



UNIVERSIDAD JUÁREZ DEL ESTADO DE DURANGO

FACULTAD DE DERECHO Y CIENCIAS POLÍTICAS
DIVISIÓN DE ESTUDIOS DE POSGRADO E INVESTIGACIÓN

“La función social de la radiodifusión”

Tesis que para obtener el grado de Maestra en Derecho presenta:

Lic. Jakeline Francisca Avila Flores

Director de tesis: M.D. Alberto de la Rosa Olvera

Victoria de Durango, Dgo., agosto de 2018

DEDICATORIA

A mi razón de ser:

A mi hija Fernanda Valentina, que, durante el periodo de estudio de la maestría, se desvelaba conmigo mientras leía, hacía controles de lectura, preparaba exposiciones y/o estudiaba para examen; y a quien le quité tiempo que le correspondía para jugar o salir con ella, todo para poder terminar el reto que me propuse.

A mi Abril y a mi Emiliano, porque en este período en que he preparado mi trabajo de investigación, también les tocó lidiar con que su mamá no podía atenderlos como ellos merecían.

Ustedes son mi razón de ser, quienes me impulsan a seguir adelante cuando parece que no puedo más, los veo y se que tengo que levantarme y seguir adelante; los amo.

A mis ídolos:

Mi madre, María de la Paz Flores Sevilla, quien es un ejemplo de vida y superación para mis hermanas y para mí, pues nos ha demostrado con hechos que nunca es tarde para lograr lo que quieres.

A mí padre, Pedro Avila Nevárez, quien me impulsó para que entrara a estudiar un posgrado, por él y por su motivación es que hoy me encuentro aquí; gracias por su confianza y por creer en mi cuando yo no lo hacía.

A los posgradianos:

A quienes en un principio veía sólo como compañeros de estudio, pero con el transcurso del tiempo y conforme íbamos avanzando compartimos no sólo el estudio, el estrés, sino también muchas vivencias, unas llenas de alegría (en su mayoría), otras de tristezas, de relajación (en la medida de lo posible), esparcimiento y sobre todo de apoyo; todo esto nos llevó a tener una bonita amistad que perdura hasta la actualidad.

Los quiero..., gracias por su amistad.

A los radiofilos:

Lo admito, soy una de los suyos; por eso este trabajo de investigación versa sobre la función social de la radiodifusión enfocada al mass media de la radio; pues los radiofilos sentimos y vivimos la radio de forma diferente al común de los radioescuchas; escuchamos la radio como degustar un buen vino, y sabemos distinguir entre una radio adulterada y una que conserva su cuerpo y su esencia.

A mi padre radiofónico:

El querido Carlos Luján García(+), quien me enseñó a hacer radio cuando llegué a “La primera estación cultural en Durango”, Radio Universidad, en ese entonces 1270 AM, como estudiante del cuarto semestre de la carrera de ciencias y técnicas de la comunicación de la Universidad José Vasconcelos, junto con mis amigas y compañeras de carrera Sandra Amaya y Jaky Carreón, a hacer nuestra primera producción: una adaptación libre a la radio de la novela *Drácula* de Bram Stoker (pero esa es otra historia); él inculcó en mí el amor por este medio tan noble y creativo, donde el radioescucha a través de los sonidos que salen de su radio echa a volar sin límite alguno su imaginación.

AGRADECIMIENTOS

Antes de agradecer, quiero asentar que si omito a alguien de las personas que me han apoyado no es con intención, pues algo que me enseñaron mis padres es a ser agradecida y no olvidar nunca quienes te ayudan o apoyan en el camino.

Gracias primeramente a Dios por todo lo que me ha dado en la vida y por permitirme llegar a este momento.

A mis hijas e hijo por su paciencia, comprensión y sacrificio.

A mis padres por su apoyo y fortaleza para impulsarme.

A mis amigos que nunca dejaron de estar al pendiente para que culminara los esfuerzos de la Maestría en Derecho.

Por supuesto a los catedráticos de esta División de Estudios de Posgrado e Investigación por la transmisión de conocimientos y experiencias.

A mi director de tesis el M.D. Alberto de la Rosa Olvera, por su paciencia y compromiso conmigo para que este trabajo de investigación pudiera salir adelante.

Al M.D. Luis Tomás Castro Hidalgo, quien durante su gestión como Rector de nuestra Máxima Casa de Estudios tuvo confianza en mí y me dio la oportunidad de ser directora de Radio Universidad; además de recibir todo su apoyo para que Radio Universidad pudiera transitar de amplitud modulada a frecuencia modulada y que su horario se ampliara a 24 horas ininterrumpidas de transmisión, no obstante la gran labor de gestión ante el entonces COFTEL de Pedro Ávila Nevárez (mi padre) en ese momento diputado federal, para que este objetivo se lograra ; gracias a todo este proceso es que pude conocer a fondo la regulación jurídica de la materia y las prácticas que se dan en el servicio de radiodifusión, entre muchas otras situaciones que me dieron las herramientas y el conocimiento para poder desarrollar mi presente trabajo de investigación.

Gracias...

“La radio solo tiene una cara cuando debería tener dos. Es hoy en día un aparato de mera distribución así que yo, dice Bretch, haría una sugerencia: convirtamos este aparato de distribución en uno de comunicación donde el oyente no solo escuche sino hable y donde el oyente no sea un sujeto aislado, sino que esté interconectado. Desde esta perspectiva, la radio debería pasar de ser un ente suministrador a encargarse de organizar las redes sujetos emisores y receptores”.

Bertolt Bretch

“La radio como aparato de comunicación”.

INTRODUCCIÓN	8
CAPÍTULO I	10
GÉNESIS RADIAL	10
1 INICIO RADIOFÓNICO	10
1.1 Desarrollo de la radio en Estados Unidos de Norteamérica	13
1.2 Antecedentes en Inglaterra	16
1.3 La British Broadcasting Corporation (BBC)	17
1.4 Antecedentes en Latinoamérica	18
2 MÉXICO AL AIRE	23
2.1 Inicios de la radio comercial	23
2.2 La radio cultural	28
3 DURANGO RADIAL	34
3.1 Estaciones concesionarias o llamadas comerciales en términos de la anterior Ley Federal de Radio y Televisión	34
3.2 Estaciones permisionarias o culturales en términos de la anterior Ley Federal de Radio y Televisión	35
3.2.1 Radio Universidad XHHD-FM 100.5 MHz.	36
3.2.2 Estéreo Tecnológico XHITD-FM 92.1 MHz.	42
3.2.3 Estéreo Lobo XHUAD-FM 94.1 MHz.	47
3.2.4 España F.M. 92.9 (XHUNES-FM)	49
CAPÍTULO II	53
LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN	53
1 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN	53
1.1 Comunicación escrita y comunicación oral	54
1.1.1 Características de la comunicación escrita	54
1.1.2 Características de la comunicación verbal	55
1.2.3 Requisitos de la palabra hablada para lograr la comunicación	56
2 DEFINICIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN	59
2.1 Modelos de comunicación	62
3 LA RADIO, SU FUNCIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN	65
3.1 Características	69
4 TIPOS DE MENSAJES QUE TRANSMITEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	73
CAPÍTULO III	76
ESTACIONES DE RADIODIFUSIÓN	76

1 LA RADIODIFUSIÓN	76
1.2 Proceso creativo de la radiodifusión	77
2 CONCESIONARIAS Y PERMISIONARIAS ANTES DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES	79
2.1 Concesionarias	80
2.2 Permisiónarias	85
3 REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES EN RELACIÓN CON LAS CONCESIONES	90
CAPÍTULO IV	105
FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIODIFUSIÓN	105
1 AMBIGÜEDAD DE CONCEPTOS JURÍDICOS	105
1.1 Definición de “servicio público”	106
1.2 ¿“Interés general” o “interés público”?	109
1.3 ¿A qué se refiere la “función social”?	113
2 COLUMNA VERTEBRAL CONSTITUCIONAL DE LA RADIODIFUSIÓN	122
2.1 Libertad de expresión y derecho de acceso a la información	122
2.2 Libertad de expresión, artículo 7º Constitucional	126
2.3 Otorgamiento de concesiones	128
2.4 Instituto Federal de Telecomunicaciones	129
CONCLUSIONES	133
PROPUESTAS	135
FUENTES DE INFORMACIÓN	137

INTRODUCCIÓN

A través de este trabajo de investigación desarrollamos diversos temas que van enfocados a determinar cuál es la función social de la radiodifusión enfocándonos al medio masivo de comunicación como lo es la radio.

En virtud de lo anterior es que hacemos un recorrido histórico desde el surgimiento de la radio, su desarrollo y época dorada da la misma en algunos países, de México y concluir en nuestro estado; así mismo, se analiza cuáles eran las estaciones conocidas como concesionarias y permisionarias, conocidas coloquialmente como “comerciales” y “culturales”, en la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión.

Se hace un análisis de los contenidos programáticos de las estaciones radiofónicas conocidas coloquialmente como “culturales” a nivel nacional de Radio Educación y Radio UNAM, para concluir el *Capítulo I Génesis Radial*, con la observación de la programación de las radioemisoras “culturales de nuestra ciudad capital: Radio Universidad XHHD-FM 100.5 MHz., Estéreo Tecnológico XHITD-FM 92.1 MHz., Estéreo Lobo XHUAD-FM 94.1 MHz., España F.M. 92.9 (XHUNES-FM).

En el *Capítulo II La radio como medio masivo de comunicación*, se observan las características que le favorecen para poder llegar al radioescucha, transmitir su mensaje, cómo ha tenido que evolucionar para no quedar desplazado por las nuevas tecnologías y su función como mass media.

Al llegar al *Capítulo III Estaciones de radiodifusión*, abordamos lo referente a su definición, que se entiende por esta y su definición legal, para entrar al proceso creativo de la misma enfocándonos en la radio, pues es en este punto donde se generan los contenidos programáticos que se transmiten al aire y que llegan a los radioescuchas.

Otro aspecto esencial que trabajamos es el concerniente a las concesionarias y permisionarias antes de la reforma constitucional, des de los requisitos para que

se otorgarán y la diferencia entre unas y otras, para concluir con la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones con relación a las concesiones.

Finalmente, el capítulo IV *Función social de la radiodifusión*, en este punto se cierra la investigación entrando al estudio de conceptos como “servicio público” “interés general”, “interés público”, que se mencionan de manera indiscriminada e incluso a veces como si fueran sinónimos; y por supuesto, la “función social” que se menciona pero no se define legalmente a que se refiere esta; todos estos conceptos se mencionan en nuestra Carta Magna y en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión en sus diversos artículos que tratan sobre el servicio público de la radiodifusión, por lo que era ineludible su estudio.

Al ser la libertad de expresión, el acceso a la información y la libre manifestación de las ideas derechos consagrados en la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y la esencia o razón de ser de la Ley vigente de la materia, es que se realiza un análisis de la columna vertebral constitucional de la radiodifusión, para determinar de esta forma cual es la función social de la radiodifusión y si realmente se cumple con ella o no.

CAPÍTULO I

GÉNESIS RADIAL

1 INICIO RADIOFÓNICO

Para dar inicio a nuestra investigación, es importante partir desde los orígenes, de este medio de comunicación, darnos cuenta de los momentos históricos que se vivían en ese momento y como la radio marcó un antes y un después en la forma de comunicar un mensaje a un gran número de radiorreceptores; a raíz de esto, es que puede decirse que la radio es uno de los grandes inventos del hombre; ya que este llega a lugares que otros medios no pueden alcanzar.

El antecedente inmediato de este medio de comunicación lo tenemos en la telegrafía sin hilos propiciada por Guillermo Marconi; en sus inicios la transmisión era muy limitada, ya que este aparato no podía transportar ni palabras ni sonidos musicales.¹

Pero antes de continuar con este tema, es pertinente retroceder y hablar sobre los trabajos de Ampère, Ohm y su maestro Faraday, cuyos trabajos esclarecieron el mundo de la electricidad, así como los desarrollados por el escocés James Clerk Maxwell, quien en 1864 estableció una teoría de ondas electromagnéticas, en donde demostró su familiaridad con las ondas luminosas; por su parte, en 1887, el alemán Heinrich Hertz realizó las primeras experiencias que probaban las teorías de Maxwell produciendo ondas hertzianas.²

Pero no es, sino hasta que el joven estudiante italiano Guillermo Marconi, coordinó hábilmente el carrete de Ruhmkorff³, del excitador⁴ de Hertz, la antena del ruso

¹ Disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html>, fecha de consulta 24 de septiembre de 2012

² PIERRE, Albert André y TUDESQ, Jean, *Historia de la radio y la televisión*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1982, p.14.

³ M. Ruhmkorff ha construido por vez primera, en 1851, carretes de dos alambres, de dimensiones muy considerables, por medio de las cuales se consigue que produzcan las corrientes de inducción, aun con un solo par de Bunsen; efectos físicos, químicos y fisiológicos equivalentes y hasta superiores a los de las máquinas eléctricas más enérgicas. La radio. Ondas hertzianas. (*sic*) Hertz profesor de la Universidad de Bonn (1857-1894) llevó a la práctica la teoría de Maxwell. El desafío para Hertz consistió en inventar el transmisor y el receptor. El emisor estaba constituido por un carrete de Ruhmkorff de grandes dimensiones al que adaptó una especie de antena dipolo. El receptor, muy poco sensible, consistía en un anillo abierto, entre cuyas puntas podían saltar

Popov⁵ y el cohesor de Branly⁶, que con estos cuatro elementos básicos puestos en acción transmitió, en mayo de 1896, las primeras señales de un punto a otro. La experiencia se llevó a cabo en el patio de su propia casa, extendiéndose más tarde a un punto "más allá de las colinas" de la campiña que circundaba su hogar: la telegrafía sin hilos había sido inventada.⁷

Sus primera pruebas fueron en 1894 cerca de Boloña; 1895 en el que hizo un intercambio de señales hertzianas en 400 metros y luego de 2000 m; en 1896 logra un intercambio de señales morse por telegrafía sin hilos a 3 kilómetros en presencia del Ministro de Correos; en 1897 alcanza los 25 kilómetros; en 1899 llega a los 160 y en ese mismo año, el 28 de marzo, une Douvres y Vimereux cerca de Boloña; después logra perfeccionar su sistema asegurando la sintonía con la perfecta concordancia de las antenas receptoras y emisoras. Dos enlaces de gran relevancia que realiza este genio, son la de Poldhu y Terra Nova; además en 1907 logra un enlace transatlántico permanente.⁸

chispas.

http://www.upct.es/seeu/_as/divulgacion_cyt_09/Libro_Historia_Ciencia/web/carrete_de_ruhmkorff.htm

⁴ Excitador (Exciter): Este bloque proporciona la energía eléctrica de alimentación del campo rotatorio del generador sincrónico, constituyendo la fuente de poder del Sistema de Control Excitador. VARGAS, Luis, *Sistema de excitación de maquinas sincrónicas. Apuntes Curso EM 737 Fenómenos Dinámicos de Redes de Potencia*, Facultad de Ciencias Químicas y Matemáticas, Universidad de Chile, 2008, Disponible en https://www.u-cursos.cl/ingenieria/2008/2/EM737/1/material_docente/bajar?id_material=188134, fecha de consulta 25 de septiembre de 2012

⁵ En 1895 Popov construyó un receptor coherente capaz de recibir a distancia, sin cables, señales electromagnéticas de distinta duración. Asimismo elaboró el primer sistema de comunicación por radio en el mundo, integrado por el transmisor de chispa de Herz, (sic) construido también a su manera, y el receptor inventado. En el transcurso de las pruebas el receptor mostró también la capacidad de registrar señales electromagnéticas de procedencia atmosférica. Disponible en http://rusopedia.rt.com/ciencia_y_tecnica/inventos/issue_205.html, fecha de consulta 25 de septiembre de 2012

⁶ Sus estudios tuvieron fruto con el descubrimiento del cohesor, primer detector utilizado en la comunicación por radio. Branly se basó en los descubrimientos de Temistocle Calzecchi-Onesti, que había demostrado en experimentos entre 1884 y 1886 que las limaduras de hierro contenido en un tubo de aislamiento llevarían a cabo una corriente eléctrica bajo la acción de una onda electromagnética. El funcionamiento del cohesor se basaba en la gran resistencia que ofrecía al paso de corriente eléctrica por las limaduras de metal sueltas, lo que disminuía bajo la influencia de la frecuencia de radio en corriente (sic) alterna. Este cohesor, que Branly no patentó, se convirtió en la base para la recepción de radio, y se usó de forma generalizada durante unos diez años. Disponible en <http://ingeniatic.euitt.upm.es/index.php/personajes/item/210-branly-eugene-edouard-desire>, fecha de consulta 25 de septiembre de 2012.

⁷ BARROS, Sergio y BARROS, Patricio, *Historia de los inventos. La radiotelefonía*, Disponible en <http://www.librosmaravillosos.com/inventos/capitulo11.html>, fecha de consulta 26 de septiembre de 2012.

⁸ PIERRE, Albert André, TUDESQ, Jean, *Ob. Cit.*, p.15.

El invento de Marconi fue un adelanto tecnológico para la época, las fallas del mismo, que impedía la transmisión de la voz, fueron reparadas hasta entrando el siglo XX, por A. Fleming y R.A Fessenden, permitiendo así la transferencia de la voz; a partir de este momento se puede considerar el inicio de la radio como la conocemos en nuestros días.

El ingeniero americano Reginal A. Fessenden, perfeccionó la comunicación de la voz a través de la radio, y así, junto con la invención del tubo de vacío en 1906 por el físico estadounidense Lee De Forest, quedaron establecidas las técnicas básicas de la radio; para ello De Forest se valió de la válvula termoiónica inventada ya por John A. Fleming.⁹

Francisco de Anda¹⁰, nos menciona que el primero en realizar transmisión de sonidos y voz humana fue Fessenden al transmitir en Noche Buena desde Brant Rock en la costa de Massachusetts, al sur de Boston, una interpretación que el hizo con su violín, cantó, leyó un fragmento de la Biblia y también una grabación de un fonógrafo; empleó un alternador Alexanderson para generar energía y radiofrecuencia y un micrófono común de teléfono. Los operadores de los barcos estaban asombrados de poder escuchar a la lejanía voces y musicales en sus auriculares, cuando sólo reproducían estática y ásperos códigos Morse.

Al respecto, cabe señalar las condiciones sociales propiciadas por la revolución industrial para que este invento se gestara y tomara auge.

Coincido con De Anda al mencionar que la radio es la culminación y el inicio de dos eras (1750-1850), ya que por un lado se encontraba la tradición inventiva mecánica del siglo XIX, en el cual surgieron inventos como la prensa, la fonografía y el cinematógrafo; a mediados de ese siglo dicha tradición no podía resolver los problemas a los que se enfrentaba en ese momento con las bases tecnológicas que tenía y obviamente, surge la invención electrónica del siglo XX, cuyo primer logro sería la radiodifusión.¹¹

⁹ Disponible en <http://www.diccionariosdigitales.net/glosarios%20y%20vocabularios/ciencias%20de%20la%20comunicacion-2-radiodifusion.htm>, fecha de consulta 28 de septiembre de 2012

¹⁰ DE ANDA y RAMOS, Francisco, *La radio. Un gigante dormido*, 3ª edición, Editorial Trillas, México, 2011, p. 44

¹¹ *Ibidem*, p. 22

1.1 Desarrollo de la radio en Estados Unidos de Norteamérica

En su obra *“La radio. Un gigante dormido”*, De Anda¹², nos hace ver como los inventores y las empresas se encontraban en constante pugna por la patente, ya que cualquier invento o desarrollo importante era patentado inmediatamente por Estados Unidos o Gran Bretaña. Sin lugar a dudas la Primera Guerra Mundial detuvo esta guerra de patentes, pues ambos gobiernos tomaron el control de la industria, organizando el trabajo de empresa e investigadores que permitió un desarrollo más rápido y armónico.

A pesar de este aparente avance, al concluir la Primera Guerra Mundial, el gobierno de Estados Unidos no pudo continuar con el control de la radio y cede a los intereses privados, lo que determinó que este medio se convirtiera en un mero escenario para la competencia comercial en lugar de haber sido un medio público de comunicación.

En 1916 se inaugura la primera emisora en la ciudad de Nueva York y, en el período comprendido entre 1914 y 1918, la radio se consolida en este país y en otros importantes estados europeos, como Francia y Gran Bretaña. Tal es el crecimiento del medio en Norteamérica que, en 1935, se funda la empresa *Columbia Nexus Service*, una agencia de noticias encargada de distribuir la información entre las emisoras existentes en aquel momento en Estados Unidos.¹³

Albert y André¹⁴, nos explican en su obra *Historia de la radio y la televisión*, que en su inicio, las primeras estaciones de radio surgieron por el interés de productores radioeléctricos que querían dar a conocer sus técnicas y su material radioeléctrico a través de emisiones experimentales; pero algo que si queda claro al decir de estos autores, es que Estados Unidos ocupó+ los primeros lugares en la mayor parte de los espectros de la actividad radiofónica.

¹² *Ibidem*, p.p. 48 y 49

¹³ Disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html>, fecha de consulta 24 de septiembre de 2012

¹⁴ PIERRE, Albert André y TUDESQ, Jean, *Op. Cit*, p.22.

Es a principios de 1920 cuando la compañía inglesa, *MARCONI WIRELESS*, creada por el propio Marconi dio inicio a las transmisiones radiofónicas de carácter público. En Estados Unidos las primeras estaciones con emisiones regulares fueron la WWJ, en Detroit, y la KDKA, en Pittsburg. Las emisoras regulares surgieron en Estados Unidos con una profusión y anarquía destacables y comenzaron a emitir sus programas sin limitaciones de legislación alguna para las instalaciones radiofónicas; tenían el camino libre para hacer lo que mejor les pareciera; sin embargo, al aumentar el número de emisoras sus señales comenzaron a chocar entre sí y los oyentes sólo alcanzaban a escuchar ruidos confusos. Este caos propició la intervención gubernamental y se asignó a las emisoras distintas longitudes de onda.¹⁵

Como al inicio de cualquier innovación, las transmisiones de radio no se encontraban reguladas y las primeras leyes no tuvieron un carácter restrictivo, sino que estuvieron orientadas a respetar la iniciativa privada lo cual estimuló el surgimiento de grandes cadenas de emisoras como la *Westinghouse*, la *Radio Corporation of America (RCA)*, la *National Broadcasting Company (NBC)* y la *Columbia Broadcasting System (CBS)*.

