamos muy poquito porque el dinero rendía mucho más. Si yo les daba \$500 al año para libros, pues ya era más o menos, ya se compraban 3 o 4 libros de los caros, ahorita con \$500 se compran el "Pepino" o "Lágrimas cenizas", no sé que compran pero en aquel tiempo compraban buenos libros.

Hubo muchos locutores que ahora son profesionistas: Abogados, Médicos, Ingenieros, Químicos. Todos ellos pasaron por Radio Universidad y también locutores muy buenos, ¿verdad? Y León Michel fue mi compañero aquí en Radio Universidad, ¿Imagínense? Estábamos chamacos estudiando cada quien su carrera, lo que quisiera o lo que intentara hacer.

Entonces ha habido de todo, las dificultades como les digo yo, pues el chiste es tenerlas para poder vencerlas, y se venció precisamente. Convencimos a la SEP de que Radio Universidad en su historia nunca había tenido problemas ni con los gobiernos ni nos habíamos metido en política ni tampoco interuniversitariamente, habíamos nunca apoyado en cuestiones de tipo pues en contra ni de los gobiernos ni de las universidades que eso nos valió.

E: ¿En qué consistía la rentabilidad de la FM en Radio Universidad, o sea, de qué iba a vivir la FM?

M.C.G.: Bueno, la rentabilidad de Radio Universidad siempre ha sido nula, es decir, nunca ha reportado bienes, si ha reportado dinero en ciertas áreas pero vamos a decir que en la mayor parte de la economía de Radio Universidad ha sido, eh, pues, pagada por presupuesto de la misma Universidad, con muchos trabajos porque, eh, los donativos o las este, las partidas presupuestales que da la federación a la Universidad, no contempla la cuestión académica, investigación, todo lo que se refiera a para lo que es la Universidad.

La Universidad es la creación de elementos que llegan a la licenciatura, que llegan a la maestría y después sigue el doctorado. Entonces, el lado cultural siempre ha sido un poquito dejado de lado, eso, eh, pues nos traía problemas porque de las partidas federales no se podía sacar dinero para ayudar a radio Universidad, entonces nosotros teníamos

que buscar otras opciones y se siguen buscando pero realmente económicamente la radiodifusora, es decir, casi todo lo que es cultural depende económicamente de la Universidad, claro, ahora ya hay mucho trabajo.

Nosotros hicimos muchos trabajos de grabaciones para empresas y todo. Y cobrábamos cualquier cosa pero lográbamos juntar algo de dinero y comprábamos discos, bulbos, muy esporádicamente pero lo hacíamos, no con recursos de la Universidad si no con los que se procuraba. Y ahora la televisión también lo hace igual, hace trabajos a la industria, al municipio.

E: ¿Comercialmente sabe Usted que representaba la AM?

M.C.G.: Bueno, era el medio de difusión más barata y era el medio de difusión, eh, pues comercialmente de eso se sostuvieron las difusoras que desde 1937, ya antes había, eh, dos difusoras antecedentes de difusoras, una era Radio San Miguelito y otra, una difusora que hizo Don Francisco de P. Cabrera pero fueron difusoras pequeñas que duraron poco tiempo, bueno, una no duró ni seis meses porque era pirata, la sacaron. La intervino, como dicen ahora, la aseguró la SEP. Y la otra duro poco tiempo pero Don Benjamín Briones que fue quizá uno de los pioneros de la difusión en San Luis Potosí y que también colaboró en Radio Universidad.

Allá en sus inicios para poner transmisor y todas esas cosas, pues él nos ayudaba, Don Benjamín con todo y que se suponía que era una difusora que no iba a cobrar pero tampoco tenía anuncios ¿verdad? Entonces no les estorbábamos.

Radio Universidad es una opción, técnicamente en el cuadrante para oír cierto tipo de música. Eso era, ¿verdad? Era una opción diferente, no es que fuera ni elitista, ni para unos cuantos. La escuchaba el que quería y teníamos mucha gente que la escuchaba. Entonces realmente la AM dentro del contexto no de San Luis Potosí sino mundialmente siempre fue un medio de comunicación muy barato.

Entrevista a Ruperto Salinas  
Economista y Locutor radiofónico

Entrevistador: ¿Había algún interés económico, político o social de que se introdujera la FM en San Luis Potosí?

Ruperto Salinas: Muy buena pregunta, muy interesante, interés económico, político o social, no había ninguno de esos intereses, más bien la FM entra de una manera experimental.

No se conocía la FM, no se conocía este sistema ya que desde 1920, ya de manera oficial en 1920 que entró la radio era la AM, es decir, estamos hablando de 50 años de AM, la FM sonaba como algo meramente hipotético como algo... se pronunciaba, se escuchaba en aquellos años del 65 al 70 otro sistema que era el que se conocía un poco más no por su utilización sino el llamado "subcarrier" que era una especie de sonido por cable que se pensaba dar a los bancos, esto si tenía un interés, a los bancos, consultorios, etc. Inclusive era financieramente útil, ¿verdad? Venía siendo en pocas palabras sonido por cable...

Surge la primera FM y pues da al traste con este proyecto pero la FM no surge, hasta donde yo entiendo, como un proyecto de carácter económico, político o social, más bien de una manera experimental. Fundamentalmente desde el punto de vista técnico porque incluso no había una gran cantidad de aparatos que tuvieron la FM, si los había, los empezaban a vender como FM pero nadie los compraba, o sea, no llamaban la atención puesto que no existía la FM.

E: ¿Sabe Usted quiénes fueron los que impulsaron proyectos sobre la FM aquí en San Luis Potosí?

R.S.: Fueron gentes que al final de cuentas se salieron de esto, un Psiquiatra, Carlos González Hernández; fueron gentes que venían de Norte América, que habían estado en Europa o que de alguna manera habían vivido en el Distrito Federal y que lo comentaban pero que no estaban inmersos en la Industria de la Radio, eh, lo traían como novedad únicamente pero no estaban inmersos.

Concretamente quienes hacen punta dentro de la Industria de la Radio es el Sr. Luis Fernández Cabrero original de Valles, eh, que llega a San Luis Potosí precisamente con una concesión que la había obtenido el Sr. Benjamín Orozco Barba, de ahí viene la XHOB por Orozco Barba. Por otra parte, el Sr. Elías Navarro Martínez había gestionado en este momento, recuerdo muy claro, Elías Navarro estaba cumpliendo 40 años en ese momento. Nos tocó trabajar juntos en el Teatro de la Paz en aquella ocasión cuando me dijo que ya le habían dado la concesión de la FM, eh, conjuntamente. Elías Navarro había estado trabajando en el D.F., conocía de esto.

Surge primero, eh, la OB y luego la OD, aún sin embargo, Elías Navarro la ha tenido todo el tiempo, entonces él ha tenido la capacidad de publicitar que fue la OD la primera en San Luis pero quienes vivimos realmente, por meses o semanas fue la OB ubicada en Aldama #210 2do. piso. Y mientras tanto Elías Navarro la tiene en la esquina de 2 de Abril y Damián Carmona, ahí es dónde pone la OD.

E: ¿Cómo cree que fue recibida la FM por la audiencia?

R.S.: Eh, extraña en virtud de que la gente, la gente esperaba mucho, muy espectacular y en ese momento no era Estéreo, y además con muchas deficiencias porque se salía de frecuencia, se perdía, se batalló mucho para implementarla técnicamente. Fue el problema que se tuvo.

E: ¿Qué fue lo que lo llevó a Usted a incursionar dentro de la FM?

R.S.: Bueno, pues cuando surge la FM, eh, tenemos varias gentes que somos propuestos como locutores grabadores, eh, en ese momento, Horacio Martínez B Bravo, Graciela Carrizales Guevara, Victoria Saldaña, Elsa Josefina López y yo.