Al respecto tenemos la *Radio Act*¹⁶ de 1912, que sólo se enfocaba a acordar los diferentes tipos de licencias, tras un periodo de libre actividad y debido a las consecuencias que esto provocó, se organizó un sistema más riguroso de radiofrecuencias a través de la ley de febrero de 1927 que creó la *Federal Radio Commission (FRC)*¹⁷, compuesta por cinco miembros nombrados por el Presidente de los Estados Unidos; de esta manera surgen estaciones no comerciales a cargo de universidades u organizaciones religiosas, sin poder rivalizar con la radio comercial.¹⁸

¹⁵ *Las primeras emisoras de radio (I)*, Disponible en <http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/07/24/las-primeras-emisoras-de-radio-i/>, fecha de consulta 27 de septiembre de 2012.

¹⁶ *Texto del 13 de agosto 1912 "Ley para reglamentar la comunicación por radio". Este fue el primer acto de los Estados Unidos para exigir estaciones de radio para obtener la licencia.* Disponible en <http://earlyradiohistory.us/1912act.htm>, fecha de consulta 27 de septiembre de 2012

¹⁷ Fue creada en virtud de la Ley de Radio de 1927. Deber principal FRC era resolver el problema de interferencia que se desarrolló después de la Ley de Radio de 1912 se convirtió en inaplicable. Sin embargo, el FRC fue remplazado por la Comisión Federal de Comunicaciones (FCC) en 1934. Disponible en <http://definitions.uslegal.com/f/federal-radio-commission/>, fecha de consulta 27 de septiembre de 2012.

¹⁸ PIERRE, Albert André, TUDESQ, Jean, *Ob. Cit.*, p.p. 23 y 24.

Para darnos una idea más clara del impacto que la radio tuvo en este país es importante señalar que para el año 1932 ya había 200 estaciones emisoras, en 1938 aumentaron a 650 y de 12 mil aparatos reproductores en 1930, se pasa a 26 mil en 1936 y a 50 mil en 1940. A pesar del gran número de estaciones, son tres las cadenas que dominan el mercado, como lo señalan Pierre y André¹⁹:

La NBC (*National Broadcastin Company*), fundada en 1926 por la General Electric Westinghouse, y la RCA que la colocó en la inmensa Radio City que construyó en Nueva York. La ley antitrust la obligó a ceder en 1943 una de sus redes que se transformó en la ABC (*American Broadcasting Company*). En 194, 127 estaciones se habían afiliado a la NBC y 97 a la CBS (*Columbia Broadcasting Sistem*) fundada en 1927, retomada al año siguiente por William S. Paley quien le dio un desarrollo completo.

La MBS (*Mutual Broadcasting System*) fue organizada en 1934 por agencias de publicidad que patrocinaban las estaciones de Nueva York, Chicago, Detroit y Cincinnati, 107 en 1939. ...En vísperas de la Segunda Guerra Mundial, había 27 emisoras en Nueva York y 21 en Chicago. ...

Aunado a todo esto, surge la *Communication Act* del 19 de junio de 1934, donde viene a constituirse la *Federal Communication Commision* (FCC)²⁰, esta se integraba por siete miembros en lugar de cinco, también nombrados por el presidente de los Estados Unidos, donde ya se determinaba que las licencias tenían una duración de tres años renovables y aseguraba la distribución de frecuencias.

¹⁹ *Ibidem*.

²⁰ La Comisión Federal de Comunicaciones regula las comunicaciones interestatales e internacionales por radio, televisión, cable, satélite y cable en todos los 50 estados, el Distrito de Columbia y los territorios estadounidenses. Fue establecido por la Ley de Comunicaciones de 1934 y opera como una agencia independiente del gobierno EE.UU. supervisado por el Congreso. La Comisión se ha comprometido a ser un organismo ágil, eficiente y eficaz, capaz de hacer frente a las oportunidades tecnológicas y económicas del nuevo milenio. En su labor, el organismo trata de aprovechar sus competencias en:

- Promover la competencia, la innovación y la inversión en servicios de banda ancha y servicios;
- Apoyo a la economía del país, garantizando un marco adecuado para el desarrollo competitivo de la revolución de las comunicaciones;
- Fomentar el uso más alto y mejor del espectro nacional e internacional;
- Revisar regulaciones a los medios para que las nuevas tecnologías florecer junto a la diversidad y el localismo;
- Ejercer un liderazgo en el fortalecimiento de la defensa de la infraestructura de comunicaciones del país. Disponible en <http://www.fcc.gov/what-we-do>, fecha de consulta 28 de septiembre de 2012.

1.2 Antecedentes en Inglaterra

Al concluir la Primera Guerra Mundial, Gran Bretaña se perfilaba para ser la líder en la industria de la radiodifusión, sin embargo y a pesar de las expectativas que se tenían de este país, pues había iniciado organizadamente dicha industria -todo lo contrario, a los Estados Unidos-, tal situación no se dio momentáneamente.

The Post Office, era quien mantenía el control de las emisoras de telefonía, quien autorizó que la *Marconi* emitiera durante quince días un programa musical durante todas las noches, desde Chelmsford, se escuchó con mucha claridad a 2,400 Km, a pesar de eso la compañía se arrepintió y canceló el permiso; esta transmisión fue la primera de Inglaterra realizada el 23 de febrero de 1920 e interrumpida el 9 de marzo del mismo año.²¹

De Anda nos menciona que posterior a esto se autoriza una emisora con sólo 10 watts de potencia; es hasta 1921 que le autorizan una de 200 watts a Marconi en Writtle y en 1922 otra en Strand, casa central de este, y aunado ello le conceden 30 mil licencias para el uso de aparatos receptores de radio. Sin lugar a dudas esto provocó molestia debido a los privilegios que se le daban, para calmar ese descontento es que surge la *British Broadcasting Company (BBC)*, de la que forman parte todos los interesados en la radio, pero obviamente la *The Post Office* siguió manteniendo el control inmediato y con la prohibición directa de incluir publicidad; otro antecedente más de las estaciones que hasta antes de la reforma en telecomunicaciones en nuestro país, conocíamos como permisionarias.

Cabe destacar que, desde ese momento hasta la fecha, las emisoras se sostienen de las tarifas o impuestos por uso y tenencia de receptores²², lo cual limitó en gran medida la industria de la radio sin el apoyo de la publicidad; y agregaría que es un factor restrictivo para el acceso a la información del radioescucha o posible radioescucha que se ve limitado por la falta de recursos para poder tener acceso a un aparato radioreceptor.

²¹ DE ANDA Y RAMOS, Francisco, *Ob. Cit.*, p. 56.

²² El modelo de una televisión pública sin anuncios comerciales es el de la Corporación Británica de Radiodifusión (British Broadcasting Corporation – BBC), el servicio público de radio y televisión del Reino Unido. Esta cadena es independiente de controles comerciales o políticos y opera bajo un estatuto que garantiza dicha independencia. Una de las características de la BBC es que se financia a través de un canon pagado por cada hogar del Reino Unido que cuente con una televisión (11 libras mensuales). Un mecanismo que genera no pocos problemas de recaudación y que en la actualidad se encuentra en etapa de revisión. Disponible en <http://www.blawyer.org/2009/06/07/como-se-financia-la-television-publica/>, fecha de consulta 27 de septiembre de 2012.

1.3 La British Broadcasting Corporation (BBC)

Especial mención requiere la *British Broadcasting Corporation*, que hasta nuestros días resulta una guía o referente importante para los medios de comunicación sin intereses de lucro en cuanto a sus contenidos y forma de tratar los temas en los medios de comunicación, ya que desde sus inicios es el grupo mediático clave del Reino Unido y que ha establecido los estándares de emisión; actualmente es uno de los grupos mediáticos más admirados de todo el mundo.²³

Fundada en 1922, la BBC nació bajo el auspicio del gobierno, y sólo cinco años más tarde consiguió el prestigioso distintivo de la Cédula Real, convirtiéndose así en corporación; desde sus inicios, un monopolio estatal diseñado para regular las ondas británicas y evitar la anarquía radial que se había suscitado en Estados Unidos de América.

La tendencia como medio de comunicación de la BBC, fue establecida por su fundador, John Reith, sus valores escoceses y presbiterianos orientaron su función hacia informar, educar, entretener; con imparcialidad en política, noticias y asuntos de actualidad.

Su gran reputación vino con la Segunda Guerra Mundial, pues se convirtió en la principal agencia de noticias del mundo, cubriendo de una forma excelente el conflicto y proveyendo de contenido informativo a las televisiones y radios de todo el mundo.

Actualmente la BBC radio cuenta con 10 estaciones²⁴:

1. BBC Radio 1: orientados a la juventud, sobre todo contemporánea del pop y el rock. Además de noticias, sesiones de música en vivo y documentales musicales.

²³ Disponible en <http://www.laguia2000.com/inglaterra/historia-de-la-bbc-british-broadcasting-corporation>, fecha de consulta 29 de septiembre de 2012.

²⁴ Disponible en <http://mediosfera.wordpress.com/2010/10/07/bbc/>, fecha de consulta 28 de septiembre de 2017.

2. BBC Radio 2: orientados a los adultos, amplia gama de la música, comedia, además de noticias, sesiones de música en vivo, conciertos de música en directo y documentales musicales.
3. BBC Radio 3: enfocado a las artes y a la cultura. Intereses especiales de música (clásica, jazz, música del mundo), además de noticias, sesiones de música en vivo, conciertos en directo y documentales musicales.
4. BBC Radio 4: enfocado a las noticias, actualidad, arte, historia, la ciencia, los libros y la religión.
5. BBC Radio 5 Live: enfocado a noticias, deportes, y discusiones.
6. BBC Radio Switch: orientados a la juventud, música rock.
7. BBC 1Xtra: nueva música urbana, además de noticias, conciertos en directo y documentales musicales.
8. BBC Radio 5 Live Deportes extra: un compañero de Radio 5 Live para la cobertura de los eventos deportivos.
9. BBC 6 Music: una mezcla de géneros alternativos como rock, funk, punk y reggae, además de noticias, música en vivo, conciertos en directo y documentales musicales.
10. BBC Radio 7: comedia clásica, teatro, libros, ciencia ficción, fantasía y programas infantiles.
11. BBC Asian Network: dirigido a la comunidad asiática en el Reino Unido.

Aunque es una corporación propiedad del gobierno, este no la controla en cuanto a su línea informativa y contenidos, lo que le ha dado una gran libertad con responsabilidad, hasta llegar a convertirse en un referente y modelo a seguir.

1.4 Antecedentes en Latinoamérica

La radio es y sigue siendo una institución para miles de personas en todo el mundo, especialmente en América Latina, donde el último informe del

latinobarómetro²⁵ señalaba que es el medio de confianza de la gente, con un 55% de aprobación.

En opinión de Marta Garrido y Laura Pinto²⁶, en América Latina la radio ha sido el único medio para informarse de lo que pasa en su país; por su parte el maestro José Zepeda, periodista de Radio Nederland especializado en América Latina y el Caribe, la gran fidelidad a la radio se debe a que no es un medio invasivo, ya que se pueden hacer muchas cosas mientras se la escucha, y además es el medio de comunicación más barato. Asimismo, la radio llega a sitios donde otros medios, como Internet, no llegan.

En América latina, también hubo un *boom* en el crecimiento de la radio, para darnos una idea, para la década de los 60 había 14 millones de aparatos receptores y 15 años más tarde 58 millones, lo que en ese momento equivalía a tener una radioemisora por cada 17 mil receptores; sin embargo a pesar de este gran crecimiento, los contenidos daban mucho que desear, ya que la mayoría tenía una programación basada en discos, noticias y publicidad; los programas culturales, educativos o que fomentaran el desarrollo, obtenían espacios mínimos.

No todas las estaciones de radio perdieron de vista su función social, y estas tuvieron grandes aportes a la sociedad; para ver cuales fueron estos, retomaré el artículo de José Ignacio López Vigil:²⁷

En seis décadas, la radio latinoamericana ha tomado en serio su responsabilidad educativa, ha movilizado a la población, ha defendido las identidades culturales, ha devuelto autoestima a la gente devolviéndole la palabra, ha empoderado a la ciudadanía en el reclamo

²⁵ Latinobarómetro es un estudio de opinión pública que aplica anualmente alrededor de 19.000 entrevistas en 18 países de América Latina representando a más de 400 millones de habitantes. Corporación Latinobarómetro es una ONG sin fines de lucro con sede en Santiago de Chile, única responsable de la producción y publicación de los datos. Disponible en <http://www.latinobarometro.org/latino/latinobarometro.jsp>, fecha de consulta 28 de septiembre de 2012.

²⁶ GARRIDO, Martha y PINTO, *Día Mundial de la Radio: impacto en América Latina*, publicado el 13 febrero 2012, Disponible en <http://www.rnw.nl/espanol/articulo/d%C3%ADa-mundial-de-la-radio-impacto-en-am%C3%A9rica-latina>, fecha e consulta 28 de septiembre de 2012.

²⁷ José Ignacio López Vigil es comunicador y capacitador radiofónico. Fue sacerdote jesuita, estudió teología bíblica. Coordina el centro Radialistas Apasionadas y Apasionados, con sede en Quito. LÓPEZ VIGIL, José Ignacio, *La radio latinoamericana: seis aportes al desarrollo*, Envío, No 38, Quito, Ecuador, Noviembre, 2007. Disponible en <http://www.envio.org.ni/articulo/3681>, fecha de consulta 29 de septiembre de 2012.

de sus derechos y ha democratizado los contenidos aprovechando el Internet. Seis grandes aportes al desarrollo de nuestro continente.

Sin lugar a dudas, uno de los aportes principales es la escuela educativa sin paredes que representó la radio para muchos países latinoamericanos que contaban con un gran número de analfabetas y pocos recursos para infraestructura de escuelas y salarios de los maestros.

Un caso que cabe destacar, y a partir del cual surgen otras escuelas, es el de Colombia en 1947, en el pueblito llamado Sutatenza, cuando el sacerdote José Joaquín Salcedo, experimenta con equipos de radioaficionado y comprueba que desde un micrófono puede llegar a más feligreses que en el púlpito; es el 16 de noviembre, con un transmisor de 90 vatios que este párroco saca al aire los primeros programas musicales y educativos que fueron escuchados por 5,000 pobladores a los cuales se les había dotado previamente de pequeños receptores de pilas.

Es Así como surge la Acción Cultural Popular (ACPO), más conocida como Radio Sutatenza, que hasta ese momento, en ninguna parte de América Latina se habían desarrollado las ventajas, la potencia que tenía la radio como un medio para educar; esa pequeña radioemisora llegó a tener 700 kilovatios en antena, distribuidos en cuatro ciudades de Colombia, más la administración de tres ondas cortas, alcanzando una cobertura total en su nación, convirtiéndose en la escuela sin paredes más grande de América Latina.

Gracias a esta iniciativa, es que hoy conocemos la radio educativa o escuelas radiofónicas y en base a ella surgieron otras como ECCA en las Islas Canarias y la HCJB, *La voz de los Andes*, la cual tiene una cobertura del 70% del globo terráqueo. Esta pequeña radioemisora llegó a tener 700 kilovatios en antena, distribuidos en cuatro ciudades de Colombia, más la administración de tres ondas cortas, alcanzando una cobertura total en su nación, convirtiéndose en la escuela sin paredes más grande de América Latina.

Para el año de 1952 en Bolivia, se emprende la nacionalización de las minas de estaño, a raíz de esto los sindicatos solicitan frecuencias de radio para poder

hablar con los mineros que estaban en pueblos distantes y fortalecer el movimiento obrero.

Es en el distrito minero de Calavi, a cuatro mil metros de altura que se funda la Radio 21 de Diciembre; luego fueron apareciendo otras emisoras en distintos puntos mineros; ya para 1960 se contaban 18 estaciones de radio, todas ellas creadas por sindicatos; a través de estas, los sindicatos vieron que un micrófono convocaba más que mil volantes, que movilizaba más que un mitin en la plaza.

Otros sindicatos que también optaron por este modo de comunicarse con sus agremiados, fueron los fabriles y los ferroviarios, sin embargo, en otros países de Latinoamérica, la clase trabajadora no pudo obtener radios propias, debido a que los permisos se encontraban bajo el dominio del gobierno que favorecía a la empresa privada comercial.

A pesar de esto último, cabe destacar cómo la radio se ha empleado para movilizaciones populares, como el caso de la Revolución Cubana y la Teología de la Liberación; así como las radios insurreccionales en Centroamérica como la Radio Venceremos y Farabundo Martí en el Salvador, Radio voz Popular en Guatemala, que inspiraron y comprometieron a otras muchas emisoras en las luchas sociales y confrontaciones políticas.

En su artículo, López Vigil²⁸ nos habla de la cultura de los pueblos como un tercer aporte de las radiodifusoras; concuerdo con él cuando menciona que en nuestros países se lee poco y se escribe menos, que la mayoría de la cultura de nuestros pueblos es oral, que esta pasa de padres a hijos, de generación a generación, por lo que la radio resulta el medio idóneo para intercambiar esa cultura, darla a conocer, y yo agregaría, preservarla.

Es así como muchas estaciones sobre todo locales, están enfocadas al rescate de este patrimonio cultural; como ejemplo destacable se encuentran las radios de la *Federación Guatemalteca de Educación Radiofónica (FGER)*, que transmite en las sonoras lenguas de la cultura maya; esta la *Radio Pío XII*, en Bolivia. Se pueden

²⁸ LÓPEZ VIGIL, José Ignacio, *Ob. Cit.*, disponible en <http://www.envio.org.ni/articulo/3681>, fecha de consulta 29 de septiembre de 2012.

mencionar otros casos como la colombiana Radio Eucha, en Tierradentro que transmite en lengua Páez.

En México la red de radios del Instituto para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas, tiene espacios en lenguas, de origen maya y azteca; se encuentra también el proyecto satelital de la Asociación Latinoamericana de Educación Radiofónica (ALER) con una red específica en lengua quechua, vinculando a emisoras de Perú, Bolivia y Ecuador.

Otro tipo de radio que se ha generado en América latina es la popular, donde el nivel informativo inicia a desarrollar las redes de corresponsales populares; esto es, un grupo de voluntarios que envían información o llaman por teléfono a la radio para informar lo que ocurre en sus comunidades; se abren los micrófonos y las cabinas al auditorio para que este opine; así, se devuelve el habla al pueblo y junto con ello su dignidad.

Otro aporte, es el periodismo de intermediación que actualmente es muy común escuchar en los medios de comunicación; en un principio las radios latinoamericanas eran muy oídas por los servicios sociales que se transmitían; la radio jugaba el papel de telégrafo, teléfono, correo; que mucha de la población campesina empleaba para comunicarse con familiares o grupos interesados en algún mensaje específico y dirigido concretamente para ellos.

Con el tiempo esto fue evolucionando y las emisoras se convirtieron en un quinto poder al cual el ciudadano podía acudir y decir al aire lo que le había pasado, que una autoridad no le había atendido o resuelto algún problema que le competía a dicha autoridad; de esta forma es común escuchar y ver algunos programas que tienen este enfoque periodístico y donde acuden las partes interesadas a tratar el asunto mediáticamente y donde la emisora en este caso se vuelve un intermediario entre el ciudadano y la autoridad, en donde el objetivo es lograr un compromiso por parte de la autoridad para la solución del conflicto.

El último de los aportes que hace mención López Vigil²⁹, es el referente al vínculo entre la radio y la tecnología como lo es la Internet, que permite romper las

²⁹ *Ídem.*

fronteras, el bloqueo de la información, de las empresas disqueras; pero sobre todo la emisión de la radio no sólo por las ondas hertzianas sino a través de la red de redes que es la Internet y que permite a cualquier estación de radio transmitir su mensaje de forma mundial.

Un ejemplo muy claro es el de Radialitas Apasionadas y Apasionados, con sede en Quito, y la cual pone a disposición libretos y audios a miles de usuarios crecientes que pueden transmitir dichos audios en sus radioemisoras: pues los derechos no son reservados sino compartidos; una forma muy inteligente de dar a conocer su producción radiofónica en diversos lugares del mundo.

2 MÉXICO AL AIRE

2.1 Inicios de la radio comercial

En la actualidad nuestro país cuenta con 1800 estaciones de radio, de las cuales 853 se encuentran en AM y de esas sólo 94 son permisionarias; 947 en FM, de las cuales 270 son permisionarias; con este total de emisoras se alcanza un 98% de cobertura nacional.³⁰

Al respecto es importante retomar el surgimiento de la radio en nuestro país, ya que se dio en un momento histórico para el mismo, después de un movimiento social bélico como lo fue la Revolución Mexicana; en un momento en el que había desunión, donde los mexicanos buscaban un sentido de pertenencia.

En su génesis, la radio mexicana fue una imitación de las radios comerciales de Estados Unidos, donde obviamente los más interesados en su desarrollo eran los empresarios, el gobierno se convirtió en un simple guardia o proveedor de la onda hertziana.

Fechas importantes que marcan el surgimiento de este medio de comunicación en México son:³¹

³⁰ Disponible en <http://www.radiomexicana.mx/>, fecha de consulta 2 de octubre de 2012.

³¹ *Ídem*

- 27 de septiembre de 1921, los hermanos Adolfo Enrique y Pedro Gómez Fernández, autodenominados “los radiófilos”, lograron la primera emisión de radio en nuestro país en las instalaciones del Teatro Ideal, en la ciudad de México, donde transmitieron un par de melodías que sonaron en el Teatro Nacional de Bellas Artes.
- El 9 de octubre de 1921, la ciudad de Monterrey inauguró su propia estación de radio, operada y conducida por su inventor, el Ingeniero Constantino de Tárnava; se transmitió un programa musical.

Es en 1922, con el gobierno posrevolucionario de Álvaro Obregón, que se toma a la radio como un medio no sólo de comunicación sino también como punto estratégico para unir al país, sobre todo porque en ese momento había una población en su mayoría analfabeta; de esta forma se promueve un sistema mixto de radiodifusión; es decir, estaciones de gobierno y privadas.

De inmediato, alrededor de este aparato que emitía sonidos, voces, música, noticias, radionovelas, spots, se volvió el punto de reunión de amigos y familias enteras que se unían para informarse o simplemente entretenerse; la sociedad encontró a través de este medio su sentido de pertenencia perdido en el movimiento revolucionario.

En 1930, había 32 estaciones de radio registradas, entre las que podemos destacar³²:

- La XEB, la estación de “*El Buen Tono*” en manos de José de la Herrán;
- La XEW, reconocida como la más famosa radiodifusora de nuestra nación, debido a que incorpora un sistema de programas de variedades con un formato en vivo, intercalaba música, noticias y dramatizaciones; haciendo de sus personajes, conductores y artistas, verdaderos ídolos populares que trascendieron a la pantalla grande en más de una ocasión.

Es esta la conocida Época de Oro de la radio mexicana, pues en este periodo es cuando la radio y el auditorio estuvieron más unidas; hubo un apoyo creciente

³² *Ídem*

para la radio mediante el cual se exaltaban las cualidades del mexicano, fiel a sus raíces.

Ambas estaciones también contribuyeron a una labor formativa y educativa, vinculando a los escuchas con el arte o promoviendo campañas formales de alfabetización, con las que la responsabilidad social del medio era ampliamente reconocida no sólo por las estaciones relacionadas con el gobierno, sino por los locutores y periodistas radiofónicos en general. Es de resaltar, que a pesar de llevar una corriente comercial, estas contribuyeron a la educación de la higiene personal, pues a través de sus spots de medicamentos y jabones, empezó a generar en el radioescucha la conciencia sobre el cuidado de la salud y la imagen, al tiempo que fomentó prácticas como el cepillado de los dientes y el lavado de la ropa; el empleo de medicamentos como analgésicos y antidiarreicos, y el uso de aparatos como aspiradoras y licuadoras, entre muchos otros; y aunque esta no era la finalidad primordial, contribuyó sin quererlo al cambio en los hábitos de su auditorio.³³

A paso lento se le fue dando cuerpo a un orden legal que diera una organización y estructura al surgimiento de estaciones radiofónicas; el primer antecedente que se tiene en cuanto a la regulación de la materia es en 1926, con el presidente Plutarco Elías Calles, quien publicó en el Diario Oficial de la Federación la Ley Federal de Comunicaciones Eléctricas, la cual reglamentaba diversas actividades, entre ellas la radiodifusión pero sólo en cuestiones técnicas, sin regular los contenidos, funcionamiento, marco económico, social y cultural que en él incidía.³⁴

Con el gobierno de Pascual Ortiz Rubio se elabora un reglamento de la Ley de Vías Generales de Comunicación, publicado el 10 de julio de 1933; en él se establecía la existencia de tiempos oficiales gratuitos y prioritarios para los mensajes que el Ejecutivo necesitara transmitir a la población del país.

Este es el antecedente inmediato de los tiempos oficiales que todas las estaciones de radio, que antes de la reforma en materia de telecomunicaciones y que

³³ *Ídem*

³⁴ Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/carrillo_o_a/capitulo2.pdf, fecha de consulta 2 de octubre de 2012.

analizaremos más adelante; se conocían como permisionarias o concesionarias tiene que transmitir por ley.

Pero surgen otras inquietudes como la regulación de los contenidos de las radiodifusoras privadas y la administración de las oficiales con las que ya contaba México; es así como Lázaro Cárdenas crea el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad (DAPP)³⁵, con la finalidad de administrar a las radiodifusoras oficiales y regular el contenido de las numerosas estaciones privadas de radio con que ya contaba la nación. No obstante, apenas dos años después, el DAPP desapareció.

Esto no fue tomado con beneplácito por las estaciones sobre todo las comerciales, que lo vieron como una forma de censura en sus contenidos y sobre todo publicidad; así que se organizaron y constituyeron la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras, lo que hoy conocemos como la Asociación Mexicana de Radiodifusoras Comerciales (AMERC³⁶).

Cabe mencionar dos personajes importantes que contribuyeron a la consolidación de la radio mexicana, proyectando sus productos a nivel internacional para la década de 1940; como lo son Emilio Azcárraga Vidaurreta, propietario de la XEW y Clemente Serna Martínez, dueño de la XET de Monterrey; quienes se asociaron para formar en 1941 la empresa Radio Programas de México, primera en explotar comercialmente la grabación de programas radiofónicos en cintas magnéticas y discos de acetato para distribuirlos en México y otros países. Los programas más significativos y de mayor rating de la XEW y la XEQ se comercializaron en estos

³⁵ El DAAP se crea por decreto presidencial el 31 de diciembre de 1936 como “órgano de expresión ejecutivo”, que ofrece a la opinión nacional y extranjera el criterio del gobierno “con miras a obtener el consenso público en torno a la obra que desarrolla para servir al pueblo”.

GONZÁLEZ MARÍN, Silvia, *Prensa y Poder Político. La elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana*, primera edición, editorial Siglo XXI, México, 2006, p. 106. Disponible en [http://books.google.com.mx/books?id=-QyL8KRWFCS&pg=PA106&lpg=PA106&dq=Departamento+Aut%C3%B3nomo+de+Prensa+y+Publicidad+\(DAPP\).&source=bl&ots=RP6j3xupf3&sig=nCUzArAkGzG54a0nBrInkVqz5M&hl=es&sa=X&ei=rs-GUI-rFNHciQLI9oHQDA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Departamento%20Aut%C3%B3nomo%20de%20Prensa%20y%20Publicidad%20\(DAPP\).&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=-QyL8KRWFCS&pg=PA106&lpg=PA106&dq=Departamento+Aut%C3%B3nomo+de+Prensa+y+Publicidad+(DAPP).&source=bl&ots=RP6j3xupf3&sig=nCUzArAkGzG54a0nBrInkVqz5M&hl=es&sa=X&ei=rs-GUI-rFNHciQLI9oHQDA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Departamento%20Aut%C3%B3nomo%20de%20Prensa%20y%20Publicidad%20(DAPP).&f=false), fecha de consulta 2 de octubre de 2012.

³⁶ Con el objetivo de defender los intereses comunes de los radiodifusores y hacer frente común a los casos en que se vieran perjudicadas o afectadas sus actividades. Disponible en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/carrillo_o_a/capitulo2.pdf, fecha de consulta 2 de octubre de 2012.

formatos para que se pudieran transmitir en provincia y más allá de nuestras fronteras; lo que contribuyó a dar carácter internacional a muchos artistas.³⁷

Ese mismo año, el gobierno promulgó una nueva Ley de Cámaras de Comercio e Industria, con la que poco después la Secretaría de Hacienda aprobó la constitución de una Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión (CIR), de la cual fue elegido como primer presidente, Emilio Azcárraga Vidaurreta.

Surgen en nuestro país las cadenas Azul, Radio Mil, Radio Continental, Radiodifusoras Unidas Mexicanas, Radio Cadena Nacional, Radiodifusoras Asociadas y Radio Central Radiofónica, que favoreció a todos los involucrados en la radiodifusión, ya que muchos contaban con pequeñas estaciones, pero no tenían una cobertura amplia, y las cadenas en cuestión dieron lugar a romper esas limitaciones.

Así, a través de este medio de comunicación, el país logra estar más comunicado e informado del acontecer del país y del mundial; se mantuvo informado, por ejemplo, a través de las redes nacionales y extranjeras como la CBS³⁸ o la BBC³⁹, se dio seguimiento a la Segunda Guerra Mundial.

Para 1952, inicia la transmisión en frecuencia modulada (FM), la XHFM Radio Joya, es la primera emisora mexicana que emite su señal en esta; con ello también comienza a tomar el auge de transmitir discos grabados; pues recordemos que todas las transmisiones de las estaciones radiofónicas eran en vivo, desde las narraciones, la música y su publicidad.

Con este crecimiento de la radio y donde otro medio como la televisión ya había hecho su aparición, se hace manifiesta la necesidad de un ordenamiento jurídico que contemplara en específico diversas cuestiones; es así como el 19 de enero de 1960 entra en vigor la Ley Federal de Radio y Televisión con el gobierno del Lic. Adolfo López Mateos; cuyo objetivo era un marco normativo que regulara la radiodifusión nacional tanto cultural como comercial; y que al decir de la entonces diputada Esperanza Téllez Oropeza en los debates: “Es necesario, que la radio y

³⁷ Disponible en <http://www.radiomexicana.mx/>, fecha de consulta 2 de octubre de 2012.

³⁸ *Columbia Broadcasting System* (Sistema de Radiodifusión Columbia).

³⁹ *British Broadcasting Corporation* (Compañía Británica de Radiodifusión).

la televisión contribuyan no solamente como instrumento de publicidad comercial, sino también, como instrumento fundamental para la educación popular, transmitiendo programas que despierten en los niños y jóvenes, sentimientos e ideales de moralidad, de cultura, de civismo, trabajo, respeto y amor a nuestra patria”.⁴⁰

Este proyecto se centraba en tres aspectos a considerar, como lo eran la libertad de expresión, el dominio de la nación sobre su espacio territorial y de los medios por los que viajan las ondas electromagnéticas; sin embargo, faltaba una regulación en cuanto a los contenidos que manejaban los medios de comunicación objeto de dicha reglamentación, dando lugar a que el 19 de abril de 1973, cuando se expide el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión que normaría las facultades, obligaciones y responsabilidades de los concesionarios en todo el territorio nacional.⁴¹ De esta manera, se trata de abarcar todos los aspectos que encierran la radiodifusión, que se habían ido dando desde sus inicios sin que hubiera regulación alguna al respecto.

2.2 La radio cultural

Una vez que hemos realizado un recorrido por la génesis de la radio “comercial”, corresponde su turno a las emisoras conocidas como “culturales”; o como diferenciaba la Ley Federal de Radio y Televisión permisionarias.

En este apartado no podemos dejar de mencionar a otra grande de las grandes estaciones “Culturales” y que es un modelo a seguir por muchas emisoras hermanas, me refiero a Radio Educación, la primera radiodifusora educativa y cultural de México.

Radio Educación fue creada el 30 de noviembre de 1924 por iniciativa del entonces secretario de Educación Pública, José Vasconcelos, con el propósito de

⁴⁰ Subdirección De Documentación Legislativa y Archivo Histórico, Ley Federal de Radio y Televisión, Debate, 07/XII/59, 08/XII/59, 09/XII/59, P.15., citado por DÍAZ, Vanesa, *Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión*, Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2444/5.pdf>, fecha de consulta 25 de septiembre de 2012.

⁴¹ Disponible en <http://memoriapoliticademexico.org/Efemerides/1/08011960.html>, fecha de consulta 20 de septiembre de 2012.

aprovechar el potencial de la radio en beneficio de las tareas educativas y culturales del país. La novel estación de radio inició transmisiones con la toma de posesión del presidente Plutarco Elías Calles, bajo las siglas CYE Cultura y Educación.⁴²

En sus inicios estaba adscrita a la Dirección General de Educación Audiovisual de KHz. de potencia en amplitud modulada; posteriormente da un gran paso al lograr desconcentrarse de la SEP y estar coordinado por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, cuyo trabajo sustantivo consiste en fomentar y difundir las expresiones educativas, culturales y artísticas de México a través de la radio.⁴³

Radio Educación se define a sí misma de la siguiente forma:

“Radio Educación es una radiodifusora de servicio público, con carácter cultural y educativo. Produce, transmite y promueve una programación de calidad que contribuye a la construcción de ciudadanía y a fomentar el diálogo intercultural. Se fundamenta en los valores de diversidad cultural, inclusión, convivencia democrática, libertad de expresión, responsabilidad y ética informativa para un mundo abierto”.⁴⁴

En virtud de lo anterior y haciendo un análisis de los contenidos de su carta de programación, podemos decir que existe una total congruencia con su filosofía; pues en la citada carta podemos observar que es así y que no se queda sólo en las palabras sino que trasciende a los hechos.

⁴²Disponible en <http://www.radioeducacion.mx/acerca-de-radio-educacion>, consulta 8/09/2012.

⁴³ *Ídem*

⁴⁴ Encontrar en <http://www.e-radio.edu.mx/Nosotros>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO	HORA
00:00-00:03	HIMNO NACIONAL							00:00-00:03
00:03-00:33	NOTICIERO INTERNACIONAL RFI						POR SUS OBRAS	00:03-00:33
00:33-01:00								00:33-01:00
01:00-03:00								01:00-03:00
03:00-03:30								03:00-03:30
03:30-04:00								03:30-04:00
04:00-04:57								04:00-04:57
04:57-05:00								04:57-05:00
05:00-06:00	DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD							05:00-06:00
06:00-06:03	HIMNO NACIONAL							06:00-06:03
06:03-06:30	MÉXICO... DE PROFUNDA RAÍZ	RADIO NHAH AJUSTE MUSICAL RAÍZ Y RAZÓN DE...	DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD	ESPACIO AMARC	VOCES Y CANTOS DE LA TIERRA VIVA			06:03-06:30
06:30-06:45								06:30-06:45
06:45-07:00								06:45-07:00
07:00-07:05	AVANCE INFORMATIVO							07:00-07:05
07:05-07:30								07:05-07:30
07:30-07:35								07:30-07:35
07:35-07:50								07:35-07:50
07:50-08:00								07:50-08:00
08:00-08:30								08:00-08:30
08:30-08:45	PULSO DE LA MAÑANA						DE PRIMATES, PRIMOS Y PRIMORES	08:30-08:45
08:45-09:00								08:45-09:00
09:00-09:25								09:00-09:25
09:25-09:30	SU CASA Y OTROS VIAJES						NO HAGAN RUIDO	09:25-09:30
09:30-09:45								09:30-09:45
09:45-10:00							NIÑOSAPIENS	09:45-10:00
10:00-10:10								10:00-10:10
10:10-10:20	TIEMPO Y ESPACIO							10:10-10:20
10:20-10:30								10:20-10:30
10:30-10:40	TIEMPO Y ESPACIO						TENEMOS TAREA	10:30-10:40
10:40-11:00								10:40-11:00
11:00-11:10	ENTRE HOMBRES MEXICO						ENTRE HOMBRES MEXICO	11:00-11:10
11:10-11:30								11:10-11:30
11:30-11:40	DICCIONARIO PARA LA IMAGINACIÓN						DICCIONARIO PARA LA IMAGINACIÓN	11:30-11:40
11:40-12:00								11:40-12:00
12:00-12:15	APRENDIENDO EN FAMILIA	ESCUCHA A TU CUERPO	ECOSOL	PAISAJE INTERNO	CON D DE DIABETES			12:00-12:15
12:15-12:30								12:15-12:30
12:30-12:45								12:30-12:45
12:45-13:00								12:45-13:00
13:00-13:05	AVANCE INFORMATIVO							13:00-13:05
13:05-13:30								13:05-13:30
13:30-14:00								13:30-14:00
14:00-14:10	EL FIN JUSTIFICA A LOS MEDIOS						QUE NO TE GRILLEN	14:00-14:10
14:10-14:20	TIEMPO Y ESPACIO							14:10-14:20
14:20-14:30								14:20-14:30
14:30-15:00	PULSO DE LA TARDE						PULSO SABATINO	14:30-15:00
15:00-15:15								15:00-15:15
15:15-15:30								15:15-15:30
15:30-15:45							1060 POSIBILIDADES SONORAS	15:30-15:45
15:45-16:00								15:45-16:00
16:00-16:05	RADIONOVELA 1917. MÉXICO REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN	LOS GRANDES DISCURSOS DEL CONGRESO CONSTITUYENTE	RADIONOVELA 1917. MÉXICO REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN	LOS GRANDES DISCURSOS DEL CONGRESO CONSTITUYENTE	RADIONOVELA 1917. MÉXICO REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN			16:00-16:05
16:05-16:30								16:05-16:30
16:30-17:00								16:30-17:00
17:00-18:00								17:00-18:00
18:00-18:15	PUEBLO DE PATINETAS	LLAVE MAESTRA: BABEL XXI	PUEBLO DE PATINETAS	INTERFASE				18:00-18:15
18:15-18:30								18:15-18:30
18:30-18:45								18:30-18:45
18:45-19:00	DEFENSORIA							18:45-19:00
19:00-19:05	AVANCE INFORMATIVO							19:00-19:05
19:05-19:30								19:05-19:30
19:30-20:00	ENTRECruzAMIENTOS							19:30-20:00
20:00-20:15	GENTE DE CINE							20:00-20:15
20:15-20:30	SEXUALIDAD EN TU PROPIA VOZ							20:15-20:30
20:30-21:00	PULSO DE LA NOCHE							20:30-21:00
21:00-21:30	RELIEVES	LAS MUJERES CONTAMOS	LOS CONTERTULIOS	POLÍTICA EN PLURAL	DERECHO A LA CD			21:00-21:30
21:30-22:00								21:30-22:00
22:00-22:05	MI OTRO YO	52 TIPS PARA ESCUCHAR MÚSICA CLÁSICA	52 TIPS PARA ESCUCHAR MÚSICA CLÁSICA	52 TIPS PARA ESCUCHAR MÚSICA CLÁSICA	DATOS PARA UNA HISTORIA AUN NO ESCRITA			22:00-22:05
22:05-22:15								22:05-22:15
22:15-22:30								22:15-22:30
22:30-22:45								22:30-22:45
22:45-23:00								22:45-23:00
23:00-23:05	1917. MÉXICO. REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN (RETRANSMISIÓN)							23:00-23:05
23:05-23:30	LOS GRANDES DISCURSOS DEL CONGRESO CONST. (RETRANSMISIÓN)							23:05-23:30
23:30-23:45	1917. MÉXICO. REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN (RETRANSMISIÓN)							23:30-23:45
23:45-23:55	LOS GRANDES DISCURSOS DEL CONGRESO CONSTITUYENTE (RETRANSMISIÓN)							23:45-23:55
23:55-24:00	1917. MÉXICO. REVOLUCIÓN Y CONSTITUCIÓN (RETRANSMISIÓN)							23:55-24:00
MÚSICA								MÚSICA

En su contenido programático, como podemos apreciar en su página oficial, cuenta con nueve barras: literatura; género; salud, sexualidad; cineteatro; educación, niños; noticias, medios, política; sociedad, ecología; cultura, personajes; y, música.

Pero no se queda sólo en la transmisión de los programas que salen al aire; sino además, muestra la opción de poder escuchar en podcast una gran gama de programas.

Muestra en su página sus programas y podcasts por categorías como se aprecia en la siguiente imagen:⁴⁵

Más programas y podcasts por categorías:

Música Sociedad Cultura Literatura Niños radionovela Artes Historia Sexualidad
Música tradicional Personalidades Radio Artistas mexicanos Política Salud Rock Medios Jóvenes Educación Ecología
Música popular Cuentos Poesía Agricultura Revolución Mexicana Mujeres Periodismo Jazz Audiolibro Derechos humanos
Culturas indígenas Comunicación Cine Artes escénicas Familia Ciencia Radiocuento Tecnología teatro Canto Animales Son arte sonoro
radioteatro Crónica Fotografía Música clásica Género hombres Humor Economía Distrito Federal Internet Pintura Debates nutrición
Psicología

Más adelante analizaremos a fondo la filosofía de esta Estación; que a pesar de depender de un presupuesto de la Secretaría de Educación Pública; no ha dejado que tal situación permee en sus contenidos; dejando a salvo la libertad de expresión y los contenidos de su programación.

Otro antecedente trascendental, corresponde al surgimiento de Radio UNAM, la estación de la Universidad Nacional Autónoma de México, fundada en el año 1937⁴⁶ al crearse la Dirección de Difusión Cultural, e inicia transmisiones con las siglas XEXX en frecuencia de 1170 khz de Onda Media (AM), potencia de 5 mil watts y cuatro horas diarias de transmisión.

En 1939 cambia sus siglas a XEUN y mantuvo su programación en horario de 16:00 a 23:00 horas, de lunes a sábado, de acuerdo con el calendario académico de la UNAM; sin transmisiones los domingos, días festivos y periodos vacacionales, otra fecha que cabe destacar es la de 1959, cuando el entonces rector Nabor Carrillo inaugura el 16 de Julio el primer transmisor de frecuencia modulada que sale al aire con las siguientes características: Siglas: XEUN FM. Frecuencia: 96.1 MHZ. Potencia: 1000 watts; logra desde el 6 de septiembre de 2004, transmitir las 24 horas diarias los 365 días del año en sus diversas

⁴⁵ Encontrar en <https://www.e-radio.edu.mx/>, fecha de consulta 8 de agosto de 2017.

⁴⁶ Disponible en http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php?option=com_content&view=article&id=2:cronologia&catid=1:historia&Itemid=6, consulta 07/09/2012

frecuencias, haciendo una combinación al transmitir por AM programación hablada y por FM programación musical.

Su filosofía, como lo indica en su página de Radio UNAM⁴⁷, en lo referente a su misión, indica que es Difundir la cultura, la investigación y el conocimiento en todas sus manifestaciones, conforme a las atribuciones legales y valores universitarios, como la crítica, la reflexión, la opinión, el análisis y la libre expresión de las ideas; explorar nuevas formas radiofónicas y preservar su acervo sonoro, en beneficio de la comunidad universitaria y de la sociedad.

Además, nos deja ver en su visión que continuará como un referente de la más alta calidad y excelencia en la historia de la radiodifusión mexicana, incluido el impulso de una programación crítica y diversa con música y contenidos sobre cultura, ciencia e información general, que también contemple la apertura de espacios para la nueva creación, preserve y difunda el valioso patrimonio sonoro de la emisora, y genere nuevos públicos de radioescuchas jóvenes, como corresponde a su vocación universitaria.

En su misma página nos señala sus objetivos, de los cuales podemos destacar para lo que nos ocupa en cuanto a sus contenidos, que estos sean acordes a su función como medio público, destacamos los siguientes:

“Ofrecer contenidos radiofónicos que compartan una visión política y social de la realidad, a través de la cultura, a las audiencias juveniles y adultas. Difundir los programas prioritarios de la Coordinación de Difusión Cultural.

...

Fortalecer los contenidos sobre ciencia, tecnología y cultura, en diversos formatos radiofónicos.

...

...

...

Contribuir al desarrollo cultural del público a través de actividades académicas y artísticas.

...”

⁴⁷ Encontrar en <http://www.radiounam.unam.mx/site/mision-vision-memoria/>, fecha de consulta 15 de agosto 2017

A lo anterior, podemos agregar parte del discurso de inauguración de Radio UNAM, pronunciado por Alejandro Gómez Arias, en México, D. F., el 14 de junio de 1937, a nombre del guanajuatense y entonces rector Luis Chico Goerne:

“Nuestras estaciones estarán al servicio del país para el intercambio de ideas políticas y sociales. Por ellas podrán transmitirse todas las tendencias, todas las ideologías pues nuestra labor es para servir desinteresadamente a las clases imposibilitadas de congregarse aquí. Estaremos pues, al servicio de la cultura y al servicio del arte.” “...la forma de este nuevo servicio de enseñanza y arte (se realizará) tratando de dignificar la música y no de envilecerla...”⁴⁸

Radio UNAM, tiene ya 80 años de sus orígenes; han estado diversos rectores con variedad de ideologías, pero esto no ha dejado que su génesis se pierda; baste con ver lo que el fragmento del discurso de inauguración que antecede señala y lo que su actual misión indica; está no se aleja de lo mencionado en sus inicios; sino que se ha ido fortaleciendo a lo largo de la historia ampliando los contenidos de su programación.