Pero únicamente había una plaza, ¿verdad? Se abre a dos, un hombre y una mujer, entonces quedan Horacio Martínez Bravo que era miembro del comité del Sindicato y Elsa Josefina que la propone la empresa y quedan ellos dos como los primeros locutores grabadores de FM, en el caso de Elías Navarro, él empieza a grabar, pide permiso al sindicato para empezar a grabar él.

Posteriormente para contestar la pregunta ¿qué me impulso?... Una invitación, hacer programas, porque tuvimos un programa que se llamaba póquer de Ases que era Jazz y que lo producía Alfonso Normandía, que era música de Jazz. En ese momento la FM se había estabilizado más, habían pasado como un año o dos años. En ese momento también me invitan a hacer noticias en FM, era muy novedoso escuchar noticias repito, ya estaba más estabilizado el sonido, entonces era muy interesante hacer un noticiero en FM, es lo que nos impulsa.

Posteriormente entro como grabador y otras muchas actividades más en FM, porque realmente el área en que uno se desempeñaba era en las cabinas y grabaciones de AM.

E: ¿Cómo era la programación en un principio de la FM?

R.S.: Lo que fue la OB que se llamaba Canal de Lujo en San Luis, la de Fernández Cabrero, era música Instrumental, el señor le empezó a meter música Instrumental francesa, alemana, música vieja, grandes bandas, Jazz, etc. Ese era el tipo.

En el caso de Elías Navarro Martínez se metía música Instrumental pero más moderna, más moderna y fundamentalmente música en Inglés contemporánea de la década de los setentas.

E: ¿No había comerciales?, ¿Ese era el objetivo, no tener comerciales?

R.S.: Sí había comerciales, sí había comerciales, eh, obviamente no tantos, ¿sí? Sufre un poco la FM para entrar comercialmente a San Luis Potosí. Es necesario convencer al anunciante, el comerciante al ser anunciante es muy desconfiado. Hubo que venderlos muy baratos, hubo que... muy poca gente se anunciaba, hablemos de la Lotería Nacional, hablemos de algunas casas de licores, es la gente que más se anunciaba en un principio.

E: ¿Era caro obtener radios con FM?

R.S.: Sí, si eran un poco más caros, y no todas las tiendas lo tenían.

E: ¿Y no toda la gente podía tenerlos?

R.S.: Y no a toda la gente le llamaba la atención.

E: ¿Era porque estaban muy acostumbrados a la AM?

R.S.: Porque tenía que competir con la AM, la AM era fundamentalmente hablada, en ese momento, en ese momento estaba la XEW, hablamos de 1970, estaba la XEW en el cuadrante de AM, estaba la XEEQ que era La Pantera, y estaba XEBM "La Rancherita" se llamaba en aquellos años; XECZ que era Radio Capital y estaba XEPO con música comentada, digamos por ejemplo, eh, románticos del Caribe que la platicaban aquella música. Estaba Radio Novedades XECL que también tenía programas, muchos programas en vivo, todos eran en vivo, todos, y estaba Radio Universidad que tenía una excelente programación, entonces había que competir la FM con ellos ya sin locutores hablados, ya sin locutores en vivo, entonces si se dificulta que entre la FM al radio escucha.

E: ¿Entonces de qué iba a vivir la FM? ¿En qué consistía la rentabilidad de la FM?

R.S.: En los anuncios, indiscutiblemente, la radio es muy barata porque no va a pagar locutores.

E: ¿Sabe Usted, cuanto fue mucho tiempo de diferencia de que se introdujo la FM en comparación con otros Estados?

R.S.: En otros Estados, eh, San Luis Potosí fue de los primeros, después del D.F., San Luis Potosí fue de los primeros.

E: Comercialmente, ¿Qué representó la AM en San Luis Potosí?

R.S.: Era la forma de enterarse fundamentalmente de todo lo que había publicitariamente, recordemos que en 1970 estaba circulando "El Sol de San Luis" y el "Heraldo" únicamente, surgieron otros periódicos como el... ahora no recuerdo el nombre pero lo hacía el Sr. Ignacio Rosillo, eh, no entraba el Canal 13, aun no estaba al aire, es decir, la radio era lo más barato para poder anunciarse.

E: ¿Qué tanto desplazó la FM a la AM?

R.S.: Bueno, no la desplazó, quien desplazó la FM a la AM. Llega, hay una resistencia en el auditorio, por falta de gusto, por falta de aparatos

receptores, pero al cabo de un año, quizá como máximo dos años la gente le gustaba la FM por la modernidad, porque estaban incorporados ya a algo mucho más nuevo, ¿sí?

Surge en poco tiempo, surge la otra estación FM, la XHTL de Alfonso Torre López, ubicada en el piso 7 del edificio La Madrid, con música Instrumental, entonces es muy bien aceptada, ya había más aparatos, era una elegancia traer, este... la FM, era una cosa de distinción y entonces entra muy fuerte la FM.

E: ¿Cree Usted que había cierto elitismo en lo de la FM?

R.S.: Totalmente, mucho elitismo en la FM.

E: Así como que era para la gente...?

R.S.: Si, si, si. Era estar atrasados escuchar AM.

E: ¿Cree que sigue existiendo esta idea hasta ahorita?

R.S.: Mmmm... la respuesta es... no, ¿qué nos está dando la FM en este momento? Música gruperá y música en Inglés, eh, la programación para gente pensante está en la AM, deduzcan ahí. ¿Qué tenemos? Tenemos radio Fórmula, tenemos eh, la estación RASA, tenemos la CZ que es ABC radio, tenemos radio ACIR que tiene programas excelentes hablados por así decirlo, tenemos de los principales noticieros a nivel de análisis, son transmitidos a través de AM. Nino Canún, Pepe Cárdenas, etc., son por AM.

Yo entiendo que hay dos extremos de cierta incultura, el extremo neoburgués que busca música en Inglés aunque no entienda lo que dice, pero que sea en Inglés. Y el otro extremo, hacia abajo, la parte de abajo del sándwich que es la gente que oye música gruperá aunque no le guste ni nada, sino simplemente por identificarse con la parte baja, culturalmente hablando, de la población. ¿sí? Son los dos extremos de esto ¿sí? Porque hay mucha gente que escucha la música en Inglés... "¿Y de qué trata?... no sé pero está bien chida".

E: ¿Nos puede decir, si recuerda, cómo entran los grupos radiofónicos a San Luis Potosí, cómo empiezan a involucrarse?

R.S.: Como caballo en Iglesia, o sea, con un gran estruendo eh.. Las estaciones de radio en San Luis Potosí son grupos familiares, el de Elías Navarro, el de los Briones, de los Santiago Guerrero, eh.. Entra el de Luis Fernández Cabrero, en fin, entra como caballo en Iglesia porque la primera estación que pertenecía a una cadena nacional fue, si mal no recuerdo, la XESL que pertenecía al Dr. Rivadeneira que después eh, se la vendió al Sr. Aguirre, ya para esto tenía un subgrupo de estación no muy importante que fue el principio de la Organización Radio Centro que después negocia y la cambia por canales de televisión.

Posteriormente Benjamín Briones que pidió todas las frecuencias de radio que pudiera, quiso el señor... "nefasto", bueno, para la radio, hizo solicitudes, todas las que pudiera para estar en la lista, en la punta para todas las frecuencias, entonces en cuanto surgía la posibilidad de una nueva frecuencia, él la tenía, él estaba en la punta esperándola, si? De ésta manera él obtiene eh.. varias concesiones, compra algunas otras y llega un momento que llega a tener siete estaciones de radio.. tiene, tiene, pero cuando tenía seis estaciones de radio, cinco o seis estaciones, le pidió a grupo ACIR, eh... "Administra mis estaciones".