Actualmente transmite por el 860 AM y por 96.1 FM, : en su programación podemos encontrar contenidos musicales de diversos géneros, programas de orientación educativa, orientación sobre aspectos fiscales para el público en general; de interés jurídico, Análisis y comentarios sobre los sucesos políticos, sociales y económicos más relevantes del país; noticiario deportivo universitario; del quehacer universitario; el arte en diferentes manifestaciones; de rescate de tradiciones; de orientación, divulgación y educación de los principales temas médicos y su relación con el avance en las ciencias de la salud; de política exterior y las relaciones internacionales; de literatura y fomento a la lectura; de debate con académicos y especialistas sobre problemas económico-políticos nacionales e internacionales; de análisis sobre la historia de México de los siglos XIX y XX, que contribuye a explicar el pasado para comprender nuestro presente y proyectar el futuro en función de la experiencia histórica del país; de análisis con la participación del radioescucha; de difusión de las lenguas originarias de México y la lucha por su conservación en voz de sus hablantes; cartelera cultural para jóvenes; de rescate de archivos sonoros; infantiles, orientados a fomentar la imaginación y creatividad sonora; programas y noticiario para escuchar las

⁴⁸ Encontrar en <http://www.radiounam.unam.mx/site/historia/>, fecha de consulta 20 agosto 2017-

diversas voces de la comunidad universitaria y ofrecer un panorama informativo a través de distintas ópticas; y juveniles.

Como podemos apreciar muy diverso y variado es el universo de contenidos programáticos que maneja Radio UNAM en sus transmisiones; dónde se aprecia la coincidencia con la filosofía que maneja como estación pública; antes conocida como permisionaria o cultural.

Estas dos estaciones, Radio Educación y Radio UNAM, de corte netamente cultural; son las emisoras más representativas de nuestro país; son un modelo a seguir por diversas estaciones hermanas que pretenden cumplir con es tan citada función social a la que hacía referencia la Ley Federal de Radio y Televisión; para darse cuenta de tal situación, basta con escucharlas a través de internet o checar su programación para constatar su contenido acorde a sus lineamientos; ya que en la actualidad es común escuchar radioemisoras que son “culturales” o de corte público, cuyos contenidos no van enfocados a la función social que deben tener estas radioemisoras.

3 DURANGO RADIAL

3.1 Estaciones concesionarias o llamadas comerciales en términos de la anterior Ley Federal de Radio y Televisión

Nuestro estado también tuvo un interesante desarrollo radiofónico como nos lo narra Antonio Solano Arellano en *“La radio en Durango Historia de un medio de comunicación”*⁴⁹; quien nos describe que es en la década de los treinta, cuando los señores Alejandro Stevenson Torrijos y Carlos Armas Vega, son quienes se hacen el propósito de instalar una radiodifusora en el estado de Durango, que culmina el 27 de junio de 1934 en un local situado frente al panteón de Oriente; dando origen a la primera estación de radio bajo las siglas XEE.

⁴⁹ Solano Arellano, Antonio, *La radio en Durango Historia de un medio de comunicación*, publicado por la Unión Nacional de Artesanos, marzo, 2011. Encontrar en <http://unionnacionaldeartesanos.blogspot.mx/2011/03/la-radio-en-durango-historia-de-un.html>, fecha de consulta 30 de septiembre de 2012.

La siguiente estación en la lista fue la XEDU, fundada por Armas Vega en el año de 1944 en las calles de 20 de Noviembre esquina con Zarco; diez años después, el mismo Stevenson inaugura la XECK, "Radio Éxitos"; estas radiodifusoras se encontraban en Amplitud Modulada (AM).

Otra estación es la surgida el 8 de julio de 1980, denominada en ese momento "Radio Capital", con las siglas XHDGO, con diversos contenidos; la XECAV "Estéreo imagen", antes denominada "Radio internacional"; otra estación emanada en esta década es la XERPU "Radio Sensación", actualmente conocida como "La Z".

En 1991, surge en Frecuencia Modulada (FM), con el nombre de "Estéreo 97", la estación actualmente conocida como "La Tremenda" del Grupo Garza Limón.

Todas estas estaciones que marcaron el surgimiento de este medio de comunicación en nuestra entidad, son concesionarias; es decir, de corte meramente comercial y que dependen de sus ingresos publicitarios para sostenerse.

3.2 Estaciones permisionarias o culturales en términos de la anterior Ley Federal de Radio y Televisión

En este apartado es importante señalar que nuestro Estado cuenta con veintiocho estaciones radiofónicas; de este universo, catorce se encuentran ubicadas en el municipio de Durango, siete en Gómez Palacio, una en la cabecera municipal de El Mezquital, una en Santa María de Ocotán, una en Mesa San Antonio, ambas del municipio del Mezquital y otra más en San Felipe del municipio de Gómez Palacio.⁵⁰

En este punto, analizaremos a cuatro radioemisoras que son identificadas por el propio auditorio o radioescuchas como culturales, por depender de cuatro instituciones educativas:

⁵⁰ Encontrar en http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/infraestructurafm28-04-15_1.pdf, fecha de consulta 30 de agosto de 2017.

- Radio Universidad XHHD-FM 100.5 MHz., de la Universidad Juárez del Estado de Durango.
- Estéreo Tecnológico XHITD-FM 92.1 MHz., del Instituto Tecnológico de Durango.
- Lobos XHUAD-FM 94.1 MHz., de la Universidad Autónoma de Durango.
- España XHUNES-FM 92.9 MHz, de la Universidad España.

Las dos primeras emisoras pertenecen a instituciones de educación superior públicas y las dos últimas son de carácter privado; señalamos tal situación para ver cómo influye tal situación en su filosofía y por lo tanto en sus contenidos programáticos.

3.2.1 Radio Universidad XHHD-FM 100.5 MHz.

Corresponde ahora el turno de las estaciones permisionarias, todas ellas de corte cultural con una “función social” que se debe llevar a cabalidad a través de sus contenidos programáticos; la primer estación surgida en nuestro estado, cuyo objetivo primordial es ser difusora de la cultura en todas sus manifestaciones, así como de la investigación, la docencia, la ciencia, áreas sustantivas de la Universidad Juárez del Estado de Durango, por ser una estación que depende de esta Institución Pública; es la XEHD-1270 AM Radio Universidad.

Dicha emisora tiene dos etapas en su nacimiento; la primera en 1975, correspondiente a su periodo de pruebas y la segunda, al cumplirse todos los requisitos técnicos, administrativos y legales que es considerado oficialmente el día de su fundación, el 21 de marzo de 1976, por el entonces rector de la Universidad Juárez del Estado de Durango, Lic. José Hugo Martínez Ortiz y gobernador en ese tiempo, el Lic. Héctor Mayagoitia Domínguez.⁵¹

Radio universidad es la primera estación cultural en Durango; la cual después de 35 años, logra obtener la concesión para transitar de amplitud modulada a frecuencia modulada; haciendo al respecto un reconocimiento especial al señor Pedro Ávila Nevárez; quien gracias a su intervención ante la entonces comisión

⁵¹ PALENCIA, ALONSO, Víctor Samuel, *Hojas de Vida. Historia de la UJED*, Publicado por la editorial UJED, Disponible en <http://radio.ujed.mx/index.php/historia-radio-ujed-1270-am?showall=&limitstart=>, fecha de consulta 30 de septiembre de 2012.

Federal De Telecomunicaciones, se le dio agilidad al trámite respectivo, logrando se notificara de manera oficial y personal a la que suscribe, el 28 de octubre de 2011, cuando era director a de esta radioemisora, en las instalaciones de la entonces COFETEL en la ciudad de México, mediante oficio No. CFT/DO1/STO/2016/11, que se había determinado sobre la procedencia de la solicitud de cambio de frecuencia 1270khz de la banda AM, a la frecuencia de la banda FM, y donde se determinan las características técnicas registradas de la estación:

Frecuencia: 100.5 Mhz

Distintivo de la llamada: XHHD-FM

Potencia: 24790 WATS

Horario de funcionamiento: 24 horas

Cabe señalar, que en un periodo de 180 días hábiles con el apoyo del entonces Rector Luis Tomás Castro Hidalgo, en coordinación con la dirección de Planeación bajo el cargo del Dr. Jacinto Toca y mediante un proyecto presentado por la que suscribe, en ese tiempo como directora de dicha radioemisora, se obtienen los recursos necesarios para adquirir el equipo que se requería para poder iniciar con el período de prueba que marcaba la ley de la materia y en tiempo y forma como lo indicaba la notificación de la autorización para emigrar de AM a FM.

Es así como XHHD-FM, inicia la transmisión de periodo de prueba en el mes de octubre de 2012, transmitiendo en conjunto con AM hasta el 21 de mayo de 2014, para dar cumplimiento con la respectiva autorización, quedando únicamente al aire el 100.5 FM.

Este fue un logro importante, pues ya Radio Universidad puede transmitir las veinticuatro horas del día, pues con anterioridad sólo lo hacía de las 07:00-21:00 horas; se amplía la cobertura con una mayor definición en el audio a través de la frecuencia modulada y se pueden ofrecer una mayor cantidad de contenidos programáticos.

Actualmente Radio Universidad en su filosofía como radioemisora pública tiene como misión:

“Radio Universidad es la radioemisora cultural de la Universidad Juárez del Estado de Durango de servicio público, que difunde contenidos programáticos de calidad para crear una cultura con sentido universal y humanista; la divulgación del quehacer universitario, el respeto a la diversidad e impulso a la democratización del conocimiento.”⁵²

Recordemos que nuestra Máxima Casa de Estudios tiene tres funciones sustantivas mediante las cuales cumple con su fin esencial de contribuir al desarrollo integral de la sociedad, como lo señala la ley Orgánica de la UJED en su artículo 2; y, para el caso que nos ocupa, su fracción III indica:

“III.- Impulsar y extender la cultura y los servicios institucionales a través de programas de vinculación con la sociedad.”

Es en esta tercera función sustantiva, que radio universidad es coadyuvante; al ser un difusor de la cultura a través de sus contenidos programáticos, difundiendo no solo el quehacer universitario, sino haciendo manifiesta en su transmisión con una diversidad de contenidos incluyentes, humanistas, informativos; etc.: que sirvan al radioescucha en su formación.

Como parte de su filosofía, su misión es consolidarse como el mejor medio público de Durango con transmisión de contenidos de calidad al aire además de la utilización óptima de las nuevas tecnologías.

Y para poder lograr esto, también fija sus objetivos de calidad, entre los que destacaremos los siguientes:

- “1. Difundir la cultura, la diversidad, la libertad de expresión, el derecho a la información, la equidad, información de interés público, plural, confiable y oportuna.*
- 2. Incrementar la generación de contenidos propios y sostener una agenda propia.*
- 3. Tener una mayor presencia en la comunidad en general y especialmente en la Universidad Juárez del Estado de Durango*
- 4. Mejorar la presencia de la radio a través de internet.*
- 5. Fortalecer la participación de las unidades académicas, de investigación y difusión de la UJED.*

⁵² Encontrar en <http://radioujedfm.blogspot.mx/p/mision-radio-universidad-es-la.html>, fecha de consulta 23 de agosto de 2017.

La función social de la radiodifusión

6. Profundizar el espacio de intercambio con estaciones hermanas, de México y del mundo.
7. Construir una radiofonía universitaria.
8. Preservar y ordenar el patrimonio en sonido de la emisora, a través de la constitución de un archivo sonoro acorde a la Norma Oficial Mexicana.
9. Crear un ámbito creativo, para el desarrollo personal y profesional de todos los trabajadores.⁵³

Estos objetivos son los que se establecieron para el proceso de certificación de la estación, los cuales sirven de base para producir series radiofónicas que vayan encaminadas a lograr los mismos y de esta forma lograr la visión que se tiene como radioemisora.

Enseguida veremos su carta de programación para observar si coincide con su filosofía y razón de ser; recordando que transmite las 24:00 horas del día.

Propuesta de carta programática XHHD Radio Universidad 100.5 FM								
Hora/Día	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo	
01:00	Medianoche sinfónica JAZZ AROUND MIDNIGHT							BLUES & JAZZ
02:00	NUCONCERTINO							Conciertos
03:00	Salsa	Jazz	Internacional	Rock Clásico	rock and roll	RTC	RTC	Barra musical miscelánea
04:00								
05:00								
06:00								
	Salsa Jazz Internacional Rock Clásico rock and roll RTC							Conciertos Trova y nueva canción

⁵³ Encontrar en <http://radioujedfm.blogspot.mx/p/mision-radio-universidad-es-la.html>, fecha de consulta 23 de agosto de 2017.

La función social de la radiodifusión

07:00	DE PUNTITAS							Infantil
	Enfoque 100.5 matutino							Easy listening
08:00	PULSO DE LA MAÑANA					rfi		Noticias
09:00	DE LA OBERTURA A LA FUGA							ROCK
	Resumen de Prensa				De paso	Nostalgia		Opinion
10:00	Tandem	Politizando	Reservado para	Acontracorriente	De tripas corazon	De Durango		
	CONCIERTO MATUTINO							Del Mundo
								Nostalgia
11:00	CienciaPTodos		El Durangensis		Azul			Barra de Ciencia e Investigación
12:00	El sindicato hoy	Difusion Cultural	El Hilo de Ariadna	Uni de porte	Editorial UJED	Trapezio infantil		Barra Universitaria
	A.A.		N.A.					Musica universitaria
13:00	CONCIERTO DE MEDIO DIA							Radionovelas
	RADIONOVELAS							Instrumental
14:00	Enfoque 100.5							Musak
	PULSO DE LA TARDE							Noticias
15:00	100.5 SELECCIONES							Conciertos
16:00	Jazzes			CJ	Arte-facto		100,5 selecciones	Jazzes
17:00	Enlace Magazine	Jus alternativa	La butaca					Grupos Vulnerables
	Ambiental			Aqui entre nos	La hora de la musica popular Mexicana			Artes Letras e Idiomas
18:00	Taller de Cuento	Tu voz universitaria	Café París				Mestiza	
19:00	Unideporte	El dia de hoy	De cal y arena	Tiempo nuevo		Entremeses Cervantinos	Agronoticias	Barra Juventus
							Fonoteca RFI	

20:00	PULSO DE LA NOCHE						rñi	Noticias
21:00	NOCHE SINFONICA							Conciertos
	LOS MIL Y UN DISCOS							
22:00	LA ROCKOLA	ZN Soundtrack	PANA MÉRKA	LA ZONA NEGATIVA		Alquimia	LA HORA NACIONAL	Neo Rock
23:00	JAM SESSION	JAZZ AT LINCOLN CENTER		Sessions at VILLAGE VANGUARD			Puro Jazz	JAZZ
24:00:00	Radionovelas							
	Medianoche sinfonica							ROCK

Contenido programático de Radio Universidad es rico y diverso en sus contenidos; como no lo da a conocer su Jefe de Programación y Continuidad, el L.S.I. Iván Alejandro Serrano Jiménez, pues cuentan con 16 programas que son producidos por el mismo personal de la estación; con 22 programas con apoyo de sus colaboradores, que son aquellos que hacen radio sin recibir ningún tipo de remuneración económica; 12 programas que son producciones de estaciones hermanas como Radio Educación y Radio Francia Internacional; teniendo en sus contenido programático un total de 50 programas con diversos contenidos programáticos.

Entre los que podemos encontrar programas musicales, dónde los géneros más recurrentes son el rock, jazz, música selecta, que son las que el auditorio más prefiere; pero además se encuentran los aquellos destinados a conservar música tradicional como la Cardenche, que es de origen lagunero; programas de opinión, noticiarios locales de la estación y los noticiarios nacionales de Radio Educación; producciones encaminadas a los grupos vulnerables como los indígenas, los niños, las mujeres, los migrantes, etc., sobre literatura, con radionovelas que son adaptaciones de libros de los grandes de la literatura; con talleres y revistas culturales de teatro; sobre el quehacer universitario en diversas áreas como sus sindicatos, difusión cultural, sus mujeres universitarias, sus deportistas, su juventud y lo que producen sus investigadores; de perspectiva de género; además de tener en su programación contenidos que ayudan al radioescucha en su vida cotidiana como los de asesoría jurídica, prevención de adicciones, de controlar el estrés; producciones orientadas difundir la protección a los animales, el cuidado

del medio ambiente y del agua; los de investigación y divulgación científica, los de identidad duranguense donde recuerdan las tradiciones de nuestra entidad y también los lugares turísticos tradicionales.

Como se puede apreciar, XHHD-FM es nutrida en su programación y contenidos, lo cual no sería posible sin la colaboración de todas aquellas personas que gustan de crear radio, que son sus colaboradores y que son especialistas en los temas que abordan, además del enorme apoyo de las estaciones hermanas que ya hemos mencionado y otras como Radio UNAM, Radio Nederland entre otras.

Radio Universidad, al lograr certificarse bajo la norma certificación dentro de la norma ISO 9001-2008; con su proceso de Transmisión de Producción al Aire, deja asentado las bases para que cualquier persona que tenga la intención de producir un programa en la misma y que salga al aire, pase por este proceso de control de calidad en su contenido y audio; que permita asegurar que lo que se escuche al aire es una producción radiofónica de calidad.

Es así como podemos concluir que esta estación, se encuentra encaminada a cumplir con su filosofía y con lo que marca la nueva ley en materia de telecomunicaciones y que en un capítulo posterior analizaremos.

3.2.2 Estéreo Tecnológico XHITD-FM 92.1 MHz.

Sin lugar a dudas otra estación que se encuentra en este rubro de las llamas o conocidas como estaciones culturales, es la surgida en 1991, la segunda estación cultural con las siglas XHITD del Instituto Tecnológico de Durango; fue ideada por estudiantes del Instituto Tecnológico de Durango; después de muchas pruebas técnicas, el 4 de abril de 1990 a las 16:00 horas, Estéreo Tecnológico emitió la primera transmisión de radio en el 92.1 de frecuencia modulada en el Estado de Durango, la primera en transmitir en FM; es así como el Ing. Jorge Herrera Delgado, egresado del Instituto Tecnológico de Durango y Director General de Estéreo Tecnológico en ese momento, hizo historia en la radiocomunicación duranguense al convertir a Estéreo Tecnológico en la primera

estación de radio que transmitió su señal en el cuadrante de frecuencia modulada del estado de Durango.⁵⁴

Como parte de su filosofía, encontramos que su misión es la siguiente:

“Somos la primera estación de radio FM en Durango que ofrece a sus radioescuchas una alternativa musical y cultural diferente, sustentada en los principios éticos básicos y morales universales, en armonía con las premisas académicas y filosóficas del Instituto Tecnológico de Durango. Siempre al servicio de la comunidad.”⁵⁵

Esta estación merece un reconocimiento especial, pues contrario a lo que se piense de las otras estaciones culturales locales que estudiaremos en este trabajo de investigación, Estéreo Tecnológico no tiene un presupuesto fijo que le permita realizar sus operaciones de radiodifusión anualmente, como las otras estaciones que dependen de la universidad de la cual se desprenden; a pesar de llamarse Estéreo tecnológico y de indicar en su misión que se sustenta en los principios éticos básicos y morales universales, en armonía con las premisas académicas y filosóficas del Instituto Tecnológico de Durango; este no tiene un presupuesto o partida asignada a esta radioemisora, sólo lo es en el nombre pero no en la operatividad; pues en general el recurso humano que producen, operan y administran esta estación no se encuentra en la nómina del Instituto Tecnológico de Durango; como lo están quienes laboran en Radio Universidad, que cuentan con su salario y se encuentran dentro del presupuesto de la UJED: los de España FM que reciben su salario por parte de la UNES; los de Estéreo Lobos, que reciben un sueldo por parte de la Universidad Autónoma de Durango.

Su fundador, el ingeniero Jorge Herrera Delgado, era quien se encargaba de financiar la estación; después de su fallecimiento quienes se encargan de ello son su esposa e hijos. Además, personas de la sociedad civil desinteresadamente aportan recursos, equipo, tiempo y esfuerzo para hacer posibles las transmisiones, como no lo dice su director, el licenciado Sergio Sánchez Carrasco

Estéreo Tecnológico tiene como visión consolidarse como la estación más escuchada en el estado de Durango tanto en radio como en internet, y continuar en la preferencia de su auditorio al seguir ofreciendo una programación versátil

⁵⁴ Disponible en <http://www.xhitd.net/xhitd/history>, fecha de consulta 3 de octubre de 2012.

⁵⁵ Encontrar en http://xhitd.com/?page_id=21, fecha de consulta 27 de agosto de 2017

que fomente la cultura e identidad duranguense; como lo podemos apreciar en su página web; además que nos describen ampliamente los valores bajo los cuales se rigen; nos referiremos sólo a aquellos que tienen que ver con sus contenidos programáticos.

Sus valores son: responsabilidad, en el caso que nos ocupa, para los programas en vivo al cumplir siempre con las funciones establecidas en tiempo; ética, sus emisiones deben cumplir los objetivos generales de la comunidad y de la radiodifusora, no para intereses personales, ajustar los comentarios e información a los principios y filosofía del Instituto Tecnológico de Durango; altruismo, *al* colaborar voluntariamente con Estéreo Tecnológico sin pretensiones de recibir una paga, sino por el hecho de servir a la comunidad; respeto a las opiniones de los invitados sin importar sexo, religión, grupo político o ideología; constancia y compromiso enfocados a tener una eficiencia y eficacia de la radiodifusora, así como la continua transmisión.⁵⁶

Resulta confuso en alguno de estos valores, cuando menciona los objetivos de la comunidad, pues no asienta cuales son estos; establece también que los realizadores de esta emisora, están ahí por amor al arte radiofónico; pues quien desea participar en ella tiene la noción de que no hay una remuneración económica, también deja claro que es una estación incluyente que respeta la libertad de expresión de sus invitados.

Recordemos que, en sus valores, en lo concerniente a la ética, está se refiere a cumplirlos objetivos de la radiodifusora y que en específico son los siguientes:

“Ser un medio de comunicación al servicio de la comunidad.

Integrar su equipo de trabajo por personas que realicen un trabajo voluntario y respetable, que dignifique a la difusora.

Fomentar la identidad y cultura duranguense.

Ampliar el alcance de Estéreo Tecnológico a través del uso de nuevas tecnologías”.

A lo anterior agregamos lo señalado por su director Sergio Sánchez en su libro Estéreo Tecnológico. Pioneros en FM de Durango, dónde deja en claro que la organización y funcionamiento de Estéreo Tecnológico tiene características que le

⁵⁶ Encontrar en http://xhitd.com/?page_id=21, fecha de consulta 23 de agosto de 2017.

han proporcionado, en sus palabras, un formato único y que se caracteriza por cuatro elementos principales que son:

- “1. Para su sostenimiento no ha recibido ningún tipo de subsidio o financiamiento de gobierno federal, estatal o municipal.
2. las personas que colaboran en XHITD no reciben remuneración por su trabajo, sino que voluntariamente aportan su esfuerzo para generar contenidos que sean útiles a la comunidad.
3. Fomenta la cultura e Identidad de Durango.
4. su estilo de hacer radio está basada en la formalidad y el correcto uso del lenguaje como una forma de respeto hacia el público radioescucha, preservando así las cualidades que caracterizan a las emisoras duranguenses del siglo XX, pero adaptándolas a los nuevos tiempos.”⁵⁷

Sin lugar a dudas que esta estación tiene una característica especial, pues está al aire gracias a un grupo de personas que está comprometida con ella para que siga transmitiendo; sostenida por su esfuerzo, su tiempo, su trabajo, su gestión, su creatividad y su dinero de quienes pueden apoyarla para que siga operando.

Es importante tomar en cuenta dicha situación, a la hora de analizar sus contenidos; pues al no contar con todos los recursos humano y económicos para su producción y operatividad; limita sus producciones, evitando que realmente puedan cumplir con su filosofía a su cabalidad; al no contar con la diversidad de contenidos programáticos que ayuden a tal fin y que la misma la misma normatividad de la materia exige; la cual analizaremos con posterioridad.

Ahora, veamos sus contenidos programáticos según su carta de programación que podemos encontrar en su página oficial y si van encaminados a lograr estos objetivos y a cumplir por lo tanto con su razón de ser.

⁵⁷ SÁNCHEZ CARRASCO, Sergio, *Estéreo Tecnológico. Pioneros de FM de Durango*, AGLI editorial, Durango, Méx., 2015, p. 249

**XHITD - ESTÉREO TECNOLÓGICO 92.1 FM
PROGRAMACIÓN ACTUAL**

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO	HORA
07:00 a	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	07:00 a
08:30 a	TALITAH KUM							08:30 a
09:00								09:00
09:00 a	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1		ASI ES MEXICO	09:00 a
10:00 a								MUSICA 92.1
11:00 a						11:00 a		
12:00 a					UNIVERSO			12:00 a
13:00					EMPRESARIAL			13:00
13:00 a						EN CONCIERTO		13:00 a
14:00 a						MUSICA 92.1		14:00 a
15:00 a	OASIS RADIO							15:00 a
16:00								16:00
16:00 a	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	ARCOIRIS		16:00 a
17:00						INFANTIL		17:00
17:00 a						MUSICA 92.1	17:00 a	
18:00 a		COOLTIVATE	INGENIO Y	ASI SOMOS	LA HORA DEL	LA GUARIDA		18:00 a
19:00		BÚSQUEDA	(PODER	CAFÉ	19:00			
19:00 a		MUSICA 92.1	MUSICA 92.1		MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	ROMÁNTICOS	19:00 a
20:00							DEL AYER	20:00
20:00 a	GOLDEN HITS							20:00 a
21:00								21:00
21:00 a	LA VOZ DE LOS	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	MUSICA 92.1	FORMULA			21:00 a
22:00	POETAS				ROMÁNTICA			(REPETICIÓN)

De esta carta de programación se desprende que Estéreo Tecnológico cuenta con 14 programas, que podemos apreciar; y dos que no se encuentran y que son *Trovando* y *Orgullo Guinda*, debido a que no se ha actualizado, sin embargo, su programador el Lic. Luis de Jesús González Arzola me pasó los datos exactos; y comenta que transmiten las veinticuatro horas.

De esta producción radiofónica, la mayoría de su programación es netamente musical, pues aun sus programas versan sobre música ambiental, rock, trova, romántica, popular mexicana, instrumental, baladas en inglés; hay un programa de cada uno de las siguientes temáticas: reflexiones y superación personal, consejos empresariales, temas juveniles, infantil, cartelera cultural, juvenil, lectura de poemas y uno enfocado a la identidad y quehacer del Instituto Tecnológico de Durango.

Entonces, son 16 programas, la mayoría son semanales; es poca producción radiofónica con la que cuenta, y no es suficiente para lograr sus objetivos; sin

embargo, XHITD-FM, nos da muestra de perseverancia y lucha, pues a pesar de todos los obstáculos económicos que tiene, continúa adelante trabajando con lo que puede y tratando de preservar su esencia cultural con sus colaboradores que aman la radio., poniendo su tiempo, creatividad, voluntad y compromiso en esta emisora.

Sobresale que siguen preservando su esencia en origen, como lo señaló el ingeniero Jorge Herrera Delgado en una entrevista que se le hizo en una emisión especial del 24 aniversario de Estéreo Tecnológico en el 2014:

“La esencia de la radio tiene que ser siempre el amor a algo, en este caso a la actividad de la radio, el respeto, porque no es cuestión de ser anticuado. Este tiene que seguir siendo un medio que respeta por una sencilla razón: la gente nos abre las puertas de su hogar, nos abre y nos lleva hasta la intimidad, entonces uno tiene que tocar con las manos limpias es parte, y tiene que agradecerle a la gente y tiene que darle ese peso.”

... entonces es así como se hace una radio diferente, una radio que está pensando en la persona, una radio que pone como eje central ese destinatario que es el ser humano.”⁵⁸

Si escuchamos estéreo tecnológico, se maneja una imagen sonora uniforme en cuanto a los locutores que escuchamos al aire; sin lugar a dudas cuidan la forma de expresarse y el uso del lenguaje, pues una de sus políticas siempre ha sido desde su inicio el evitar incluso la música donde se pronuncien groserías, frases con doble sentido, alburas y lenguaje banal; y esto se extiende a sus conductores; que es una forma de mostrar respeto a sus radioescuchas; como lo manifiesta Sergio Sánchez en su libro *Estéreo Tecnológico. Pioneros de FM de Durango*.

3.2.3 Estéreo Lobo XHUAD-FM 94.1 MHz.

Otra estación que surge posteriormente como concesionaria en el tiempo que se encontraba vigente la Ley Federal de Radio y Televisión, es la perteneciente a la

⁵⁸ SÁNCHEZ, Carrasco Sergio, *Op. Cit.*, p. 67

Universidades Autónoma de Durango XHUAD 94.1 FM “*Estéreo Lobo*”; su fundador fue el Lic. Raúl Posadas e inició transmisiones en el año 2000.⁵⁹

La página web de esta radioemisora no contiene información sobre su contenido programático, ni sobre su filosofía; sin embargo, su director el M.C. Ulpiano Ricardo Sortillón Tena, Director Operativo Lobos FM, tuvo a bien darme la información requerida; y comenta que la barra programática es la siguiente:

De Lunes a Viernes: Lobos Cadena 7 Noticias, El show de la mañana, La era del rock, Lobos cadena 7 noticias, Felices y contentos, Romance; Miércoles: Globalhits; Viernes: Latinbeats; sábado: hablemos de, globalhits, World chart show, Latinbeats, in da house; domingo: Durango es tu voz, world chart show, in da house, la hora nacional.

Su programación básicamente consiste en contenidos de noticias, opinión, musicales, motivacionales y diversión; lo anterior va acorde a la filosofía que manejan como estación; pues las producciones que ahí se manejan son realizadas por sus estudiantes y la mayoría de sus producciones son dirigidos a jóvenes; pero veamos porque dichos contenidos son coincidentes con su razón de ser.

La información que a continuación indicare, fue vertida en entrevista personal por el M.C. Ulpiano Ricardo Sortillón Tena, Director Operativo Lobos FM; él nos indica lo siguiente:

Misión:

Ser formadores de un semillero de locutores, productores y operadores de radio con los más altos estándares, para proveer a la industria de la radio local.

Visión:

Que cada uno de nuestros estudiantes ocupen los lugares clave en los medios locales.

⁵⁹ GÓMEZ CANO, Gerardo, *¡Sintoniza el entretenimiento!*, Periódico El Siglo de Durango, 29 de septiembre, 2003, Disponible en <http://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/12800.sintoniza-el-entretenimiento.html>, fecha de consulta 3 de octubre de 2012.

Objetivo:

Ser un laboratorio de radio comercial, donde os estudiantes obtengan la capacitación y las armas para ser competitivos en el mercado laboral.

En base a toda esta información, podemos constatar que su programación es coincidente con su razón de ser; pues Lobos FM funciona como un laboratorio donde sus jóvenes estudiantes pueden practicar lo aprendido en su carrera en comunicación; por eso la mayoría de su programación es dirigida a jóvenes con temas de entretenimiento, musicales, motivacionales; y lo que tiene en un sentido de opinión pública y acceso a la información son las noticias; cuenta en su haber con 13 producciones radiofónicas que se transmiten a la semana; y todos los demás espacios son musicales y promocionales de la Universidad Autónoma de Durango y tiempos oficiales que posteriormente veremos cuáles son estos; ya que es obligatorio transmitir los mismos.

3.2.4 España F.M. 92.9 (XHUNES-FM)

Para el año 2004 surge XHUNES 92.9 F.M., perteneciente a la Universidad España, dependientes de su institución educativa privada y que en esencia se dedica a difundir la vida académica de su institución educativa, promoviendo la práctica de sus estudiantes de la carrera de comunicación.

En entrevista con el L.C.T.C Carlos Luján Pulido, director de España FM, nos menciona que XHUNES F.M. 92.9 MHz, transmite de manera oficial el 10 de febrero del 2005.

Se autodefine así misma de la siguiente forma:

“XHUNES FM, España FM 92.9 es una estación cultural universitaria que pertenece a Universidad España UNES cumpliendo su compromiso con la sociedad proyectando a la universidad y a los estudiantes que participan en la creación de la misma. Difundiendo la cultura, actividades académicas, extensión (sic) e investigación a la comunidad de Durango a la cual servimos. Siendo España FM 92.9 unas de las estaciones de radio mejor posicionadas (sic) en la ciudad con más de 11 años al

La función social de la radiodifusión

*aire, transmitiendo a 10,000 watts de potencia desde las instalaciones de Universidad España en el edificio de Multimedia UNES.*⁶⁰

Aclaremos que esta estación ya tiene 13 años de estar al aire, aunque sus datos no están actualizados en su página web; también, cabe preguntarnos cuál es ese compromiso con la sociedad, pues este viene derivado del compromiso que la Universidad España tiene como tal.

En la página web de la Universidad España, podemos encontrar su compromiso:

*“Universidad España (UNES) comprometida con su comunidad y consigo misma, contribuye a la educación Superior y de Posgrado en la formación de personas y profesionales con sensibilidad social y cívica hacia nuestro Estado y nuestro País.”*⁶¹

Sin embargo, no deja de mostrar su esencia privada cuando señala:

*“Los tiempos actuales y nuestra visión del futuro, así como el perfil de los profesionistas del Siglo XXI, exigen un México y una sociedad de calidad comprometida con la búsqueda de mexicanos que proporcionen satisfacción a su cliente final más importante: LA SOCIEDAD. Por ello entendemos que la verdadera educación de calidad abarca la integridad del ser, reconociendo la existencia de valores superiores.”*⁶²

Los alumnos son preparados para entrar en la compra venta de un producto, que son ellos y que serán adquiridos por el cliente para el cual son preparados, llámese sociedad; pero ese es tema de otro análisis; continuando con lo que nos atañe a las estaciones de conocidas comúnmente como culturales en la anterior Ley Federal de Radio Y Televisión.

En sus inicios España F.M., tenía en su transmisión cápsulas culturales, programas musicales y cometas, informativos, de opinión, político; y que, en la actualidad, en su programación cuentan con cápsulas informativas, programas especiales con contenidos histórico, cultural, político de carácter local, regional y nacional que se relacionan con las efemérides, acontecimientos de interés general, las cuales se transmiten en los espacios musicales.⁶³

Su director, Carlos Luján reafirma lo señalado en la citada obra de Palencia Alonso; al señalar que su estructura programática les permite promover la

⁶⁰ Encontrar en <http://xhunesfm.vir.mx/#/>, fecha de consulta 23 de agosto de 2017

⁶¹ Encontrar en <http://www.unes.edu.mx/#/nosotros>, fecha de consulta 23 de agosto de 2017

⁶² ídem

⁶³ PALENCIA, Alonso, Víctor Samuel, *Durango, periodismo y comunicación, siglos XIX y XX*, editado por *Gobierno del Estado de Durango, Durango, Dgo., México, 2013*, págs. 43-57

diversidad, la igualdad de género, grupos étnicos, los derechos humanos, los derechos ecológicos universales, entre otros; que además contribuyen a impulsar la tolerancia y libertad de expresión en la comunidad de Durango; lo cual, también se encuentra asentado

En dicha obra, podemos encontrar que el objetivo principal de XHUNES FM:

“... promover y alentar la cultura en Durango, mediante la emisión de música, programas culturales y de entretenimiento que se identifiquen con la idiosincrasia de la comunidad de Durango y del pueblo mexicano, y mediante la presentación de los más novedosos y actualizados programas educativos, musicales, informativos y culturales.”⁶⁴

A lo anterior podemos agregar lo que señala su página web, al decir que sus medios de comunicación ofrecen contenidos de entretenimiento, culturales, universitarios y noticias del acontecer diario a toda la comunidad de Durango y al mundo vía internet.

Palencia Alonso, ahonda más en cuanto a los propósitos que esta radioemisora tiene y al respecto señala nueve:

“Difundir la educación y la cultura a través de cápsulas permanentes transmitidas a lo largo del día las cuales ofrecen información para diferentes niveles educativos, así como también exponen la agenda cultural del Estado en materia de danza, pintura, escultura, música y todas las expresiones y manifestaciones artísticas en general.

Mantener a las familias duranguenses debidamente informadas de los sucesos locales, estatales, nacionales e internacionales, así como el estado de tiempo y la situación climática, con diversos programas de noticias.

Ser una alternativa real de programación que promueva pluralidad política, social y cultural de estado de Durango.

Ser un foro abierto para la promoción económica, turística, ecológica y cultural, del Municipio de Durango, difundiendo el folclor, tradiciones, rasgos étnicos y sociales, brindando información a los posibles visitantes.

Fomentar el respeto y los valores familiares e impulsar los valores de la convivencia en sociedad.

Fomentar la práctica del deporte, informar oportunamente sobre las diferentes actividades de instituciones deportivas locales, estatales y nacionales.

Promover el desarrollo económico del estado con programas de análisis empresarial.

⁶⁴ ídem

La función social de la radiodifusión

Mantener informada a la ciudadanía previniéndola ante situaciones de riesgo, difundiendo las medidas tomadas por las diferentes autoridades ante desastres naturales, colectas de apoyo, difusión de campañas de salud, de seguridad, de educación, etc.

Ofrecer espacios musicales de entretenimiento para todas las edades con programas musicales de diversos géneros.”⁶⁵

Su objetivo y propósitos son loables, pretenden cumplir una función social importante en el estado; pero al revisar sus contenidos programáticos en su página web, podemos apreciar que cuentan en su haber con 9 programas, de los cuales 6 son musicales (música romántica, de nivel mundial, décadas de los 80s, 90s y dos miles; mejores canciones de la semana, temas de actualidad con música y música sin cortes); uno de humor y “cotorreo”, otro sobre temas de salud y medicina tratados por expertos, y por último un noticiero en el que se aborda la información local, nacional e internacional.

Es una programación con escasos contenidos que ayuden realmente a lograr todos los propósitos que se señalaron; es una realidad que esta emisora gusta a los jóvenes y parte de su posicionamiento es gracias a que casi en su totalidad es una estación musical; a que sus contenidos son relajados y sencillos de digerir.

En este sentido, también debemos considerar que esta estación, al igual que Lobos FM, es un laboratorio donde sus estudiantes pueden llevar a la práctica lo aprendido en las aulas, donde lo que se pondera es que el alumno aproveche al máximo las prácticas que puede realizar aquí para sacar al mercado laboral los mejores profesionistas en materia de comunicación.

Hemos visto la filosofía o su razón de ser que manejan cuatro de las estaciones más representativas en nuestra ciudad, de las llamadas culturales en la anterior Ley Federal de Radio y Televisión e identificadas aun de esta forma por los mismos radioescuchas; dicha información nos servirá de base para determinar si cumplen con su función social que la ley de la materia vigente indica.

⁶⁵ Ídem

CAPÍTULO II

LA RADIO COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN

1 IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

Muy acertadamente señala Pérez Rivera⁶⁶ que desde épocas antiguas muchos filósofos intentaron definir al hombre, obviamente desde una perspectiva filosófica. Sócrates, pasaba el tiempo preguntando a las personas acerca de sí mismas. Diógenes, que consideraba a la virtud como el don más alto, caminaba a plena luz del día, linterna en mano, por las calles más populosas de Atenas, buscando a alguien que se acomodara a su idea del hombre. Y Aristóteles, observando las semejanzas y las diferencias entre el hombre y el animal, elaboró dos definiciones, la primera de *zoon politikón* (animal de ciudad), y la segunda de *zoon lejon ejon* (animal provisto de palabra).

Se dice que esta capacidad de comunicarnos a través de la palabra es precisamente lo que nos distingue de otras especies animales cuyas posibilidades son bastante limitadas pues sólo suelen expresar sensaciones como el hambre, temor y necesidad de aparearse. El hombre, en cambio, manifiesta un complejo entramado de emociones, sucesos individuales y colectivos, conocimientos y descubrimientos que enriquecen la vida de su especie y le permiten enseñorearse en su hábitat.

A través de la palabra se relaciona con otros, crea vínculos de afecto porque puede expresar ampliamente sus sentimientos mediante un lenguaje que se ha venido construyendo a lo largo de los siglos y de los milenios.

“Por esta razón, la comunicación humana ha sido, a través de los siglos, una fuerza de inconmensurable energía; ella, como ninguna de las palancas que pudieran existir, incita y une a los hombres a la acción. De ahí que ninguno de los incontables logros históricos de organización hubiera salido adelante, sin una bien elaborada red de comunicación; y prueba de ello es, por citar sólo dos

⁶⁶ PÉREZ RIVERA, Arnulfo, *La importancia de la comunicación humana*, Diario de Xalapa, 18 de abril de 2011, Disponible en <http://www.oem.com.mx/diariodexalapa/notas/s254.htm>, 07/12/2012

casos, la hazaña de construir las gigantescas murallas de Babilonia, o el éxito logístico de Aníbal al cruzar Los Alpes, hace más de 2 mil 200 años.”⁶⁷

De una u otra forma, todo ser humano se comunica siempre aún sin hablar, a esto se le conoce como comunicación no verbal; sin necesidad de pronunciar palabra alguna podemos manifestar enojo, sorpresa, incomodidad, fastidio, alegría, miedo, nerviosismo, etc.

Para Eileen McEntee⁶⁸, una vez que un mensaje se emite, la comunicación resulta irreversible porque no podemos borrar lo que hemos dicho; resulta también predecible, ya que el hombre al comunicarse tiene objetivos y propósitos, y una vez que se manifiesta es inalterable porque no puede borrarse.

La comunicación también es interpersonal e inteligible; pues para obtener una comunicación eficaz se requiere una relación entre emisor y receptor, la cual se da a través de la retroalimentación, y esta a su vez será efectiva si entre los sujetos que sostienen el diálogo hay compatibilidad de signos y el significado de los mismos.

1.1 Comunicación escrita y comunicación oral

La palabra representa una característica esencial del hombre; en un medio masivo como lo es la radio, se emplea la comunicación verbal, cuando el locutor expresa un mensaje; el cual la mayoría de las ocasiones debe estar sustentado en un guion radiofónico en el cual queda manifiesta la comunicación escrita; por esta razón, es relevante que analicemos ambos tipos de comunicación.

1.1.1 Características de la comunicación escrita

En este tipo de comunicación está constituida por grafías, emplea elementos verbales, icónicos, y gráficos como la puntuación, márgenes, subrayados, ilustraciones, tipos de letras; al realizar dicha comunicación se debe tener cuidado

⁶⁷ *Íbidem.*

⁶⁸ MCENTEE, Eileen, *Comunicación oral, para el liderazgo en el mundo moderno*, edición actualizada, editorial McWraw-Hill, México, 1996, p. p.93-97

en la estructuración del discurso; se cuida el léxico, la sintaxis, ser explícito y coherente; otra característica es evitar ser repetitivo, no abusar de las interjecciones, exclamaciones u onomatopeyas; esta comunicación no se realiza en presencia del lector, razón por la cual no existe el estímulo-respuesta inmediato.⁶⁹

En esta última característica hay una excepción en cuanto a la comunicación escrita que se da por medio de las redes sociales, donde la respuesta si se puede dar en el instante mismo en que se recibe el mensaje; caso contrario sería la que se realiza plasmándola en libros, revistas, periódicos, correos electrónicos o correo postal; o sencillamente, la que se da de una persona a otra a través de recados escritos, oficios con una gran formalidad que deben cumplir ciertos requisitos. El emisor debe tener precaución de emplear el lenguaje adecuado, que sea claro, concreto, preciso; que si requiere algún tipo de explicación, esta se haga; todas estas cuestiones las habrá de tomar en cuenta en base al receptor al que vaya dirigido; si es para un público en general, si es para lectores especializados que podrán entender terminología técnica que se vaya a emplear.

Una gran ventaja de este tipo de comunicación, es que el receptor sea quien sea, será el que elija cual de ese mundo de comunicación escrita que hay habrá de elegir, de acuerdo a sus gustos, a la información que quiera consultar, los temas que quiera conocer, etc.

1.1.2 Características de la comunicación verbal

La comunicación verbal se realiza exclusivamente por medio de la palabra, en forma directa cuando se lleva a cabo una conversación, un discurso, conferencia; en el caso del medio que estudiamos, esta es indirecta,⁷⁰ pues a pesar de que hay un emisor que escucha el mensaje que se emite, no está presente frente a frente ante el locutor; por eso se dice que la radio es el medio ciego.

En cuestiones radiofónicas se puede hablar de una comunicación sonora, pues se efectúa a través del oído, exclusivamente, y por medio del sonido: palabra, efectos

⁶⁹ REYZÁBAL, María victoria, *la comunicación oral y su didáctica en la biblioteca para la actualización del maestro*, editorial Kyron, México, 2003, p.64.

⁷⁰ DE LA MOTA, Ignacio H., *Enciclopedia de la comunicación. Artes, ciencias, técnicas*, tomo 1, editorial Limusa, México, 1994, p. 301.

sonoros, música; que en conjunto o por separado llevan un mensaje;⁷¹ donde se hacen implícitos la mayoría de los elementos del lenguaje radiofónico, pues no debemos olvidar el silencio.