Entonces entra grupo ACIR, eh, con la XEPO, con la QK, con la TL, ya con la NB, con la CZ y con la XEBM, posteriormente administra la XEEQ. Entra grupo ACIR, eh.. después entra, desp... entró primero grupo OIR, propiamente con eh.. Francisco Aguirre, después entra con el Sr. Ibarra grupo ACIR, el Señor ya no pudo administrar sus estaciones o le fue muy fácil, yo no sé que pero se las da a grupo ACIR a que se las administre, y posteriormente grupo ACIR deja al frente a Juvenal Briones, su hijo, y Juvenal tuvo algunos tropiezos de carácter administrativo y se las va comprando grupo ACIR.

Después de grupo ACIR eh, entra Radiorama de la familia Pereda eh.. Entra con tres estaciones más, eh.. un poco antes entra Stereo Rey que aun no era MVS, entra Stereo Rey, luego entra Radiorama y después se dividen el mercado de la siguiente manera: Eh, Radiorama desaparece, la absorbe Grupo OIR, y actualmente San Luis Potosí está controlado por Grupo ACIR,

Grupo OIR y MVS, hay una que otra estación, la RASA, eh, la XEBM que está buscando afiliarse a no se quien, la ZW que navega, da brincos de una cadena a otra, pero fundamentalmente está grupo OIR con cinco estaciones, grupo ACIR con cuatro estaciones y MVS con dos estaciones de hecho aquí se acapara casi todas.

E: ¿Cómo llega ACIR a San Luis Potosí, desde dónde viene?

R.S.: De la capital, a través de una agencia de publicidad, ACIR le enviaba publicidad a Briones pero llegó un momento que, bueno, no me consta pero le levantaba cantidades y le acabó comprando las estaciones ACIR, de esa manera... estamos hablando de la década 80 mitad de la década 80.

E: ¿El fundador de esta estación, de la cadena?

R.S.: Bueno, son cuatro estaciones, de la cadena es Don Francisco Ibarra, en toda la república, sí, sí. Y de la estación de radio, de la QK Benjamín Briones, de la TL Alfonso Torre López, de la NB también Benjamín Briones, de la XEPO Don Santiago Guerrero.

E: ¿Sabe Usted cómo era la situación del Estado en aquel tiempo cuando llegó la FM a San Luis Potosí?, ¿En qué condiciones llega la FM?

R.S.: Condiciones... ¿de qué carácter, económico? Muy buena, excelentes estudiantes también, eh, con mucha efervescencia estudiantil, sin llegar a Caos, ¿verdad? En ese momento eh... Luis Echeverría está en el poder, en ese momento acaba de pasar el problema del 68, en ese momento hay una gran apertura para el marxismo. En ese momento llegan muchos extranjeros a San Luis Potosí del tipo de Mario Benedetti que estuvo mucho tiempo aquí en San Luis, eh, desde el punto de vista económico pues hay un buen desarrollo, empieza a crecer la Industria en San Luis Potosí por lo menos en los primeros años, en sus años exactamente.

E: ¿En qué momento cree que se convierte más importante la FM que la AM?

R.S.: Aproximadamente en la década de los ochentas, cuando la Estereofonía logra ya eh.. especializarse y perfeccionarse. Tanto en la transmisión como en la recepción.

E: ¿Cree que hay un retraso con respecto a otros estados en cuanto a FM?

R.S.: Técnicamente...

E: En todos los sentidos...?

R.S.: Técnicamente no, se tienen buenos equipos, alguna otra estación que tiene, como la TL que tiene un equipo muy pobre técnicamente hablando, eh... nada más.

En cuanto a programación, eh.. de una escala de 1 a 10, andamos en 1, estamos repitiendo, digo, como Estado, a mi no me toca hacer eso, o como capital, capital.

Eh, se esta repitiendo programación ya muy vieja de la frontera, inclusive, la forma de expresión de los locutores es una copia que pasó hace mucho tiempo de la frontera, esta procacidad de dirigirse a la gente, el hablarle procazmente de tú. Se puede hablar de "tú" con cortesía, el utilizar palabras de doble sentido, viene de la frontera, el empezar a meter programas de magia blanca y brujería, viene de la frontera también.

Pasando los límites de San Luis, ya cuando escuchamos estaciones de Querétaro o el D.F., son estaciones de carácter, para gente pensante. Es decir, son estaciones con otro contenido, si ustedes sintonizan en el D.F. eh, son cerca de cuarenta y tantas estaciones que no recuerdo, son una cantidad enorme de estaciones comparado con San Luis Potosí que son 17; de todas hay una sola estación de música gruperera, eh... las otras estaciones tocan música salsa que tienen ritmo, melodía y armonía. Eh, no refritos gruperos, ¿por qué? Porque los programas por hablar de San Luis Potosí están sintonizando las otras estaciones para ver qué ponen y si ustedes escuchan Sensación y Globo, y NB lo que ahora es Spazio, es la misma programación, si ustedes escuchan la música gruperera, es exactamente la misma música y el mismo corte de programas.

E: ¿Sabe usted cómo fue el origen de Spazio?

R.S.: Eh... La cadena lo diseñó a nivel nacional, lo manda, lo tocas y se acabó, así de sencillo.

E: ¿Y de las otras estaciones que conforman grupo ACIR?

R.S.: La program..

El doctor Rivadeneira le vende a Francisco Aguirre, y únicamente se tiene XECL que se funcionaba como Radio Variedades, estamos hablando de la década de los setentas, mediados del 70, eh.. a mitad del 80, primeros años del 80 compran FM.

Eh... La OB, la compran, tiene dos estaciones, en ese momento se convierte a Sensación, se llamó a similitud de una estación que se llama sensación en Cuba, es ese momento surge grupo OIR ya como grupo OIR con dos estaciones.

E: ¿Y MVS?

R.S.: MVS entra también por aquellos años del ochenta, primero como Stereo Rey, eh... Cuando la PM surge, Gabriel Vargas la viene a establecer y la administra Elías Navarro como Stereo Rey y después ya en la década mitad del 90 se transforma en Multivisión.

E: ¿Todos estos grupos vienen desde la Capital?

R.S.: En el caso de estos tres sí. ACIR, OIR y MVS son de México.

E: ¿Era costoso obtener una concesión para FM?

R.S.: Costoso, ¿en cuanto a qué, económico? Una concesión es muy barata, no tengo la idea, no pasa más de \$20,000 o \$30,000. Supongo, eh... porque un permiso para una estación cultural cuesta \$3,000, así que...

E: ¿La FM se toma como un proyecto a corto o largo plazo?

R.S.: Antes la FM fueron botines políticos, botines económicos que se hicieron en el D.F., eh, y ya no se toma en cuenta a los Estados de la República.

Allá se pelean las concesiones y simplemente somos receptores de lo que ahí se hace y se programa, inclusive, eh, nos consideran como gente eh, con una educación algo así como de primer grado o segundo grado, en virtud de la programación que nos están mandando.

Es decir porque la FM empieza como estaciones pensantes, en cuanto caen en la, en manos de las, de los grupos, eh... Viene un proceso de deterioro en la programación, es decir, se programa sin conocer cómo está San Luis Potosí ni qué quiere San Luis Potosí. Lógicamente la gente va y compra las grabaciones de lo que escucha en la radio. Es el caso de Juan Gabriel, él no hubiera podido despuntar si no es por la Radio, es decir, en 1970, eh, no llegaba la gente y decía "¿Qué tienes de Juan Gabriel?" No lo conocían, ni de José José que empezaba, lo escuchan a través de la Radio y van y lo compran en las discotecas. Eh... por ahí es empujado, ahora de ahí ustedes deduzcan qué es lo que está pasando con Límite, con Pesado, con...

## ENTREVISTA A ROBERTO BRIONES

Sobrino de Benjamín Briones y ex colaborador de la XEBM

**Entrevistador:** ¿Cuál ha sido la experiencia que ha obtenido Usted a lo largo del tiempo?

**Roberto Briones:** Bueno, fue bastante, porque como toda la vida he estado dentro de la radio, pues desde que nací ahí en medio de transmisores y plantas de luz en tiempos de la guerra que tenías tu ahí el transmisor en la casa (refiriéndose a su padre), estaba yo chiquillo, tendría unos 4 o 5 años, desde que nací, empiezo a recordar de los transmisores de aquella época, estoy hablando de 1944 o 45.

**E:** ¿Usted era colaborador de su tío?

**R.B.:** Después ya más grande empecé a trabajar ahí con mi tío, hermano de mi papá, ahí primero en los programas de estudio, en la XEBM, y ya después en discoteca, Departamento de Grabación y luego Mantenimiento Técnico.

**E:** ¿En qué proyectos ha participado y cuáles han sido los más sobresalientes dentro del medio radiofónico?

**R.B.:** Pues únicamente en lo que fue el Departamento de Grabación que empecé yo a trabajar en 1964, que cambiamos drásticamente del Sistema de Disco. Yo grababa discos junto a mi papá, también para los comerciales, se grababan en disco de acetato, entonces yo cambié del disco, se compraron unas máquinas de cartucho, en aquél tiempo eran lo último y cartucho de diferentes medidas para los anuncios de diferente tiempo de duración, entonces ahí fue donde yo comencé a innovar dentro de las estaciones que tenía mi tío en el Sistema de grabación, ya no era un disco entonces mejoró mucho la calidad para aquél tiempo. Estoy hablando de 1964.

**E:** ¿Cuándo usted se empieza a acercar a lo que es la Frecuencia Modulada?

**R.B.:** Pues, a partir de 1971 que compró mi tío también la XHTL que ahora es la Stereo Internacional, dentro del trabajo que yo realizaba con él, me tocaba trabajar a veces en Mantenimiento, a veces en lo de grabación que era lo que estaba yo trabajando.

E: ¿Qué información nos puede proporcionar sobre la aparición de la Frecuencia Modulada? ¿Cómo veía en aquél tiempo la radio? ¿Y cuándo apareció la FM, que pasa?

R.B.: Pues en realidad aquí en San Luis fue una cosa, pues fue un cambio un poquito drástico. Empezó en pañales porque no eran equipos completamente modernos, esos equipos los compró primero Benjamín Orozco y otro lo compró el Ing. Fernández, Luis Fernández, pero eran equipos viejitos, que no eran de acuerdo a la época, eso fue en el 69 más o menos, cuando empezó aquí la FM.

E: ¿Hasta cuándo es cuando se integra su tío a lo que es la FM?

R.B.: En el 70 compra la FM porque no creían mucho en la aceptación de la FM aquí, pero cuando entro la TL que era de Alfonso Torre López, el entró con un equipo moderno, puede ser estéreo y por medio de grabación de cintas, eran cintas grabadas, música en cintas grabadas, entonces, tenía una calidad muy superior a la que tenía otras difusoras, aunque era diferente al sonido que tenía a la AM, si había bastante diferencia, ahora ya casi suena igual la AM y FM.

E: ¿Cree usted que si era muy necesaria la aparición de la FM?

R.B.: Pues, es que la radio AM, desde que hizo su aparición en el mundo, pues fue la pionera, pues, los avances como en todo tienen que, no retroceso para la AM sino al contrario tenía que igualarse en calidad y en cobertura, bueno, la cobertura es muy superior en AM que en FM, la AM tiene mucho alcance la FM está restringida a 50 o 100 kms.

E: ¿Cómo cree que fue aceptada la FM entre el medio radiofónico o entre el público?

R.B.: En el medio radiofónico se tuvo que aceptar el continuar con lo que había sido la AM, brincar al sistema de FM; y del público, pues lo aceptó porque era muy diferente a lo que estaban oyendo en AM, empezaron casi sin anuncios, entonces, usted sabe, la novedad, la gente la acepta porque está oyendo pura música, no está oyendo tonterías de anuncios.

E: Sabe si hubo algún apoyo del gobierno o de otra institución para que apareciera la FM aquí en San Luis?

R.B.: No, todo fue cosa de empresarios particulares, del Sr. Orozco, Luis Fernández, mi tío después de que compró la TL, pero no, de apoyo no.

E: ¿Comercialmente que representó la AM?

R.B.: Pues únicamente una mejoría para el cliente en cuanto a su calidad de producto que estaba presentando, pero aun así preferían a la AM por su alcance.

Después empezó a avanzar la FM con nuevos equipos, nuevos sistemas, eso vino siendo hasta 1975 que se puso la XH...lo que es ahorita La Comadre y entonces ya esas difusoras, las primeras de FM, pasaron a manos de otras personas. Una pasó a Organización Independiente de Radio y la otra pasó a manos de Elías Navarro, entonces empezaron a mejorar sus equipos, ya no trabajar con equipo obsoleto por decirle así, sino con equipos modernos. Entonces ya la gente va a procurar más.

## Capítulo VI

### CONCLUSIONES

La introducción de la Frecuencia Modulada a San Luis Potosí se da en un momento en el que la Amplitud Modulada se había estancado, ya no tenía algo más que aportar además de lo que había dado desde 1921, fecha en que comenzó a surgir, y si bien, su evolución fue grande, su calidad ya no respondía a la necesidad de una sociedad que “exigía” cambios, pues la radio se había quedado atrás en ese avance de calidad de sonido. La Televisión ya era una de sus mayores competencias y la radio comenzaba a crear expectativas pues ya era sabido que existía desde 1953 en México una nueva forma de escuchar la radio: la Frecuencia Modulada.

Pero aquí llegó hasta 1970, personas que se encontraban trabajando en estaciones de FM que habían nacido en territorio potosino, fueron los interesados en promover e impulsar un proyecto de radio con una calidad superior, y es así como el Ingeniero Fernández Cabrero se convierte en el pionero de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.

La mayoría de nuestros entrevistados manifestó recordar a la primera estación de FM: la XHOB propiedad del Ingeniero Fernández Cabrero, algunos incluso, estuvieron trabajando con él en su estación; pero se retiró de la OB diez años después y la dejó en manos de un grupo radiofónico y nadie volvió a saber del pionero de la Frecuencia Modulada.

Esto nos lleva a reflexionar, que vivimos en una sociedad rodeada de grandes cambios que se pierden en la memoria de la colectividad con gran facilidad. Así sucedió con la llegada de la FM a San Luis Potosí, ya que son pocos los que realmente pueden hablar del tema con amplio conocimiento. No hay un interés en retomar hechos históricos "lo que pasó y nadie se acuerda de cómo llegó el cambio".

En otros aspectos, es interesante mencionar que precisamente quienes promovieron e impulsaron a la FM fueron a quienes de alguna manera se les "trató" de olvidar fácilmente, pues de muchos ya nadie se acuerda, y otros como en el caso del Ingeniero Fernández simplemente no se pudo mantener en la posición de pionero. Quienes trabajaron con tanto esfuerzo para este medio solo por gusto, son quienes no permanecieron en el recuerdo público.

Las personas dedicadas a la radiodifusión tuvieron sus comienzos en la FM de manera muy precaria, no recibieron (a excepción de Radio Universidad), apoyo por parte del gobierno u otras instituciones, es por ello, que los pioneros optaron por trabajar con sus propias manos hasta establecer sus estaciones y estructurar una base importante para los inicios de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.

Solo bastó un año para que la ciudad se poblara de aparatos receptores con Frecuencia Modulada; la audiencia comenzó a interesarse en ella por su calidad y programación, y es así como entra en los hogares potosinos como una alternativa más dentro de la evolución constante de los medios de comunicación.

El poderío que los grandes grupos radiofónicos tienen sobre la mayor parte de las estaciones comerciales del país se hace notar cada vez más en la radio potosina, su influencia ha sido definitiva para los cambios que han sufrido a lo largo de su existencia las distintas radiodifusoras que, por pertenecer a una Cadena, han cambiado por lo menos una vez de nombre y programación.