1.2.3 Requisitos de la palabra hablada para lograr la comunicación

Las palabras son elemento básico de la comunicación verbal; como expresa Esopo, sin la lengua no nos entenderíamos:

“La lengua nos une a todos cuando hablamos. Sin la lengua no nos entenderíamos. La lengua es la clave, el órgano de la verdad y de la razón. Gracias a la lengua se construyen ciudades, gracias a la lengua podemos expresar el amor que sentimos. La lengua es el órgano del afecto, de la ternura, del amor, de la comprensión. Es precisamente la lengua la que hace que los versos de los poetas sean eternos, la que consigue hacer que perduren las ideas de los grandes escritores. Con la lengua se enseña, se persuade, se instruye, se ruega, se explica, se canta, se describe, se elogia, se demuestra, se afirma. Con la lengua decimos "madre" y "amada" y "Dios". Con la lengua podemos decir "sí", con la lengua podemos decir "te amo".⁷²

A través de la palabra el ser humano puede manifestar todas sus emociones, pensamientos, ideas; con ellas se puede llegar al diálogo, al entendimiento, a la guerra, al acuerdo; es en este sentido que la palabra hablada es considerada el principal elemento del mensaje radiofónico.

“La palabra radiofónica, gracias a su función comunicativa, es el medio que sugiere el diálogo, pues abre al lenguaje las dimensiones plurales del intercambio. La palabra presenta la realidad y sus dimensiones. Por ello la palabra es el pilar principal donde descansa el lenguaje radiofónico y en torno al cual se articulan los otros elementos del sonido.”⁷³

No obstante, lo anterior no se debe caer en el abuso del lenguaje para manifestar un mensaje; sino que debe apoyarse en otros elementos sonoros esenciales del lenguaje radiofónico como la música, los efectos, los silencios; que más adelante se abordan.

En este sentido, la voz del locutor debe tener ciertas características para que adquiera un carácter expresivo, como lo son:⁷⁴

- a) La intensidad para efectos del mensaje radiofónico; se refiere a dos tipos, la expresiva en la que se refleja una carga emocional en el estado de ánimo del

⁷¹ *Ídem.*

⁷³ CAMACHO, Lidia, *La imagen radiofónica*, editorial McGraw-Hill, México, 1999, p. 14.

⁷⁴ *Ibidem*, p.p. 16-20

emisor; esta es muy común sobre todo en dramatizaciones; también se encuentra la intensidad sonora, la cual se refiere al volumen de la voz, esta se puede mejorar mucho con los nuevos softwares de edición que existen para mejorar mucho la tonalidad de la voz. Aquí, corresponde en gran medida la experiencia del locutor para hacer cambios tanto en la intensidad expresiva como en la sonora para captar y mantener la atención del radioescucha.

- b) El tono o frecuencia están determinados por la longitud y la masa de las cuerdas vocales, el tono puede alterarse al variar la presión del aire exhalando y la tensión sobre las cuerdas vocales; esta combinación es la que determina la frecuencia a la que vibran las cuerdas, así podemos hablar en un tono coloquial, irónico, agresivo, entre otros.
- c) El timbre se refiere al sonido propio característico de cada persona al hablar; es lo que nos permite identificar a tal o cual locutor que se encuentra al aire; además tenemos que nuestra voz puede resultar agradable o no a los demás, pues podemos tener una voz grave, aguda, o media.
- d) La duración; esta se refiere a la velocidad en el desarrollo del mensaje o diálogo que se desarrolla; es decir, lento, medio o rápido; en radio es muy común que se realicen los tres, dependiendo del mensaje, el objetivo del mismo; no se maneja la misma velocidad para las noticias que para un programa musical.

Aun cumpliendo con estos atributos que debe tener la voz de todo locutor, resulta insuficiente si no se tiene una buena dicción y claridad en su mensaje; un locutor debe saber leer correctamente, respetar puntos, comas, acentuaciones, hacer los espacios pertinentes en el momento adecuado, que se entienda cada palabra que pronuncia.

“La comunicación no puede ser satisfactoria si usamos las palabras para nuestro propósito particular sin consistencia alguna o uniformidad en sus significados.”⁷⁵

Ya hemos mencionado la inteligibilidad que debe haber en la comunicación; es decir, que tanto emisor como receptor manejen los mismos significados del

⁷⁵ BERLO, David K., *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.*, vigésima reimpresión, editorial El Ateneo, Argentina, 1999, p. 110.

lenguaje que se emplea en el mensaje emitido; pues de lo contrario no habrá una comunicación efectiva que cumpla con su cometido de transmitir la idea que realmente se quería.

Como podemos apreciar el significado del lenguaje tiene gran importancia en el proceso de comunicación; así tenemos que hay varios significados que se pueden extraer del lenguaje, pero para nuestros fines de estudio analizaremos dos que son los que nos atañen: el significado denotativo y el significado connotativo.

Para Verlo,⁷⁶ el significado denotativo es el que actualmente existe entre la gente, que consiste en la relación que el receptor hace del signo-objeto; indica que nos equivocamos al olvidar que este significado es una relación; es decir que el receptor debe estar enterado de esa relación en la misma dimensión que la tiene el emisor al expresar su mensaje.

La denotación, es lo común a la gente, aquello que está vinculada al sentido del mecanismo referencial con la información que transmite una unidad lingüística; se refiere a un sentido explícito; que comúnmente encontramos en referentes como los diccionarios; pero no por eso, debemos dar por hecho que el emisor tendrá tal relación.

El significado connotativo es una relación entre un signo, un objeto y una persona; ya que está estrechamente relacionado con la experiencia personal; que está comprometido con la realidad social, pues proviene de la experiencia individual de la gente que utiliza la palabra y está íntimamente vinculado con las características del usuario. Este significado tiene un carácter privado, pues describe los sentimientos internos ante la presencia de un acontecimiento u objeto; es en parte, la manifestación de nuestros sentimientos y creencias en relación con objetos físicos.⁷⁷

Es de obviar, que su valor semántico no es dado por un significante léxico, como en el caso del denotativo; en el connotativo, su valor o significado que se le da, es totalmente subjetivo.

⁷⁶ *Ibídem*, p. 111

⁷⁷ *Ibídem*, p. 120.

De allí la importancia de tener claramente definido el mensaje que vamos a transmitir, a quien se lo vamos a decir, la forma en que lo vamos a hacer, si estamos empleando el canal adecuado para ello, sin perder de vista el contexto en que este se va a dar.

2 DEFINICIÓN DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Es muy común escuchar hablar sobre los medios de comunicación masivos, el papel que juegan en nuestra sociedad, qué fines persiguen, a quién van dirigidos, qué se quiere lograr con el mensaje que transmiten entre otras muchas cuestiones.

Entre estos medios encontramos la televisión, los medios impresos, el internet y obviamente, nuestro objeto de estudio: la radio.

Por lo que es necesario, tener clara una definición de lo que es un medio masivo de comunicación, sus características, quienes intervienen; en este concepto que innumerablemente hemos escuchado mencionar en diversidad de lugares como si conociéramos a perfección lo que esto significa.

En primer lugar, tenemos que la palabra comunicación deriva del latín *communicare*, que significa “compartir algo, poner en común”.⁷⁸

También hacemos referencia a las tres primeras definiciones señaladas sobre este concepto en el Diccionario de la Lengua Española:⁷⁹

comunicación.

(Del lat. *communicatio*, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de comunicar o comunicarse.
2. f. Trato, correspondencia entre dos o más personas.
3. f. Transmisión de señales mediante un código común al emisor y al receptor.

⁷⁸ Disponible en <http://definicion.de/comunicacion/>, fecha e consulta octubre 30 de 2012.

⁷⁹ Disponible en <http://lema.rae.es/drae/>, fecha de consulta 29 de octubre de 2012.

Este mismo diccionario además hace referencia al concepto medio de comunicación:

“1. m. Órgano destinado a la información pública. U. m. en pl.”

En este punto toma aún más forma el objeto de nuestra definición; nos queda por definir la palabra masivo; en este sentido el Diccionario de la Lengua Española, en sus primeras dos definiciones señala lo siguiente:

Masivo, va.

(Del fr. *massif*).

1. adj. Que se aplica en gran cantidad.
2. adj. Perteneiente o relativo a las masas humanas, o hecho por ellas.

En base a las definiciones que anteceden podemos decir que los medios masivos de comunicación, son aquellos órganos destinados a la difusión pública de la información a un gran número de personas; de esta manera se comparte o se pone en común el mensaje que se transmite.

Una definición especializada sobre los también conocidos como medios de comunicación de masas, la podemos encontrar en la enciclopedia especializada de la comunicación:

“Medios de Comunicación de Masas: Traducción española de la locución inglesa “mass media”, sistema de transmisión de un mensaje a un público numeroso, disperso y heterogéneo a través de los diferentes instrumentos técnicos existentes; prensa, cine, televisión, radio, libro, etc. También por extensión, se da este nombre a las empresas que los producen. Intérpretes de la realidad y suministradores de la información, cuyos fines son servir al sistema político concienciando al público para su participación en la sociedad a fin de salvaguardar sus derechos frente al Estado, sirviendo al sistema económico mediante la publicidad, y colaborando al entretenimiento y a la cultura popular en sus más diversos aspectos dentro de la libertad de expresión que le debe conceder la autosuficiencia económica suficiente para liberarle de cualquier tipo de presión externa.”⁸⁰

⁸⁰ H. DE LA MOTA, Ignacio, *Enciclopedia de la Comunicación*, Artes, Ciencias, Técnicas, tomo 3, editorial Noriega Editores, México, 1994, p.880

En esta definición se ve a la comunicación como todo un sistema que contempla varios aspectos a través de los cuales se emite un mensaje, cuya característica principal es que llegue a un gran número de personas; a través de los “mass media”.

Ahora corresponde señalar la definición de la radio en el sentido de nuestro estudio; en tal sentido; correspondería precisar el concepto de radiodifusión:⁸¹

Radiodifusión.

1. f. Emisión radiotelefónica destinada al público.
2. f. Conjunto de los procedimientos o instalaciones destinados a esta emisión.
3. f. Empresa dedicada a hacer estas emisiones.

También tenemos la definición en sentido coloquial que permite nombrar al **radiorreceptor**. Este aparato se usa para recoger y transformar en sonidos las ondas que se emiten por un radiotransmisor.⁸²

Otra definición que nos amplía más el concepto de radiodifusión es el que nos aporta Romeo Figueroa:

La radiodifusión es una forma de comunicación a distancia de carácter público, – como veremos más adelante en el análisis de la ley vigente de la materia– representada por la emisión, el transporte y la recepción de voces, música y efectos sonoros por medio de ondas electromagnéticas que, sin el empleo de cables y conexiones, viajan desde una fuente centralmente localizada; es decir la estación de radio, hasta el objetivo de sus emisiones que es el radioescucha.⁸³

La radio es un medio masivo de comunicación, ya que a través de su emisión que realiza por medio de las ondas hertzianas, emite una diversidad de mensajes que llegan a un sin número de personas; como lo veremos más adelante, debido a

⁸¹ Disponible en <http://lema.rae.es/drae/>, fecha de consulta 29 de octubre de 2012.

⁸² Disponible en <http://definicion.de/radio/>, fecha de consulta 30 de octubre de 2012.

⁸³ FIGUEROA BERMÚDEZ, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, 2ª edición, editorial Alambra Mexicana, México, 1997, p.87.

sus características, logra llegar a otros lugares donde otros medios no pueden; convirtiéndose de esta forma en un instrumento de comunicación humana que resulta de gran ayuda sobre todo en tiempos de adversidad para la nación, o cualquier país que enfrente desastres naturales e incluso conflictos bélicos, hablando de situaciones extremas.

En este punto, y una vez indicadas las definiciones que preceden, cabe la pena señalar que la radio puede ser un medio masivo de comunicación o medio comunitario de comunicación; según el caso específico de cada emisora; pues los primeros transmiten su mensaje aun contra las resistencias de las comunidades; por otra parte, los segundos tienen una estructura institucional que nunca trasciende la comunidad, es decir que se queda en ese ámbito local.⁸⁴

Es aquí donde entra la problemática de lo que habrá de considerarse masa, ya que en su sentido lato significa amplia franja poblacional; pero ¿A partir de que número de personas puede considerarse a un público en el caso específico de la radio cómo masa? No existe una respuesta a esta pregunta; si no simplemente el considerar que mientras mayor sea el número de radioescuchas al que llegue el mensaje y se trascienda ese ámbito local, la radio será un medio masivo de comunicación.

Una vez que han quedado definido la radio como medio masivo de comunicación, es importante que abordemos algunos de los modelos de comunicación más destacados; en los que veremos cuales son los elementos que intervienen en el proceso de comunicación.

2.1 Modelos de comunicación

Primero haremos mención del modelo de comunicación propuesto por Aristóteles; para él el objetivo principal de su modelo es la persuasión; es decir, que el orador lleve a los demás a tener su mismo punto de vista.

⁸⁴ S. KATZ, Chaim, A. Doria, Francisco y Costa, Lima, Luis, *Diccionario básico de comunicación*, 4ª edición, editorial Patria, México, 1989, p.109.

El especialista boliviano en comunicación Ramiro Beltrán⁸⁵ nos dice que Aristóteles, vio la retórica compuesta de tres elementos: el locutor, el discurso y el oyente; es decir, el quién, el qué y el a quién; percibió su propósito como la búsqueda de todos los medios posibles de persuasión; a esta concepción Laswell⁸⁶, añadió dos nuevos elementos quedando el esquema de preguntas de la siguiente manera ¿Quién dice qué, en cual canal (medio), a quién y con qué efecto?⁸⁷

En este mismo orden de ideas, nos dice que el modelo propuesto por Shannon y Weaver⁸⁸, se compone de cinco partes esenciales: la fuente de información que produce el mensaje, un transmisor que opera sobre el mensaje en forma de producir una señal susceptible de transmisión por canal, el canal o medio empleado para transmitir la señal, el receptor quien reconstruye el mensaje a partir de la señal y por último el destinatario, que es la persona a la que va dirigida el mensaje.

Schramm⁸⁹ adaptó este modelo de comunicación humana para describir a comunicación electromagnética; así podemos seguir numerando la gran cantidad de modelos que han surgido en diversas etapas de la humanidad; en este punto señalaremos el más común que recoge todos los modelos anteriores:

⁸⁵ BELTRÁN, S., Luis Ramiro, *Adiós Aristóteles: la comunicación "horizontal"*, disponible en http://www.alaic.net/portal/revista/r7/art_01.pdf, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁸⁶ Harold Dwight Lasswell; Donnellson, Illinois, 1902 - Nueva York, 1978) Sociólogo estadounidense. Profesor en la Universidad de Yale y director de la Experimental Division for the Study of Wartime Communication (División experimental para el estudio de la comunicación en tiempos de guerra), fue uno de los fundadores de la sociología política americana. Disponible en <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/lasswell.htm>, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁸⁷ BELTRÁN, S., Luis Ramiro, *Ob. Cit.*, disponible en http://www.alaic.net/portal/revista/r7/art_01.pdf, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁸⁸ A ambos se debe el conocido esquema lineal de la comunicación, en el que se define la secuencia fuente, transmisor, canal, ruido, receptor y destino. Las aportaciones del veterano Weaver al joven y brillante Shannon dieron mucha mayor proyección al planteamiento teórico inicial, incluso con un acercamiento al campo de las ciencias sociales. Weaver no hablaba ya de mensajes independientes de su contenido, cuantificables en términos matemáticos y observados en el decurso de su flujo, sino un marco de análisis aplicable, por ejemplo, al mundo de los medios escritos, sonoros, visuales... "La teoría -señaló- revela que se aplican a todas estas formas de comunicación y a muchas otras". Disponible en, <http://www.infoamerica.org/teoria/weaver1.htm>, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁸⁹ Junto con Everett Rogers y Daniel Lerner, Schramm es uno de los teóricos norteamericanos que estudiaron el problema de la comunicación al servicio del desarrollo, ejerciendo una influencia significativa en los foros de la UNESCO y en el discurso de las doctrinas de la comunicación para el desarrollo surgidas en América Latina. Disponible en <http://www.infoamerica.org/teoria/schramm1.htm>, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

Fuente - codificador- mensaje - canal – decodificador- receptor- efecto.

“Todo acto de comunicación de masas puede ser descompuesto en cinco elementos: **comunicadores** que transmiten determinado **mensaje** a través de un **canal** a una **audiencia** buscando cierto tipo de **efecto**.”⁹⁰

La comunicación es un elemento esencial en la vida del ser humano; siempre ha existido la necesidad de comunicarse y a través del tiempo se ha abierto camino para lograrlo de una u otra forma; hemos hecho mención de algunos de los modelos más conocidos de comunicación para llegar a los tres modelos que Mario Kaplún⁹¹ reconoce:

La comunicación que pone el énfasis en la transmisión de información;⁹² en este modelo intervienen los tres elementos básicos de un mensaje; como lo son el emisor, el mensaje y el receptor; aquí el que lleva el rol principal es el primero de estos con su monologo que emite al receptor y en donde no hay una respuesta de este último.

La comunicación que pone el énfasis en los efectos;⁹³ en este modelo se agrega un elemento más: “*Feedback*”, comúnmente llamada retroalimentación, que se traduce en la respuesta que el emisor espera del receptor después de recibido el mensaje; el punto característico en este modelo es la persuasión, en donde la retroalimentación le sirve para saber si a logrado lo que quería con su mensaje o si debe modificarlo para conseguirlo.

La comunicación que pone el énfasis en los procesos intersubjetivos; en este modelo Kaplún hace hincapié en dos puntos: el acto de informar, de transmitir, de emitir; es decir, comunicar; por otra parte, el diálogo, intercambio, relación de compartir; o sea, comunicarse. En este modelo se conjuntan el emisor y receptor

⁹⁰ BELTRÁN, S., Luis Ramiro, *ob. cit.*, disponible en http://www.alaic.net/portal/revista/r7/art_01.pdf, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁹¹ Kaplún, se entregó a la educación y la comunicación como expresión de sus creencias de transformación de la realidad latinoamericana; buscó sentido a la interacción de las audiencias, dotando al receptor de capacidad de diálogo, crítica y construcción.

⁹² ESPINELLI, Eleonora, *Los modelos de comunicación*, disponible en http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/spinelli01.pdf, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012.

⁹³ *Ídem.*

(EMIREC); ya que ambos se intercambian ese rol al emitir y recibir el mensaje de un lado a otro sucesivamente.⁹⁴

Todos los días de su vida el hombre se comunica de una u otra forma; ya sea a través de la palabra hablada y/o escrita, a través de la comunicación corporal, a través de símbolos, gestos, señales, etc.; para ello empleará sin saberlo algunos de los modelos que hemos señalado de acuerdo a sus necesidades; pero siempre habrá uno que sirva a tal fin.

3 LA RADIO, SU FUNCIÓN COMO MEDIO MASIVO DE COMUNICACIÓN

La radio, fue el primer medio que aportó la primera experiencia masiva de implosión electrónica, la inversión de toda la dirección y todo el significado de la letrada civilización occidental; este medio afecta íntimamente a la mayoría de la gente, constituye una experiencia propia y personal; este medio, tiene el poder de convertir la siquis y la sociedad en una sola caja de resonancia.⁹⁵

Para comprender y desentrañar la función de la radio como medio masivo de comunicación, es necesario que hagamos un recorrido por los elementos que componen los mensajes radiofónicos.

En este orden de ideas tenemos que los elementos del lenguaje radiofónico son:

Al ser la radio un medio unidireccional que va dirigida a un sólo sentido como lo es el oído, por lo que la palabra resulta ser el factor esencial del lenguaje radiofónico; al no poder mostrar imágenes como lo sería el caso de la televisión, en el que se conjuntan palabra e imagen; la radio tiene que echar mano en mayor proporción de la palabra para poder describir sucesos, hechos que se desean transmitir.

Aunado a este elemento se encuentran otros que dan realce y fuerza al mensaje radiofónico como la música, la cual al igual que los demás elementos del sonido, nos sirve para crear imágenes sonoras, ya sea como expresión sentimental, como descripción de cosas, hechos situaciones o ambientes, épocas, personajes, etc.;

⁹⁴ *Ídem.*

⁹⁵ MC LUHAN, Marshall, *la comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, editorial Diana, México, 1987, p.366.

es de resaltar que en la producción radiofónica la música tiene cuatro funciones básicas: la descriptiva, expresiva, narrativa y rítmica.⁹⁶

Cuando la palabra no es suficiente para decir, describir una situación o hechos, es la música la que tiene un papel de empuje para complementar o resaltar lo que se quiere transmitir; a través de este elemento podemos describir a personajes, evocar situaciones de miedo, angustia, felicidad, suspenso, entre otras muchas emociones; así mismo, se pueden situar al radioescucha en diversas épocas de la historia; como se puede apreciar, este elemento sonoro ofrece un salvavidas a la palabra hablada.

Otro componente del lenguaje radiofónico que en ocasiones es demasiado recurrido y se abusa del mismo; son los efectos sonoros, sonidos tanto naturales como artificiales, que, gracias a su verosímil y correcta aplicación, permiten evocar un espacio real o imaginario a través de los ambientes atmosféricos; estos efectos los podemos obtener a través de colecciones ya existentes de efectos, realizándolos en vivo o generándolos digitalmente.⁹⁷

Hoy en día, es común escuchar en las estaciones, sobre todo las comerciales; el uso indiscriminado de los efectos de sonido; si bien es un elemento que sirve para reforzar el mensaje o lenguaje radiofónico, en ocasiones el excesivo empleo de estos hace que el mensaje se convierta en ruido; pero. Cuando se aplican de forma adecuada, en el contexto de la idea que se quiere emitir, resultan grandes aliados para captar la atención del auditorio.

Si bien, creemos que la radio por enfocarse al sentido del oído, siempre tiene que haber sonidos a través de este medio; la realidad es que no siempre es así, un elemento que forma parte del lenguaje radiofónico también es el silencio.

“Lo más hermoso es el silencio, aunque no un silencio cualquiera; para que tenga intensidad debe ser preparado cuidadosamente.”⁹⁸

⁹⁶ *Ibidem*, p. 20

⁹⁷ *Ibidem*, p. 23

⁹⁸ BRESSON, ROBERT, citado por CAMACHO, Lidia, *Ob. Cit.*, p.25.

“Al poeta se le conoce por sus palabras y sus silencios. Desde el principio, el poeta sabe, oscuramente, que el silencio es inseparable de la palabra: es su tumba y su matriz, la tierra que lo entierra y la tierra donde germina.”⁹⁹

El silencio puede manifestar, al igual que los efectos, suspenso, pensamiento, emoción, entre otras muchas situaciones; dependiendo del lugar donde se le coloque dentro del mensaje radiofónico, se emplea aún más en las dramatizaciones para crear o reforzar varias emociones.