Podría pensarse que todas las estaciones tienen un sello distintivo por formar parte de diferentes Cadenas, esto irónicamente resulta ser todo lo contrario: a lo largo de la banda FM se encuentran actualmente 3 estaciones (cada una perteneciente a un grupo diferente) programando la misma música de los géneros pop en español e inglés.

Otro ejemplo puede ser el fenómeno de la música gruperá, que es programada por el 40% de las estaciones FM en la capital del Estado, ACIR tiene su estación gruperá en FM al igual que Radio Comunicación Profesional, Multimedia Estrellas de Oro y Controladora de Medios. Esta tendencia más allá de responder a los gustos de la audiencia tiene que ver con los tratos entre los grupos radiofónicos y las casas disqueras.

La similitud de programaciones que podemos observar entre las estaciones e incluso entre la banda AM y FM, se debe a que las Cadenas diseñan y mandan sus productos con el perfil que ellos consideran que es el que mejores resultados traerá.

Hablar de algunos de los avances tecnológicos surgidos en los últimos años, es un tema extenso y de gran interés, es por ello, que solo se mencionan, en el capítulo referente a la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí, los que están por utilizarse, o bien, que ya fueron utilizados. En la medida en que se acepten en el medio radiofónico, se hará evidente la necesidad de hacer un análisis más profundo para conocer su estructura y funcionamiento. Los avances tecnológicos en la radiodifusión, podrían ser un tema de interés para futuras investigaciones.

Respecto a los avances que se están dando dentro del mundo de la radiodifusión, Lidia Camacho, Directora del Colegio de Comunicaciones del Claustro de Sor Juana de la Ciudad de México, comentó en una conferencia realizada el 23 de Noviembre de 2000 en la Ciudad de San Luis Potosí que la tendencia de la radio digital con servicios de valor agregado como ella define a los servicios complementarios que una estación de radio digital podrá ofrecer al radioescucha (fotografías, mapas, gráficas, etc.), es dar una mayor interactividad a este medio.

Esto lógicamente implica un trabajo extra, ya que las estaciones tendrán que dedicarse a gestionar direcciones de trabajo complementarias a las actuales. Es decir, con esto se creará un campo laboral bastísimo y ahora en vez de tener solamente una Dirección que se encarga de los contenidos habrá otra Dirección que se encargue justamente de esos contenidos de valor agregado.

Además de todo lo antes mencionado, relacionado con algunos de los avances tecnológicos en la radiodifusión, se considera importante destinar recursos económicos a la producción de programas y mantener permanentemente una actitud de búsqueda y experimentación de nuevas fórmulas radiofónicas. Y al mismo tiempo motivar a los estudiantes de las carreras relacionadas con comunicación, para un estudio más a fondo de la radio con la esperanza de despertar un interés y puedan enriquecer con su creatividad la perspectiva de un medio que no deja de ser importante, pero que reclama nuevas experiencias.

# Anexo

## PRODUCTO COMUNICATIVO

Modalidad: Radio  
Género: Documental

Como producto comunicativo se presenta un Documental Radiofónico, el cual servirá como refuerzo a la información obtenida en la presente investigación con la intención de transmitir conocimiento acerca de los inicios de la radio en su Frecuencia Modulada en la capital de San Luis Potosí.

### Objetivos:

- Realizar un producto comunicativo que pueda “trascender”, es decir, que no sea un complemento de un trabajo recepcional, sino que pueda ser utilizado como material de consulta.
- Realizar un trabajo de calidad en donde se abarquen los temas más importantes de la investigación, de una manera natural y sin la rigidez de un guión radiofónico para otorgar mayor dinamismo al producto debido a la carga de información contenida.

## **Justificación**

Con este documental radiofónico se pretende dar a conocer información sobre aspectos de la radiodifusión en general de San Luis Potosí, especialmente de nuestro objeto de estudio: la Historia de la Frecuencia Modulada.

Los medios de comunicación, en este caso, la radio, juegan un papel muy importante dentro de la sociedad mexicana, por lo tanto, queremos transmitir conocimientos adquiridos durante nuestra investigación que puedan tener relevancia y se les pueda dar un uso práctico para generar conocimiento sobre la aparición de la Frecuencia Modulada en San Luis Potosí.

Cabe mencionar, que consideramos de gran importancia para un comunicador conocer sobre el origen y desarrollo de los medios locales.

Para la realización de este producto se buscó una persona que hubiese vivido el momento de transición de la Amplitud Modulada a la Frecuencia Modulada, de amplio conocimiento acerca del origen y desarrollo de la radiodifusión en general, así como del tema tratado en la investigación.

Debido a la importancia de muchos aspectos y de la extensión de los temas, se observó la necesidad de realizar un producto dinámico tanto en su expresión como en su contenido musical, por tal razón, se le comunicó a la persona que se había elegido los puntos más importantes tratados a lo largo del trabajo, con el fin de que fuera más que un guión radiofónico donde se especifica lo que debe decir el locutor, casi una plática en la que la persona elegida nos llevara a recorrer lo más sobresaliente en el desarrollo de la Frecuencia Modulada.

Cabe aclarar que esta persona fue una parte importante para la realización de esta investigación, ya que ha sido participe en el ámbito radiofónico desde hace ya mucho tiempo (abarcando también los inicios de la Frecuencia Modulada en la ciudad); desde un principio mostró un gran interés en el proyecto y tiene un gran conocimiento acerca de los temas que se trataron.

Debido a que se buscó ese carácter dinámico en la producción, primeramente se grabó la voz, para dar paso a todo un proceso de Post-producción.

Temas a tratar:

- Inicios de la radio en San Luis Potosí (en general)
  - El pionero de la radio en San Luis Potosí
  - La primera estación de radio
  - La programación
  
- La llegada de la FM a San Luis Potosí
  - Contexto Histórico
  - El pionero de la FM
  - Surgimiento de otras estaciones
  - Programación
  - Desplazamiento de la AM con la aparición de la FM
  
- Única estación permissionada en Frecuencia Modulada: Radio Universidad
  
- Actualidad en la radiodifusión potosina

Persona invitada para hablar sobre estos temas:

- Lic. Ruperto Salinas Candelaria  
Economista y locutor radiofónico (con licencia 0910)

## GUIÓN RADIOFÓNICO

### "LA FRECUENCIA MODULADA EN SAN LUIS POTOSÍ"

Secuencia	Locutor/Ope.	Diálogo
1.-	OPERADOR:	<i>Música de introducción. (Glenn Miller "Taste of Honey")</i>
2.-	LOCUTOR:	<p>La Radio, hablar de la Radio, en especial en San Luis Potosí, es hablar de la modernidad del siglo XX, la Radio como un elemento de cambio cultural histórico y fundamentalmente comercial, En 1920 surge en San Luis Potosí la primera estación radiodifusora, indiscutiblemente fue una estación de AM ubicada en donde estuvo el antiguo Templo de San Nicolás de Barie, esta enorme y gran catedral de San Nicolás de Barie, me refiero concretamente a este edificio inaugurado el 7 de octubre de 1907, en donde se ubicó el primer elevador de SLP, comúnmente que ahora conocemos como Palacio de Cristal. En el segundo piso se ubicó la estación de radio, la XFPC sin "E", sino únicamente XFPC, ¿qué querían decir las letras XFPC?, Francisco de P. Cabrera, ahí se ubicaba esta estación de radio. Tenía dos locutores, un señor de apellido Fernández y otro de apellido Navarro. Pero posteriormente viene la reglamentación por parte de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes del Gobierno Federal y desaparece esta estación que dura hasta finales de 1920. Que sus transmisiones las inició por febrero de 1920. En esta estación precisamente se da la noticia del incendio de la estación de ferrocarriles, la que actualmente conocemos como estación de los Ferrocarriles, ocurrido el lunes 11 de febrero de 1920. Esta noticia, podemos ubicarnos, cuando hizo sus transmisiones la XFPC.</p>
3.-	OPERADOR:	<i>Música (Glenn Miller "Now My Love")</i>
4.-	LOCUTOR:	<p>Anecdóticamente cabe hacer mención, que esta estación de radio se promocionaba, indiscutiblemente, no había receptores entre la población, ubicando un aparato receptor a un lado de lo que ahora es Sears o a la altura de la tienda Sears, en una tienda de aparatos domésticos que existía ahí. Se ponía un aparato de radio para que la gente con toda curiosidad viera lo que era este nuevo fenómeno en San Luis Potosí: la radio, la XFPC.</p> <p>Posteriormente surgirían otras estaciones radiodifusoras, que desaparecieron como una del señor Fernández que estuvo en San Miguelito, otra estación de radio, indiscutiblemente también sin registro, que estuvo en</p>