Sin lugar a dudas, al conjuntar todos estos elementos del lenguaje radiofónico; se logra transmitir algo más allá de un simple mensaje; pues cuando este llega al sentido auditivo del radioescucha, genera en él una explosión de imaginación, que lo lleva a crear sus propias imágenes sonoras; pues esa caja vibrante que es la radio emite un lenguaje sonoro que el receptor hace suyo y lo magnifica o minimiza; esa es otra de las características que analizaremos; pues la radio puede ser tan moderna o tan antigua como lo sea la imaginación del radioescucha y por su puesto la creatividad e ingenio del realizador radiofónico.

La radio, al ser un medio masivo de comunicación, tiene una función importante en la sociedad, pues al ser el radioescucha parte de esta, al escuchar los mensajes que se transmiten a través de su aparato emisor, toma lo que le conviene de este y desecha lo que considera que no le sirve; de ahí la trascendencia acerca de los contenidos que se manejan en las estaciones de radio; si informa, desinforman, entretienen, educan o deseducan, hacen que el radioescucha razone, piense; o simplemente, que sea un ser humano que vive en sociedad y que está en ella dejándose llevar por la inercia del contexto en el que habita.

La radio se encuentra inmersa en la vida diaria del ser humano; cuando van de su casa al trabajo o viceversa; por las noches cuando se encuentran haciendo tareas o cuando van en el autobús a la escuela, hablando de estudiantes, en las oficinas, en las casas; por todos lados es común pasar y escuchar que suena la radio en algún lugar; ahora con la fiebre de los celulares es muy común poder escucharla porque todos traen para oír radio FM.

⁹⁹ PAZ, Octavio, *Primer congreso Internacional de la Lengua Española*, citado por CAMACHO, Lidia, *Ob. Cit.*, p.25.

Es por eso que es muy recurrida para transmitir mensajes, además de ser un medio muy económico para cuestiones publicitarias y de propaganda política; por lo que es muy solicitado por estos dos ámbitos; se destaca también el uso de este medio en tiempos de guerra y desastres naturales.

Aunado a lo anterior, las finalidades de la radio son la información, la cultura, y el entretenimiento; que no siempre se presentan en el mismo orden de importancia¹⁰⁰, pues esto dependerá del tipo de giro de la emisora; situación que analizaremos más a profundidad en otro capítulo.

Un ejemplo que es clásico sobre la incidencia de la radio en su auditorio, que se ha vuelto un clásico en la historia de la radio, es *La guerra de los mundos*,¹⁰¹ el 30 de octubre de 1938 trastornó a la ciudad de Nueva York, ya que muchos de sus habitantes pensaron que se trataba de una invasión real de marcianos; sin darse cuenta que era una narración que Orson Welles, joven de 23 años, estaba realizando al aire como parte de un radiodrama.

En esta dramatización, se emplearon todos los elementos del lenguaje radiofónico, y sin saberlo, alcanzo grandes magnitudes en el auditorio que la escuchó.

¹⁰⁰ PIERRE, Albert, JEAN TUDESQ, André, *Ob. Cit.*, p.42

¹⁰¹ Su autor Herbert George Wells; en la cual un ejército marciano hostil invade la Tierra en naves extrañas dotadas de armas que escupen rayos verdes de destrucción. En 1938 el cineasta estadounidense Orson Welles tenía un popular programa de radio que consistía en adaptar obras de teatro y literatura a ese medio. El 30 de octubre de ese año Welles transmitió una adaptación de *La guerra de los mundos*. Al principio de la transmisión un locutor indicó que empezaba el programa y cedió la palabra a Welles. Entonces éste empezó sin más a recitar las primeras líneas de la novela (las que encabezan esta página) en tono dramático. Alguien que hubiera encendido la radio cuando hablaba Welles aún podría haber distinguido que se trataba de una ficción. Pero la adaptación que hizo Welles no era una simple lectura del texto de su casi homónimo Wells. La historia estaba disfrazada de programa musical interrumpido por informes noticiosos de que unos astrónomos acababan de ver unas extrañas explosiones en Marte. Luego un reportero entrevistaba a un astrónomo, que decía que no podía explicar qué estaba pasando. Al rato se veía caer del cielo un meteorito en Nueva Jersey. Después resultaba que era un objeto cilíndrico descomunal. Se reunía mucha gente para verlo hasta que el aparato se abrió y del interior salían unas criaturas monstruosas. Se oían gritos, el reportero vociferaba. La atmósfera de la transmisión era de un realismo total. Los que no oyeron el principio del programa pensaron que un ejército marciano estaba invadiendo el mundo. El programa de Orson Welles produjo histeria en masa. Hubo quien se encerró en el sótano de la casa con pistolas. Otros se pusieron toallas mojadas en la cara para protegerse del gas venenoso de los marcianos. El programa fue motivo de escándalo e indignación cuando se reveló la realidad. También demostró el poder de una narración bien hecha. Fue uno de los momentos más gloriosos (y terribles) de la historia de la radio. Disponible en http://www.redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/act_permanentes/conciencia/fisica/astronomia/Marte/guerrade.htm, fecha de consulta 7 de noviembre de 2012.

Otro ejemplo, es en cuestión política, aquí podemos hacer mención al discurso que Hitler emitía para aumentar el espíritu nazi en Alemania, fue empleado como principal herramienta para difundir sus mensajes;¹⁰² la radiodifusión fue reconocida por los nazis como una de las herramientas propagandísticas más importantes en sus campañas.

Como podemos apreciar, no se debe subestimar la fuerza que tiene la radio como medio masivo de comunicación, la historia nos ha demostrado que puede servir para fines muy loables, o para fines lamentables; dependiendo del mensaje, la finalidad del mismo y el auditorio al que se dirige.

Debido a los contenidos que se manejan en este medio, se puede detectar cuando tienen una tendencia oficialista, o si son de ataque al sistema, si con imparciales o parciales en cuanto a la difusión de información, a que dedican sus espacios, hacia donde se orientan.

La radio es un medio que aun goza de la credibilidad del radioescucha; a pesar de que es unidireccional, que no hay imágenes que muestren específicamente lo que se está diciendo; se podría decir que el auditorio cree en la palabra que sale por su aparato emisor.

Puede tener una función integradora de la sociedad, que ayuda a una mejor organización de la misma, o en contrario sensu, contribuir a un desorden tal, que pueda provocar una anarquía total; de allí la importancia de la responsabilidad con que se emite un mensaje radiofónico.

3.1 Características

“... la radio no ha perdido la virtud de llegar a todos los públicos, porque, entre otras cosas, sus mensajes son sencillos y fáciles de entender, porque su

¹⁰² La radiodifusión fue reconocida por los nazis como una de las herramientas propagandísticas más importantes en sus campañas. En 1933, el Ministro de Propaganda nombró a la radio como la octava potencia y predijo que en el siglo XX la prensa sería lo que llegó a ser en el siglo XIX. Un plan del gobierno alemán, subvencionó la producción y la venta de aparatos de radio a bajo costo. Conocido como el Volksempfänger (Receptor del pueblo), tenía un alcance limitado a las estaciones locales de Alemania y Austria. Gracias a esto, la voz del partido llegó a todos los hogares del país. Al inicio de la guerra, casi toda la nación había caído bajo el hechizo de la radio y fue bombardeado con discursos y noticias diseñadas para dar el mensaje nazi. Disponible en <http://www.ultra.com.mx/radio/index.php/seleccion/la-miscelanea/item/6371-cruel-t%C3%A9cnicas-de-la-propaganda-nazi.html>, fecha de consulta 8 de noviembre de 2012.

escucha es compatible con el desarrollo de otras actividades, porque entretiene, porque no es necesario saber leer, porque es gratuita, ...”¹⁰³

Como ya ha quedado indicado, la radio es un medio de comunicación masivo que llega a un gran número de personas; y lo hace de forma personal al llegar directamente al radioescucha a través de su sentido del oído, teniendo como plus, que este puede realizar diversas actividades sin necesidad de dejar de hacerlas para escuchar su aparato emisor, pues sólo requiere de un sentido.

Tiene un gran alcance, ya que llega a otros lugares donde no pueden llegar los demás medios de comunicación, aparte de llegar a todas las clases sociales, pues es de fácil acceso; no tiene el valor de un libro o una revista, no tienes que pagar internet para poder tener acceso a él, no gasta la misma cantidad de energía eléctrica que una televisión o computadora, no tienes que pagar un boleto costoso como lo es ir al cine para poder ver una película, ni pagar una suscripción a un periódico para enterarte de las noticias.

Esto nos llega a la siguiente característica que es el bajo costo que tiene, es económico y puedes tener acceso a una gran variedad de emisoras con diferentes contenidos programáticos y gustos para todos los públicos, que le da oportunidad al radioescucha de elegir la estación que más le convenga de acuerdo a sus necesidades o gustos.

En este mismo orden de ideas, las producciones radiofónicas no son tan onerosas como lo son las televisivas; no se requiere de un set de grabación, de locaciones, de vestuarista, maquillistas, actores o actrices que parecen modelos, cámaras profesionales muy costosas que requieren de cinta de grabación igualmente gravosas, entre otras muchas cosas; pues en cuestión de infraestructura, recurso humano y técnico, la radio es mucho más económico.

Otra característica, es su inmediatez; si bien es cierto que, con las nuevas tecnologías y el uso de las redes sociales, hace que todos los que participan en la misma se enteren de alguna noticia al instante; no todas las personas tienen acceso a estas, es por eso que la radio sigue siendo el medio con mayor

¹⁰³ Disponible en <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html>, fecha de consulta 4 de noviembre de 2012

incidencia en cuanto a la inmediatez de sus mensajes, es aún más importante en acontecimientos de interés general para la sociedad.

Esto queda marcado fehacientemente en cuestiones informativas, pues a través del teléfono y en cualquier horario de su programación y en el instante en que se presente un hecho relevante, se puede emitir de viva voz la noticia desde el lugar donde se está suscitando; sólo se requiere una llamada del reportero a la estación para sacar la llamada al aire, e incluso la participación de algún asiduo radioescucha que sea testigo del mismo.

De esta forma el radioescucha se vuelve actor del medio radiofónico, participe de la difusión de la información; ofreciendo de esta manera la oportunidad a su auditorio de ser parte en el acontecimiento o noticia.

Es un medio ciego, pues el emisor y receptor se comunican sin verse, y tal vez este sea el factor que influye para que el mensaje radiofónico goce de una mayor credibilidad.

“La radio es todo eso porque, en aquel que la escucha, genera constantemente imágenes mentales que, a diferencia de esas otras imágenes que ofrecen el cine, la televisión, la prensa, la fotografía o los videojuegos, por citar algunos ejemplos, no están limitadas por espacios, ni por pantallas, ni por colores, ni por sonidos. Y tampoco están limitadas, ni mucho menos, por el lenguaje radiofónico; un lenguaje que, como luego veremos, presenta una gran riqueza expresiva y unas extraordinarias posibilidades de explotación.”¹⁰⁴

Al ser un medio que llega directamente al sentido del oído del radioescucha, hace que el receptor imagine lo que se le está transmitiendo; es decir, crea sus propias imágenes mentales en base a los sonidos que emite su aparato emisor; es casi como leer un libro, en el que el lector crea en su mente los personajes, las situaciones, lugares, etc.; pasa algo similar con la radio.

Otra de sus características que es esencial, es su lenguaje variado, rico en contenido, pues al ser la palabra hablada el elemento esencia y primordial de su mensaje, debe ser rico y nutrido; el locutor debe gozar de un amplio vocabulario y saber transmitir su idea de forma sencilla y comprensible, para que cualquier tipo de persona que lo esté escuchando entienda el tema que se aborda.

¹⁰⁴ *Ídem.*

En este punto, también debemos referirnos a las frecuencias radiofónicas a las que tenemos acceso, me refiero a la amplitud modulada (AM) y a la frecuencia modulada (FM).

Por un lado, tenemos que la radio AM es monofásica, es decir, de un solo canal, tiene una amplia cobertura, en su mayoría son de tipo regional, que generalmente se emplea para llegar a zonas rurales; y una de sus grandes desventajas es la calidad de su audio, pues al ser su onda más ancha, sus atributos auditivos disminuyen considerablemente en relación con la FM; por estos factores, es que en su generalidad se enfocan al servicio público.

La radio FM, es local o urbana, son estéreo, tiene menor cobertura porque trabaja con frecuencias muy altas, incorpora el efecto espacial producido por la estereofonía, la mayoría de estas estaciones son de tipo musical.

Es el medio más democrático y plural que existe, pues a lo largo del país podemos encontrar una gran diversidad de estaciones llámense concesionarias o permisionarias, con diferentes enfoques, gran multiplicidad de contenidos para todos los tipos de públicos; ya sea que busquen informarse, entretenerse, cultivarse o sencillamente una compañía diferente: la radio.

A pesar de todas estas características positivas que hemos indicado; la radio dependerá siempre de la forma en que se traten sus contenidos, del personal que en él labora, del enfoque o tendencia que maneje, de su finalidad como medio; pero siempre estará la decisión del radioescucha, quien tiene la última palabra; pues él es quien decide qué y a quien escuchar.

En nuestra actualidad, la sociedad es más visual que auditiva; es decir, que prefieren ver algo que les muestre gráficamente las situaciones, los hechos; esto deja en desventaja al medio ciego que es la radio; pero a pesar de ello, de los avances tecnológicos que traen consigo la televisión, el cine, las nuevas tecnologías como la internet, el empleo de las redes sociales; la radio es un medio que se resiste a morir y que sigue allí persistente, en el gusto del radioescucha, pues no lucha, sino que se adapta a estos avances tecnológicos haciendo uso de ellos como herramientas que contribuyen a ampliar su auditorio y sus alcance como medio masivo de comunicación; llegando no únicamente hasta donde su

potencia en el cuadrante el permite, sino a todo el mundo enviando su señal a través de la internet

4 TIPOS DE MENSAJES QUE TRANSMITEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Carlos González Alonso,¹⁰⁵ nos señala que los medios masivos de comunicación se caracterizan por introducir en las diversas capas sociales pautas de comportamiento de consumo; que cada medio de comunicación ejerce sobre sus auditorios diferentes tipos de influencia que incluyen una función persuasiva, la enajenante, la manipulativa, hasta la política y la publicitaria.

No debemos perder de vista que vivimos en un mundo consumista; en el cual se nos crean necesidades para sigamos adquiriendo productos que antes no requeríamos o ni siquiera sabíamos que necesitábamos.

No por ello hay que satanizar a los “*mass media*”, ya que también cumplen otra función: la transmisión del conocimiento y de los valores sociales; son relativamente pocos los medios que se enfocan a esta loable labor; para ser más específicos, en medios electrónicos la radio y la televisión antes llamados permisionarios, los periódicos de análisis, revistas especializadas; en cuestión del cine, las películas no hollywoodenses; que van dirigidas a un público más preparado, o para aquellos que no quieren evadir la realidad que vivimos.

En este sentido, Sánchez Taberero indica el tipo de contenidos que se tratan en los medios de comunicación, y señala que:

“En la actualidad, las visiones negativas de la industria de la comunicación procedentes del ámbito académico se agrupan en dos grandes escuelas del pensamiento: <<corrientes crítica>>, heredera del análisis marxista del capitalismo y con fuerte influencia de la Escuela de Frankfurt, la concentración impide que los medios cumplan su función en la sociedad; los grandes grupos están demasiado próximos al poder, prestan más atención a la rentabilidad que a la calidad de sus ofertas, se orientan prioritariamente al entretenimiento y

¹⁰⁵ GONZÁLEZ ALONSO, Carlos, *Principios básicos de comunicación, segunda reimpresión, México, 1992, p.p.21 y 22.*

descuidan la cobertura de la actualidad local. Al sector conservador, en cambio, le preocupa más el deterioro de los estándares éticos, el sensacionalismo, y la orientación <<izquierdista>> dominante en el panorama informativo.

Algunas percepciones negativas sobre la calidad de los contenidos de los medios están más justificadas que otras. Por ejemplo, parece que en las últimas décadas se ha deteriorado la tradicional separación de fronteras entre información y entretenimiento, y entre contenidos editoriales y publicitarios; también crece la dificultad para distinguir entre lo que está permitido por el marco legal y lo que aconsejan los criterios profesionales más exigentes.”¹⁰⁶

En *La ideología Alemana*, Marx afirma que las ideas de la clase dominante son en todas las épocas, las ideas dominantes; aplicando este pensamiento a los medios de comunicación en nuestra actualidad, que quien detenta el poder económico es que tiene la oportunidad de decidir el tipo de mensajes que quiere transmitir, además de acaparar los medios de comunicación y hacer con ellos lo que bien le parezca, sirviendo así a la clase dominante.

En este sentido, la escuela de Frankfurt¹⁰⁷, nos habla en su Teoría político-económica de los medios de comunicación¹⁰⁸, sobre la preponderancia de la estructura económica sobre los contenidos ideológicos de los mensajes, en donde los medios son considerados parte del sistema económico estrechamente vinculados al sistema político; donde influyen los intereses económicos de los propietarios de los mismos que propician las tendencias monopólicas que provocan la disminución de fuentes independientes y la marginación de sectores minoritarios de bajo poder adquisitivo.

Es así, como en nuestros días podemos encontrar una gran cantidad de contenidos que van enfocados a mantener al auditorio el mayor tiempo posible pegado al televisor; en el que las televisoras concesionarias tiene como única forma de adquirir recursos la venta de publicidad que transmiten en sus canales; es por eso que los contenidos deben retener la atención del televidente para que

¹⁰⁶ SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso, *Los contenidos de los medios e comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*, editorial Deusto, España, 2008, p.p. 27y 28.

¹⁰⁷ Los teóricos de la escuela de Frankfurt trabajaron durante la Alemania de Weimar y fueron dispersados (*sic*) luego del ascenso del Nacional Socialismo al poder. Muchos de ellos continuaron su trabajo en los EEUU. La problemática central de sus trabajos es el aparente fracaso de las predicciones revolucionarias de Marx y para explicar el fracaso, consideraron la capacidad de la superestructura especialmente a través de los medios de comunicación masivos para manipular el proceso histórico de cambio económico. En otras palabras, la ideología de la clase dominante, habría llegado a condicionar la base económica a través de un proceso de asimilación de la masa obrera. Disponible en <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>, fecha de consulta 7 de diciembre de 2012.

¹⁰⁸ *Ídem*.

garantice el mayor número de rating que a su vez aumentará el costo de la publicidad que se vende a los clientes.

Nos referimos en este sentido a una programación con violencia, contenidos sexuales no educativos, drogadicción, en mayoría carentes de cualquier tipo de valor llámese ético o moral; incluso la misma publicidad que en ellos se transmite traen este mismo enfoque, en donde el consumidor al adquirir el producto que se anuncia va a ser el más guapo, la del cabello más brillante, la más delgada, la más sexi, la o él más feliz, el que se va a divertir más, el tendrá la mejor relación sexual; y así podemos seguir enunciando todos los “beneficios” de esos productos.

“Los medios siempre están presentes como *difusores* y *productores* de contenidos alienantes¹⁰⁹, como transmisores de una alienación socialmente determinada. No sólo difunden abundantemente certámenes deportivos con la significación que éstos tienen en la sociedad presente, sino que producen todo tipo de programaciones buscando crear ídolos/modelos donde los hombres depositen sus deseos, se identifiquen y se alejen de la realidad concreta para huir a mundos de ficción.”¹¹⁰

Todo esto gira también, en base a los estudios que los departamentos de marketing realizan para conocer a su auditorio, que tipo de programas quiere ver, en que horarios, a quien va dirigido, en que épocas del año, los hábitos de consumo; que quisiera ser, que quisiera lograr; así el televidente se convierte momentáneamente en otra persona, evadiendo su realidad y obteniendo un nivel de satisfacción esporádica, que le permite sentirse bien consigo mismo.

“Los propios medios han educado a la sociedad en la *cultura del entretenimiento*, la superficialidad y la inmediatez, lo que dificulta la aceptación de los mensajes reflexivos.”¹¹¹

Es así como vemos que los intereses personales de los propietarios, se interponen o sobreponen a los del interés público; aunado a esto, se encuentra la ajetreada

¹⁰⁹ El sentido sociológico del término, en los marcos teóricos marxistas, al referirse al hombre “normal” cotidiano, que no vende una propiedad mueble o inmueble, sino que entrega *otro* elemento de su ser psíquico y social y que por tanto deja de ser su propiedad. Además, paralelamente, se convierte en poseído por las mercancías que posee; vale no por sí sino por la marca de automóvil que tiene o por la ropa que usa.

GUINSBERG, Enrique, *Control de los medios, control del hombre. Medios masivos y formación psicosocial*, 3ª edición, editorial Plaza y Valdes, México, 2005, p. 194.

¹¹⁰ *Ibidem*, p. 195.

¹¹¹ SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso, *Ob. Cit.*, p. 35.

vida que el común de la población lleva para poder sobrevivir, donde ya no quiere saber nada, sólo quiere llegar a su casa y descansar, entretenerse, no saber de problemas, pues tiene con los que hay en su subsistencia diaria; quedando inmerso en la programación o contenidos que se le “ofrecen”.

CAPÍTULO III

ESTACIONES DE RADIODIFUSIÓN

1 LA RADIODIFUSIÓN

Iniciaremos este capítulo definiendo en teoría lo que es la radiodifusión, retomando la definición que expusimos en el capítulo anterior, de Romeo Figueroa; que a la letra dice:

“En teoría, es una forma de telecomunicación, (comunicación a distancia) de carácter público, representada por la emisión, el transporte y la recepción de voces, música y efectos sonoros por medio de ondas electromagnéticas que, sin el empleo de cables y conexiones, viajan desde una fuente centralmente localizada (estación) hasta el radioescucha (receptor).”¹¹²

En términos generales, esta enunciación nos señala las características que encierra la radiodifusión; cabría profundizar aún más en el tema distinguiendo las fases que esta comprende.

Así tenemos, que en el proceso de radiodifusión por radio se distinguen tres fases:

“1. La transmisión, que comienza en los estudios y termina en la estación emisora, concretamente en la antena.

2. La propagación por el espacio, donde una vez iniciada la transmisión cobra especial importancia la modulación, tanto de frecuencia como de amplitud, y que es la que determina el alcance de la difusión. La anchura de la banda de frecuencia configura el índice de transmisión, es decir, el alcance de la difusión. De ahí que el gobierno norteamericano dividiera el espacio en canales con el objeto de coordinar las transmisiones, lo que fue acertado internacionalmente.

3. La recepción de las vibraciones, llevada a cabo por el receptor que transforma las ondas moduladas en señales audibles.”¹¹³

¹¹² FIGUEROA, Romero, *Ob. Cit.*, 1997, p. 87

¹¹³ Disponible en <http://www.diccionariosdigitales.net/glosarios%20y%20vocabularios/ciencias%20de%20la%20comunicacion-2-radiodifusion.htm>, fecha de consulta 7 de octubre de 2012.