los bajos de los Portales Ipiña, de un señor Martínez. Esto sin reglamentación aún de alguna autoridad estatal o federal. Y surge posteriormente la incipiente ley que reglamentaría el establecimiento y funcionamiento de las estaciones de radio. Surge la AM en San Luis Potosí y surge por venta de aparatos de radio que se hicieron fundamentalmente en la década de los 30 de parte de un señor Alvarado y de parte de algunas otras gentes de tiendas ya desaparecidas en San Luis Potosí, que introdujeron estos grandes y antiguos aparatos de radio. Tenían en su cuadrante, no los kilociclos como se les llamaba entonces, no el nombre, las siglas de la estación de radio, en que parte de cuadrante se recibía.

5.- OPERADOR:

*Música (Dave Brubeck "Take Five")*

6.- LOCUTOR:

Y la radio entra como caballo en iglesia en San Luis Potosí. Surge la modernidad, porque ser moderno, era tener aparatos enormes de radio de la marca fundamentalmente Zenit o Telefunken, que fueron los primeros aparatos enormes de radio de grandes bulbos que estuvieron funcionando en los hogares fundamentalmente, con una gran atractivo en los negocios de San Luis Potosí, como en aquella nevería que atendía una señora de apellido Herzog, que se encontraba en la esquina del pasaje Bocanegra y la Calle Hidalgo, ahí estaba ubicada esta farmacia y nevería, que el nombre correcto era droguería y cafetería, que era atendida por esta señora de apellido Herzog, que tenía como gran atractivo la radio.

Surge también en 1930 un bar en la calle de la Perla, casi cerca de la Alameda, junto a otro bar que era el Intimo. ¿qué característica tenía este bar?, tenía un aparato de radio y desde entonces se llamó "El Radio", y actualmente para este año 2001, aun conserva esta cantina su nombre, "El Radio", que tenía un aparato de radio como un gran atractivo para los consumidores. Así surge la radio. La radio AM, la radio en términos generales en San Luis Potosí.

Y viene la década de los 30 con la llegada de la XEBM, pero antes la XECZ, la XEBM, Radio Universidad y posteriormente surge la XESL, la XEPO y es hasta los primeros años de la década de los 60, concretamente en 1964, en el mes de abril, surge una nueva estación: la XEEQ, que en ese momento trabajaba al aire como Radio Alegría desde 1964 no da una evolución más la radiodifusión en SLP, sino hasta el año de 1970, en que surge algo nuevo, algo que mucha gente no quería aceptar, simplemente no había aparatos receptores para ello: la FM.

Una forma diferente de escuchar la radio, una forma diferente de producir la radio. Los locutores de cabina empezaban a ser remplazados por la automatización de estas estaciones de radio de FM, porque era posible escuchar con mejor calidad la música, los comentarios, y sobre todo, sobre todo un mejor sonido ambiental para el lugar en donde se escuchaba. Pero había algunos problemas técnicos.

Pero antes de comentar los problemas técnicos, diremos a usted que surge, y esto es una agradable rivalidad que actualmente se vive entre la XHOD y la XHOB, que casi surgen paralelamente, sólo que con el antecedente de que la XHOD, que en aquéllos años se llamaba, Canal de Lujo, en San Luis Potosí, ha tenido diferentes dueños. Su primer dueño fue Luis Fernández Cabrero, un hombre que vino de Cd. Valles con una gran visión empresarial de radio. Un hombre, ingeniero en electrónica, después se haría cargo de muchas estaciones de radio, y otro hombre desde el otro lado de la radio, desde el micrófono, me refiero a Elías Navarro Mtz. Al frente de lo que sería "Otra dimensión en radio". Entre ambos hay una discusión y entre el público también de ¿Cuál surgió primero?, la mayoría dice que fue precisamente "Otra dimensión en radio",

7.- OPERADOR:

*Identificación de la XHOD en sus inicios*

8.- LOCUTOR:

Ahí en el segundo piso, en una pequeña cabina, en unas pequeñas instalaciones pero con una gran visión, surge XHOD, "Otra dimensión en radio", en SLP. Con música, fundamentalmente música y es ahí donde surge el primer noticiero de información local en San Luis Potosí, conducido por José Aguilar Noyola y por José Carrillo.

9.- OPERADOR:

*Música (Dave Brubeck "Blue Rondo a la Truck")*

10.-

LOCUTOR:

Cabe hacer mención porque también se considera en su estilo, en su tipo de FM como pioneros, locutores pioneros de la FM en San Luis Potosí.

El primer locutor que trabajó comercialmente en la radio en San Luis Potosí fue Horacio Martínez Bravo, como locutor y grabador de la entonces "Canal de Lujo" en San Luis Potosí, como voz masculina, y como voz femenina está la Profesora Elsa Josefina López, fueron los 2 primeros locutores que estuvieron comercialmente al aire en San Luis Potosí, surge, estamos hablando, hablar de primero, estamos hablando de semanas, yo creo que ni de meses, Elías Navarro, él viste, lo que se llama vestir, o sea, graba todos los promocionales de lo que es la radio en San Luis Potosí, de lo que actualmente conocemos como Globo, el también se ubica como locutor comercial, vienen algunos otros

locutores, posteriormente, una gran gama de locutores pero fundamentalmente quienes iniciaron fueron Horacio Martínez Bravo y Elsa Josefina López, quienes estuvieron como locutores pioneros de la radio de FM en San Luis Potosí.

Pero la FM se enfrenta fundamentalmente en 1970 a dos problemas técnicos y a la aceptación de los comerciantes. Casi ningún comerciante quería anunciarse en la FM porque como decían ellos, a fin de cuentas quien nos escucha, si ni aparatos receptores de FM existían en San Luis Potosí. Y por otra parte los problemas de carácter técnico que la Frecuencia Modulada, tenía el defecto de que en un momento dado se brincaba de frecuencia, se cambiaba hacia uno u hacia otro lado, aproximadamente cada hora o cada 2 horas era necesario resintonizar la estación de radio, porque se salía del cuadrante, de la frecuencia en el cuadrante, en la que se estaba escuchando. Esto con el tiempo, indiscutiblemente fue superado y fue aceptado, programas musicales de jazz, tan famosos como Concierto de Música Moderna, programas que fueron algo distinto en San Luis Potosí y va quedando poco a poco, paulatinamente relegada la AM.

La AM en términos no peyorativos, se dejó para la gente rural, porque era la que tenía más alcance y se posiciona los programas de música rural, llamémosle de otra manera, para auditorio meramente urbano.

Posteriormente vienen otras estaciones de FM, después de que abrieron el mercado y el auditorio estas dos pioneras. Viene XHTL, ubicada en el sexto piso, ahí fue donde tuvo su primer domicilio, en el sexto piso del Edificio de la Madrid. Por aquellos años se le daba, se le asignaba la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, asignaba las siglas de la estación al nombre o a los apellidos de los concesionarios como en el caso de la XHOB que actualmente se le conoce como Stereo Sensación, las siglas OB son las siglas del concesionario Benjamín Orozco Barba, en el caso de la XHTL que son los apellidos del señor Alfonso Torre López, que fue el primer concesionario que detentó este permiso, esta concesión de parte de la SCT. Habían de surgir de inmediato la XHPM y varios años después de a XHQK. Permaneciendo con estas estaciones en el mercado y en el Auditorio Potosino durante varios años, un poco más de 10 años hasta la mitad de la década del 80, en que surgen otras estaciones de radio de FM, fueron la SS, como fueron las otras estaciones de radio, que han venido a posicionarse en el cuadrante en San

- 11.- OPERADOR: Luis Potosí.  
12.- LOCUTOR: *Música (Elton John "Rock and Roll Madonna")*
- Pero después de la década del 70 en que la FM, tuvo grandes tropiezos para ser aceptada tanto por comerciantes fundamentalmente por los comerciantes, el auditorio siempre estuvo ávido de escuchar algo nuevo que era la FM. De una manera sorprendente las casas, los automóviles se llenan, valga la expresión porque así es plásticamente, se llenan de aparatos de FM, ser moderno en la década de los 70 era escuchar la FM y esta modernidad surge con un cambio arquitectónico de San Luis Potosí.
- Entonces era gobernador en ese momento Antonio Rocha Cordero, quien transforma el casi 50% de la fisionomía de la Zona Centro de San Luis Potosí, quien cambia la Plazoleta del Carmen, derribando aquellos edificios para bien o para mal, derribándolos y cambiando la Plaza del Carmen, destruye, tumba o derruye también el edificio que se encuentra en la calle de Madero, frente a Las Cajas Reales, modifica la Plaza de San Francisco y la hace peatonal aunque jamás fue peatonal, pues la hizo peatonal, y va modificando. Remodela también el estacionamiento de Fundadores, que en un estacionamiento no subterráneo sino en la parte de arriba. Surgen a la luz muchos misterios, como los túneles de San Luis Potosí, y no sólo hubo cosas del pasado, porque tal parece que de alguna manera la modernidad da un brinco en la década del 70. Surge también en los primeros años de esta década la llamada Zona Universitaria, que en esos años casi todas las escuelas como el caso de Física, el caso de Química, de Metalurgia, de Contaduría, se encontraban precisamente en la Zona Centro de San Luis Potosí. Esto traía como consecuencia una gran aglomeración, una gran cantidad de casas de huéspedes en la Zona Centro de nuestra capital, teniendo una gran vida la Zona Centro, una vida enorme de estudiantes a todas horas y porque no a todas horas de la noche en la Zona Centro, lo que ahora en el año 2001, se ha convertido en las horas altas de la noche en una ciudad fantasma, la Zona Centro, quienes vivimos aquellos años recordamos y extrañamos la vida alegre de los y las estudiantes que vivían en estas cuarenta, cincuenta, tal vez cien casas de huéspedes que había en la Zona Centro de San Luis Potosí, junto con sus pequeñas cafeterías, sus pequeñas fondas o casi mesones para estudiantes, con sus papelerías, sus tiendas, con todo este hermosísimo ambiente, fundamentalmente la alegría, el dinamismo, la vida que

le daba los estudiantes de la década del 70.

Pero se trasladó la Zona Universitaria al oriente de la ciudad y es una de las formas de modernización de nuestra ciudad.

13.- OPERADOR: *Música (Glenn Miller "Take Five")*

14.- LOCUTOR: Por otra parte, hemos de comentar a ustedes que la música que se escuchaba en aquellos años, en el caso de la música instrumental, se rescataban las grandes bandas, de el tipo de Glenn Miller, del tipo de Ray Anthony para la música instrumental, tiene una nueva etapa, grande de una gran penetración en el caso de Estero Internacional, Ray Conniff, Paul Muriat, grandes orquestas, como le llaman algunos, inmortales, pero por el lado de la música joven, se retoma con gran fuerza. Fue maravilloso escuchar en FM a los Beatles o a Police o a todos estos grandes grupos, grandes cantantes del tipo de Paul Anka, que únicamente habíamos tenido la oportunidad de escucharlos en AM. Además de ellos no podemos dejar de mencionar a Alice Cooper, Elton John, Rod Stewart. Todo estos grandes músicos, de la música joven, escuchamos deliciosamente, a través precisamente del maravilloso sonido de las entonces nuevas frecuencias de FM, de las FM's. Pero después de 30 años, llegamos al año 2001 con una radio que en cierto modo ya es familiar para todos que es: la Frecuencia Modulada.

Ahora bien, las programaciones de radio han sido casi horizontales en alguna como en el caso de XHQB, que en sus orígenes fue música romántica, así se llamaba "La romántica de San Luis", y música de trío, música que curiosamente llaman música de catálogo, pero fundamentalmente de corte romántico. Para incorporarse en los mediados o principios de la década de los 90 con música de la llamada grupera, abandonando este perfil que tenía, la XHTL, conocida como Stereo Internacional actualmente, ha mantenido su perfil desde hace casi 30 años de música instrumental. El caso de Stereo Sensación, XHOB, también ha mantenido casi su perfil de música en español, instrumental, y el 20%, así se diagnosticaba en aquellos años de música en inglés.

La XHPM, lo que conocemos actualmente como Stereorey, ha conservado exactamente su perfil de música internacional moderna, en diferentes idiomas, fundamentalmente en inglés, desde su fundación.

En el caso de FM Globo, XHOD, también ha mantenido el perfil de tendencia juvenil, para atender al auditorio juvenil, ha sido su perfil desde su fundación en el 70 y

parece que lleva mucho dominio todavía por delante. Algunas otras estaciones, como el caso de la SS, ha variado de música romántica a música grupera, a diferentes cortes que ha tenido, ha habido variaciones. El caso de la estación que comercialmente se conoce como "La Grupera", que es de las más nuevas o la más nueva en SLP, ha entrado desde su origen como perfil, exactamente eso, grupero. Me ha faltado mencionar una estación que lamentablemente no ha sobresalido en San Luis Potosí por los diferentes cambios de programación, me refiero a la XHNM, lo que actualmente se conoce como Spazio, la indefinición de los administradores o programadores ha hecho que no se posicione en el auditorio de San Luis Potosí.

- 15.- OPERADOR: Música (Tom Jones "Is not unusual")
- 16.- LOCUTOR: Por otra parte surge una estación que se dice que es permitida, aun sin embargo, los papeles de la SCT no viene registrada como tal, me refiero a la Radio universidad de la FM.
- 17.- OPERADOR: Meter identificación de Radio Universidad en periodo de pruebas y al terminar música (Tom Jones con "Twist and Shout")
- 18.- LOCUTOR: Originalmente quienes estuvimos en Radio Universidad y gestionamos estas plantas, este equipo, este permiso, era con la intención de escuchar música de los grandes maestros, orquestas sinfónicas, filarmónicas, la música de grandes maestros en FM.  
Ha tomado otro perfil, un perfil de estación de revista, de estación de radio de música moderna o ultramoderna
- 19.- OPERADOR: Promocional Radio Universidad
- 20.- LOCUTOR: Con permiso o sin permiso ahí esta como estación de los estudiantes de la UASLP.
- 21.- OPERADOR: Música (The Beatles "Let it be")
- 22.- LOCUTOR: La Frecuencia Modulada que ahora se ha convertido en estaciones de radio automatizadas, en virtud de que son programadas desde lugares no cercanos a SLP, son programadas, o desde la República o desde los trust de radio de Nuevo León o de algunas otras partes del mundo y encontramos con que ahora las estaciones de radio están fundamentalmente las FM, están programadas a través de la Cadena OIR, de la Cadena ACIR, de Multiestrellas de Oro, no respondiendo y esto con responsabilidad, lo podemos decir, no respondiendo a lo que es el deseo del auditorio potosino. Hay una salvedad honrosa, las estaciones que administra Elías Navarro Martínez, 2 estaciones que sí consultan, si están conscientes de lo que requiere el auditorio al que ellos se han enfocado, que es el auditorio joven y que si dan

respuesta a lo que los jóvenes quieren. En cuanto a otras estaciones de radio, lamentabilísimamente son programadas desde otras partes de la República con una sensibilidad muy diferente a lo que tenemos la gente en San Luis Potosí.

Por otra parte dentro de los aspectos que pudieran llamarse negativos es la impersonalización, cada vez se ocupan menos locutores en vivo en las estaciones de FM y nunca y por experiencia, tanto en Europa como Norteamérica nunca es lo mismo un mal locutor, es decir, la conversación, el platicar en vivo con ustedes, el decirles como es el tiempo en este momento, el presentar una melodía de distinta manera cada vez que se presenta, el enviarle yo saludos a usted, el decirle que me da mucho gusto saber que en este momento de la madrugada, del día o de la noche, nos está escuchando esta comunicación que yo establezco en vivo con usted. Que usted se de cuenta en ese momento en la soledad o en la compañía de la calle o en la soledad de otra parte de que yo estoy transmitiendo para usted y que estoy llegando directamente y que en ese momento estoy viviendo su propio momento. Es muy importante esto, desde el punto de vista psicológico y filosófico, el que usted auditorio y yo vivamos hoy en este momento el mismo momento. Y no una grabación con una voz perfecta, con una pronunciación envidiable, que le dé a usted la hora o le presente de la misma manera 20, 30 ó 40 veces al día, la misma melodía.

Este es uno de los pequeños problemas para los locutores y quizás también para el auditorio el que estemos en vivo como en este momento, muchas gracias.

23.-

OPERADOR:

Música Fade out.

Collage promocionales

## **BIBLIOGRAFIA**

- ALBERT, Pierre y  
TUDESQ, André – Jean  
Breviarios del Fondo de Cultura Económica  
México, 1995
- BROM, Juan  
Para comprender la Historia  
Editorial Nuestro Tiempo  
México, 1990
- CIRT  
Comunicación y Sociedad  
La industria de la Radio y la Televisión en México  
Tomo I  
Cámara de la Industria de la Radio y Televisión  
México, D.F., 1996
- DE ANDA Y RAMOS, Francisco  
La Radio. El Despertar del gigante  
Editorial Trillas  
México, 1997
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima  
La Radio Mexicana (Centro y regiones)  
Juan Pablos Editor  
México, 1997
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Fátima  
Los medios de difusión masiva en México  
Juan Pablos Editor  
México, 1998
- FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y  
DAHINKE, Gordon L.  
La Comunicación Humana. Ciencia social  
Editorial Mc Graw Hill  
México, 1986
- HERNÁNDEZ SAMPIERI, Roberto  
FERNÁNDEZ COLLADO, Carlos y  
BAPTISTA LUCIO, Pilar  
Metodología de la Investigación  
Editorial Mc Graw Hill  
México, 1996

- KAISER SCHLITTLER, Arnoldo  
Breve Historia de San Luis Potosí  
Editores Kaiser y Gobierno del Estado de San Luis Potosí, S.L.P.  
1997
- KAISER SCHLITTLER, Arnoldo  
Biografías de San Luis Potosí  
México, 1997
- LLANO, Serafina y  
MORALES, Oscar  
La Radiodifusión en México  
Editorial Comunicación: Tecnología e Investigación S.C.  
México, 1998
- NAVARRO FUENTES, Raúl  
La investigación de Comunicación en México  
Sistematización documental 1956-1986  
México, D.F., 1998
- PEDRAZA MONTES, José Francisco  
Historia de la Ciudad de San Luis Potosí (compendio)  
Impresos Frank  
San Luis Potosí, 1994
- REBEIL CORELLA, María Antonieta,  
ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa, y  
RODRIGUEZ ZÁRATE, Ignacio  
Perfiles del Cuadrante  
Editorial Trillas  
México, 1989
- ROMO GIL, María Cristina  
Introducción al Conocimiento y práctica de la radio  
Editorial Diana  
México, 1991
- ROMO GIL, María Cristina  
Ondas, canales y mensajes. Un perfil de la radio en México  
ITESO  
Guadalajara, México, 1991
- SÁNCHEZ RUÍZ, Enrique E.  
Medios de difusión en sociedad. Notas críticas y metodológicas  
Universidad de Guadalajara, Centro de estudios de la información y la comunicación  
México, 1992

- SCHMELKES, Corina  
Manual para la presentación de anteproyectos e informes de investigación (Tesis)  
Harla S.A de C.V.  
México, 1998
- SOSA PLATA, Gabriel  
ESQUIVEL VILLAR, Alberto  
Las mil y una radios  
Editorial Mc Graw Hill  
México, 1997
- TAMAYO Y TAMAYO, Mario  
El proceso de la investigación científica  
Fundamentos con manual de evaluación de proyectos  
Limusa Grupo Noriega editores  
México, 1991
- VITORIA, Pilar  
Producción radiofónica. Técnicas básicas  
Editorial Trillas  
México, 1998

## ***PUBLICACIONES***

- El ABC de las estadísticas de la cultura  
INEGI  
Aguascalientes, Ags. México  
Agosto 2000
- Universitarios potosinos. Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Volúmen VIII No. 2  
Mayo-Junio 2000
- Universitarios potosinos. Universidad Autónoma de San Luis Potosí  
Volúmen VI No. 3  
Julio-Agosto 1998
- El universo de la radio.  
Asociación de radiodifusores del D.F.A.C.  
Volúmen 1 No. 2  
Verano de 1996
- "Radio Digital"  
Revista Mexicana de Comunicación  
Año 3 No. 18  
Fundación Manuel Buendía, A.C.  
Julio-Agosto de 1991

## **TESIS**

- CORREU MACIAS VALADÉZ, Ma. Verónica  
MORENO ALARCÓN, Olaya  
Historia de la radiodifusión potosina en su Amplitud Modulada  
UASLP, San Luis Potosí, 1998
- NAVARRO TORRES, Rosa María  
Crítica a la escasa producción radiofónica cultural en la capital de San Luis Potosí: perspectivas de desarrollo para una radio cultural-comercial  
UASLP, San Luis Potosí, 1991

## **FOTOS**

- Cabina Radio Universidad  
5 de Diciembre de 2000
- Edificio Ipiña  
Actualidad: 4 de Diciembre de 2000
- Elías Navarro Martínez  
Actualidad: 24 de Noviembre de 2000
- Señor Manuel Carrillo Grageda  
23 de Noviembre de 2000
- Benjamín Briones  
Proporcionada por la Señora Jasso  
18 de Octubre de 2000
- Radio-Portada  
Extraída de la revista de Comunicación.  
Año 1, No. 4. Marzo-Abril 1989, pág. 27
- Ing. Luis Fernández Cabrero  
Extraída de la tesis de Correu Macías Valadéz, Ma. Verónica y Moreno Alarcón, Olaya  
Historia de la radiodifusión potosina en su Amplitud Modulada  
UASLP, San Luis Potosí, 1998, pág. 29
- PERIÓDICO: "Sol de San Luis"  
Anuncio de la XHOB  
1º. De Octubre de 1971
- Logotipo de Stereorey





FLCT86



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE SAN LUIS POTOSÍ  
ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

EL NACIMIENTO DE UNA NUEVA FORMA DE  
ESCUCHAR LA RADIO EN SAN LUIS POTOSÍ:  
LA FRECUENCIA MODULADA

Tesis que para obtener el título de  
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

Presentan

Martha Elena Bravo Morales

María Luisa Coello Zancarias

María Monserrat Garza Salgado

San Luis Potosí, S. L. P., Enero 2001