Lo anterior, es una explicación técnica a grandes rasgos, de dicho proceso; cabe destacar algunas de sus características generales en cuanto a su naturaleza.

La radiodifusión se transmite en una sola vía y llega a varios puntos; no hay un límite en el número de oyentes; es un servicio gratuito para sus radioescuchas; su costo operativo es fijo pues no aumenta si se incrementa el auditorio; los receptores de este medio son económicos y fáciles de operar, además con el “boom” de los celulares la radio se puede escuchar en todos ellos, por lo menos en FM; no hay una infraestructura intercalada entre el radiodifusor y el oyente pues el mensaje llega directo a su aparato emisor; tiene limitación geográfica de la región que rodea su antena transmisora; su audiencia es relativamente difícil de medir.¹¹⁴

Aunado a lo anterior, la mayoría de las estaciones radiofónicas también transmiten su señal por internet, lo que ayuda también a dar una mayor cobertura y traspasar las fronteras al alcance de un clic.

1.2 Proceso creativo de la radiodifusión

Ahora veamos lo que implica en cuestión de la creatividad del recurso humano, la infraestructura requerida necesario que concluye en un producto radiofónico que se transmite al aire y que se traduce en horas, días, meses y hasta años de preproducción, producción y posproducción; dependiendo de la envergadura de la serie radiofónica que se trate.

En primer lugar, tenemos la producción, proceso de realización de un programa de radio o televisión, o de una película, así como de la obra resultante.¹¹⁵

Aquí es donde se ejecuta toda la idea y creatividad que ha sido plasmada en un guion; donde se conjuntan todos los esfuerzos humanos, el equipo técnico necesario para su elaboración y obviamente todos los elementos necesarios para

¹¹⁴ SCHNEIDER, John, *Memorias de la 8ª Bienal Internacional de Radio. La radio digital: el reto y la oportunidad*, Impreso por Radio Educación, México, 2011, p. p. 226 y 227.

¹¹⁵ DE LA MOTA, Ignacio H., *Enciclopedia de la comunicación, tomo3*, editorial Noriega Editores, México, 1994, p. 1120.

vestir la producción radiofónica derivados de la música, los efectos y la voz; todos ellos parte del lenguaje radiofónico.

“La producción es el conjunto de técnicas y métodos que permiten desarrollar las diversas estructuras programáticas. Comprende la acción, el modo y efecto de realizar un programa mediante la utilización de recursos que se destinada todo proceso creativo para llevar a la escena una obra radiofónica.”¹¹⁶

Parte esencial de esta etapa es el guión en el que se plasma la idea, en el se visualiza el proyecto radiofónico que habrá de transmitirse al aire; se plasma el contenido literario o diálogos, el número de locutores o voces necesarias para la lectura del mismo, cuantos serán voz femenina y masculina; los efectos, música, que se requerirán, los planos de las mismas, etc.; es a partir de esta guía que se parte en la siguiente etapa.

En virtud de lo anterior tenemos a la preproducción; pues en este que se refiere a la labor previa a la producción de un programa de radio o televisión, para que todos los elementos que han de intervenir en ella estén listos a la hora de iniciarla.¹¹⁷

Esta etapa es de gran relevancia, pues permite conocer y aprovechar al máximo los recursos materiales, humanos y técnicos necesarios para el siguiente paso; asimismo prever cuales no son posibles de obtener para poder sustituirlos por otros o hacer las modificaciones respectivas para poder llevar a cabo el proyecto radiofónico; lo que se traduce en ahorro de tiempo y recursos.

En el guión radiofónico que hemos estado mencionando, se plasman además de lo ya señalado, el recurso humano de producción necesario en e una podemos mencionar al operador de audio, quien es el encargado del manejo operación del equipo de audio; el efectista, quien realiza o crea efectos para vestir las producciones y que son difíciles de conseguir; conductor o presentador de una serie; narrador, quien presenta o expone la obra a su cargo; las voces o actores, que son los que llevan a su cargo personajes cuando son dramatizaciones y que

¹¹⁶ BERMUDEZ FIGUEROA, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, editorial Alhambra Mexicana, México, 1996, p. 322.

¹¹⁷ DE LA MOTA, Ignacio H., *Ob. Cit.* p. 1095.

se identifica a los mismo por la voz que los realiza; el guionista, esencial para cualquier producción pues es el que se encarga de darle forma al proyecto radiofónico plasmándolo en papel; el musicalizador, que debe contar con un amplio conocimiento musical para poder vestir y darle fuerza y realce a la producción que se trate; y el productor, quien es el encargado de realizar la obra, y sobre el que recae la responsabilidad del proyecto, además debe conocer a la perfección el lenguaje y técnicas radiofónicas para poder obtener un producto de calidad y conforme a lo visualizado en el guión tanto literario como técnico.

Por último, tenemos la posproducción, en esta etapa se tiene la oportunidad de corregir errores que puede tener una grabación conforme al guión, una vez que ha sido grabado en su totalidad; es aquí donde llega u fin el proceso de producción radiofónica.¹¹⁸

Es la culminación de una idea plasmada en un producto radiofónico que se transmitirá al aire; en esta etapa los productores, guionistas y demás personal que intervino en el proceso se reúnen para escuchar la serie de que se trate para darle la última revisión y constatar que todo esté conforme a lo planeado.

2 CONCESIONARIAS Y PERMISIONARIAS ANTES DE LA REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES

El 11 de junio de 2013 se publicó en el Diario Oficial la reforma a la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en sus artículos 6º, 7º, 27, 28, 73, 78, 94 y 105, en materia de telecomunicaciones.

Para el caso que nos ocupa, resaltamos que en la realizada al artículo 27 constitucional en su párrafo sexto, donde queda manifiesto que la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, ya sea por particulares o sociedades constituidas, sólo podrá hacerse a través de concesiones y que, en el caso específico de la radiodifusión y telecomunicaciones, estas serán otorgadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT).

¹¹⁸ BERMUDEZ FIGUEROA, Romeo, *Ob. Cit.* p. 340.

Es así como se extingue la distinción que existía en la anterior Ley Federal de Radio y Televisión, en lo referente a las concesionarias y permisionarias, a la que pertenecían las comerciales en el caso de las primeras y las culturales en el caso de las segundas; a partir de ese momento todas las radiodifusoras son concesionarias.

2.1 Concesionarias

Veamos algunas definiciones del concepto concesión, para ampliar aún más el panorama sobre lo que esto significa, sobre todo en el ámbito de las telecomunicaciones, que es el espacio al que corresponde la radiodifusión; para esto partiremos de lo general a lo particular.

El Diccionario de la Lengua Española nos da las siguientes definiciones:¹¹⁹

Concesión.

(Del lat. concessiō, -ōnis).

1. f. Acción y efecto de conceder.
2. f. Otorgamiento que una empresa hace a otra, o a un particular, de vender y administrar sus productos en una localidad o país distinto.
3. f. Acción y efecto de ceder en una posición ideológica o en una actitud adoptada.
4. f. Der. Negocio jurídico por el cual la Administración cede a una persona facultades de uso privativo de una pertenencia del dominio público o la gestión de un servicio público en plazo determinado bajo ciertas condiciones.

Antes de la reforma en materia de telecomunicaciones, la radiodifusión se encontraba dentro de la concesión de servicios públicos, que son aquellos reservados al Estado en materia administrativa, que deben tener como finalidad

¹¹⁹ Disponible en <http://lema.rae.es/drae/>, fecha de consulta 12 de octubre de 2012.

ayudar a las personas que lo necesiten; en esta esfera, el estado delega en el concesionario parte de su autoridad, pues el concesionario hace uso de bienes pertenecientes al dominio público.

“La suprema Corte de Justicia y de la Nación define la concesión como un acto jurídico de Derecho público que tiene por fin esencial organizar un servicio de utilidad general. Su rasgo característico consiste en delegar en un concesionario aquella parte de la autoridad del Estado o de sus cuerpos administrativos reputada indispensablemente para hacer efectiva, dentro de ciertas bases establecidas por la misma concesión o por los principios del Derecho administrativo, la remuneración de los capitales puestos a contribución en la realización de la empresa pública. Por ella se crean deberes y derechos a cargo y en favor del concesionario, pero la medida y extensión de unos y otros, con las modificaciones impuestas por el poder de policía, quedan determinadas por el contenido del acto (*Fallos*, tomo 141, página 190, considerando 7º).”¹²⁰

Es pertinente señalar lo que la Ley Federal de Radio Y Televisión, indicaba en sus artículos 1º y 2º respectivamente:

“Artículo 1º. Corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas. Dicho dominio es inalienable e imprescriptible.

Artículo 2o. La presente Ley es de orden público y tiene por objeto regular el servicio de radiodifusión.

El servicio de radiodifusión es aquél que se presta mediante la propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico atribuido por el Estado precisamente a tal servicio; con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello.

El uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión sólo podrá hacerse previos concesión o permiso que el Ejecutivo Federal otorgue en los términos de la presente ley.”

En estos artículos quedaba establecida la exclusividad del Estado del dominio del espacio por el cual se propagan las ondas electromagnéticas, así como el otorgamiento de permiso o concesión para la prestación del servicio de radiodifusión a los particulares o entidades públicas.

¹²⁰ DUMM, Raúl E., *Enciclopedia Jurídica OMEBA*, tomo III, Clau-Const, Editorial Driskill, Argentina, 1992, p. 580.

Por su parte el artículo 13 del mismo ordenamiento legal, nos indicaba que, dependiendo de la naturaleza y propósito de las estaciones, se les otorgaría concesión o permiso, y específica en su segundo párrafo que las estaciones comerciales son las que requerirán concesión.

En este orden de ideas; son las conocidas como estaciones comerciales las que requerían de una concesión, para poder hacer uso de las bandas de frecuencia¹²¹ del espectro radioeléctrico.¹²²

El concesionario adquiriría la gran responsabilidad de asegurar la prestación del servicio público que se ha comprometido a realizar ininterrumpidamente; además, la finalidad del contrato de concesión de servicios públicos, es siempre el interés general que debe privar por encima de otra circunstancia.¹²³

Las estaciones comerciales o concesionarias, son aquellas que pertenecen a la esfera de los medios privados de comunicación, y que, en términos generales, es el sector predominante en nuestro país; y que al tener una gran capacidad económica con posibilidad de ampliar su panorama económico; donde obviamente sus principales fines de obtener los recursos necesarios que les permita su sustentabilidad y una ganancia como empresa de medios; cuyo propósito es meramente mercantil.

¹²¹ Designan una porción del espectro radioeléctrico y cuya división se realiza atendiendo a criterios técnicos relacionados con los servicios que, por las características propias de la porción designada, resultan mayormente viables en determinada banda.

Disponible en http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu_es_el_espectro_radioel_ctrico.php, fecha de consulta 10 de noviembre de 2012.

¹²² “Las ondas electromagnéticas no ocupan un lugar (ya que son intangibles e inmateriales). Pero si no se les canaliza adecuadamente, si no se ordena su tráfico, es posible (en sentido figurado) que choquen entre sí, superponiéndose y generando interferencias que afecten la calidad de las emisiones. Por este motivo el espectro radioeléctrico ha sido dividido en franjas o andariveles (bandas de frecuencia), las que a su vez se subdividen en frecuencias o carriles adjudicados para uso de un determinado emisor”.

Comisión Nacional de Comunicaciones, *El Espectro Radioeléctrico*, junio 1998. Citado por Shifer, Claudio y Porto, Ricardo en *“Telecomunicaciones. Marco Regulatorio”*. Universidad Católica Argentina. Buenos Aires Argentina. 2002. Pág. 282. Disponible en http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu_es_el_espectro_radioel_ctrico.php, fecha de consulta 10 de noviembre de 2012.

¹²³ DUMM, Raúl E., *Ob. Cit.*, p. 581.

En virtud de lo anterior, la premisa que la función social que deben cumplir como medio de comunicación queda relegada ante la demanda y la oferta de sus clientes.

La multicitada ley, nos señalaba en su Título Tercero de Concesiones, Permisos e Instalaciones, en su Capítulo Primero de Concesiones y Permisos, la forma y requisitos para obtener una concesión.

En este orden de ideas, su artículo 14 dejaba en claro que a las únicas personas a las que se les otorgaría una concesión para usar comercialmente canales de radio y televisión, en cualesquiera de los sistemas de modulación, de amplitud o frecuencia, sería únicamente a ciudadanos mexicanos o a sociedades cuyas socios sean mexicanos; en su artículo 16 especifica que la concesión se dará por 20 años y que esta sujeta a refrendarse; otra característica importante, es que será otorgada mediante licitación como lo indicaba su artículo 17; del artículo 17-A al 17-D nos señalaba la forma de publicación de la convocatoria así como los requisitos de la misma.

Los requisitos que debían llenar los interesados se señalaban en su artículo 17-E:

- I. Datos generales del solicitante y acreditamiento su nacionalidad mexicana;
- II. Plan de negocios que deberá contener como mínimo, los siguientes apartados:
 - a) Descripción y especificaciones técnicas;
 - b) Programa de cobertura;
 - c) Programa de Inversión;
 - d) Programa Financiero, y
 - e) Programa de actualización y desarrollo tecnológico.
- III. Proyecto de producción y programación;
- IV. Constituir garantía para asegurar la continuación de los trámites hasta que la concesión sea otorgada o negada, y
- V. Solicitud de opinión favorable presentada a la Comisión Federal de Competencia.

En este apartado podemos apreciar que va enfocado a garantizar el pago del trámite para la obtención de la concesión, así como demostrar que se cuenta con el recurso económico para poder brindar el servicio de radiodifusión en cuanto a infraestructura y equipo; además de todas las cuestiones técnicas que deben quedar especificadas para saber hasta donde llegara su cobertura y que no haya interferencia con otras señales.

Para el caso que nos ocupa el punto III, referente al proyecto de producción y programación; es en este donde se deja asentado la finalidad de la radioemisora; este es tomado en cuenta para otorgar la concesión como se podía apreciar en el artículo 17-G, que a la letra decía:

“La Comisión valorará, para definir el otorgamiento de la concesión, la congruencia entre el Programa a que se refiere el artículo 17-A de esta ley y los fines expresados por el interesado para utilizar la frecuencia para prestar el servicio de radiodifusión, así como el resultado de la licitación a través de subasta pública.”

A su vez el artículo 17-A nos decía que la Secretaría publicaría en el Diario Oficial de la Federación el programa de concesionamiento de frecuencias de radiodifusión y que para determinar la ubicación de las estaciones de radiodifusión y las demás características de las frecuencias que serían licitadas, la Secretaría consideraría entre otros aspectos, lo señalado en la fracción I:

“Los fines de la radio y televisión previstos por el artículo 5 de la presente ley;”

Es en éste punto donde la Ley nos refería a la función social de la radio y la televisión; pues señalaba lo siguiente:

“Artículo 5o.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.”

Es en este sentido, donde todas las estaciones, ya hubieran sido permisionarias o concesionarias tenían que tener en sus fines la función social; que será tema de análisis en otro capítulo de este trabajo de investigación.

2.2 Permisionarias

Para el desarrollo de este tema iniciaremos con algunas definiciones que nos permiten comprender a que nos referimos con estaciones permisionaria.

En primer lugar, tenemos que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española nos da la siguiente dilucidación:

Permisión.¹²⁴

(Del lat. *permissio*, -ōnis).

1. f. Acción de permitir.
2. f. permiso.
3. f. Ret. Figura que se usa cuando quien habla finge permitir o dejar al arbitrio ajeno algo.

Por su parte el autor Andrés Serra Rojas define permiso como:

“Acto del poder público que establecen una amplia libertad de obrar al particular, en condiciones determinadas”; también lo define como: “un título necesario que otorga la autoridad administrativa para hacer o decir una cosa o no hacer”.¹²⁵

La abrogada Ley Federal de Radio y Televisión indicaba en su artículo 13:

“Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las

¹²⁴ Disponible en <http://lema.rae.es/drae/>, fecha de consulta 12 de octubre de 2012.

¹²⁵ Encontrar en http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ld/diaz_h_m/capitulo2.pdf, fecha de consulta 16 de julio de 2013

cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso.”

La ley en cuestión no define en forma específica que es una estación permisionaria ni cual una concesionaria; pero en el artículo que antecede nos deja ver que serán las comerciales las que requerirán concesión, es decir aquellas que si tiene un fin de lucro; por otra parte, tenemos las que requerirán sólo permiso señalando textualmente cuales son y que por su naturaleza y propósito son aquellas que no tienen fines de lucro.

Especificaba claramente cual requería concesión y cuales permiso, haciendo alusión en concreto a las estaciones oficiales, las culturales. De experimentación y las escuelas radiofónicas decir cuál es cada una de ellas.

La citada ley distingue la forma de obtener una concesión y un permiso; establecía en su artículo 17 que las concesiones previstas en dicha ley se otorgarían mediante licitación pública y que el Gobierno Federal tendrá derecho a recibir una contraprestación económica por el otorgamiento de la concesión correspondiente y conforme a las especificaciones que ya hemos señalado en el punto que precede.

En relación a la obtención de los permisos, la ley de la materia indica lo siguiente:

“Artículo 20. Los permisos a que se refiere la presente Ley se otorgarán conforme al siguiente procedimiento:

- I. Los solicitantes deberán presentar, cuando menos, la información a que se refieren las fracciones I, III, IV y V del artículo 17-E de esta Ley, así como un programa de desarrollo y servicio de la estación;
- II. De considerarlo necesario, la Secretaría podrá sostener entrevistas con los interesados que hubiesen cumplido, en su caso, con los requisitos exigidos, para que aporten información adicional con relación a su solicitud. Lo anterior, sin perjuicio de la demás información que la Secretaría considere necesario recabar de otras autoridades o instancias, para el cabal conocimiento de las características de cada solicitud, del solicitante y de su idoneidad para recibir el permiso de que se trate.
- III. Cumplidos los requisitos exigidos y considerando la función social de la radiodifusión, la Secretaría resolverá a su juicio sobre el otorgamiento del permiso.

La duración de los permisos no excederá de 20 años, renovables por plazos iguales.”

Las fracciones I, III, IV y V del artículo 17-E de esta Ley, versa sobre los requisitos que deberán llenar los interesados en obtener tanto una concesión como un permiso para el uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico para prestar el servicio de radiodifusión; aunque aquí además tenía que presentar un programa de desarrollo y servicio de la estación; es decir, la forma en que esta iba a sostenerse y crecer el mantenimiento que la misma iba a tener; pues al no contar con un financiamiento como el de las concesionarias que eran las únicas en poder adquirir recursos económicos a través de la publicidad vendida en sus transmisiones; las permisionarias debían demostrar que tenían la forma de cumplir con el servicio de radiodifusión; por ejemplo en el caso específico de Radio Universidad, se mostraba el recurso económico que la Universidad Juárez asignaba a la estación anualmente y que este se encontraba previsto dentro del presupuesto de ingresos anual de UJED.

En el caso de la concesión, esta se le otorgará a quien resulte ganador de la licitación y en el caso de los permisos una vez cumplidos los requisitos que han quedado señalados; pero algo que es el aspecto esencial de que se otorgue el mismo, es la función social que esta debe cumplir; tema en el que ahondaremos en el capítulo V de este trabajo de investigación.

En lo referente a la fracción II del precepto legal que se analiza, deja claro que la Secretaría podía tener las ocasiones que considerada pertinentes, entrevistas con los interesados para aclarar información o en su caso ampliar la misma, además de hacer o pertinente con las autoridades que considerara necesarias para ello.

Como se puede observar en la fracción III, aunque se hubieran cumplido los requisitos, se tomaba en cuenta la función social de la radiodifusión, que como ya vimos se encontraba establecido en su artículo 5, para que la Secretaría otorgara o negara el permiso; y por último podemos apreciar en su último párrafo que al igual que las concesionarias, el permiso duraba 20 años; aunque en las primeras menciona que son refrendables las concesiones y los permisos renovables por el mismo período.

El la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión, aunado a lo que señalaba el artículo 20, en su artículo 21-A indica el caso específico de otorgar permisos a las estaciones oficiales de la siguiente manera:

“Artículo 21-A. La Secretaría podrá otorgar permisos de estaciones oficiales a dependencias de la Administración Pública Federal Centralizada, a las entidades a que se refieren los artículos 2, 3 y 5 de la Ley Federal de las Entidades Paraestatales, a los gobiernos estatales y municipales y a las instituciones educativas públicas.

En adición a lo que señalaba en el artículo 20 de esta ley, para otorgar permisos a estaciones oficiales, se requería lo siguiente:

- I. Que dentro de los fines de la estación se encuentre:
 - a) Coadyuvar al fortalecimiento de la participación democrática de la sociedad, garantizando mecanismos de acceso público en la programación;
 - b) Difundir información de interés público;
 - c) Fortalecer la identidad regional en el marco de la unidad nacional;
 - d) Transparentar la gestión pública e informar a la ciudadanía sobre sus programas y acciones;
 - e) Privilegiar en sus contenidos la producción de origen nacional;
 - f) Fomentar los valores y creatividad artísticos locales y nacionales a través de la difusión de la producción independiente, y
 - g) Los demás que señalen los ordenamientos específicos de la materia.
- II. Que dentro de sus facultades u objeto se encuentra previsto el instalar y operar estaciones de radio y televisión;
- III. Tratándose de dependencias de la Administración Pública Federal, acuerdo favorable del titular de la dependencia;
- IV. En el caso de los gobiernos estatales y municipales, acuerdo del titular del poder ejecutivo del Estado o del presidente municipal, según corresponda;
- IV. En los demás casos, acuerdo favorable del órgano de gobierno de que se trate, y
- V. En todos los casos, documentación que acredite que el solicitante cuenta con la autorización de las partidas presupuestales necesarias para llevar a cabo la instalación y operación de la estación, de conformidad con la legislación que le resulte aplicable.”

En virtud de lo anterior, es que las estaciones oficiales aparte de cumplir con el procedimiento que se señalaba en el artículo 20, para poder ser merecedoras del permiso por parte de la Secretaría, requerían a demás cumplir con los requisitos que señalaba el 21-A.

Por su parte la Ley Federal de Entidades Paraestatales nos indica a cuáles entidades se les otorgara este permiso en sus siguientes artículos¹²⁶:

“ARTICULO 2.- SON ENTIDADES PARAESTATALES LAS QUE CON TAL CARACTER DETERMINA LA LEY ORGANICA DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL.

ARTICULO 3.- LAS UNIVERSIDADES Y DEMAS INSTITUCIONES DE EDUCACION SUPERIOR A LAS QUE LA LEY OTORQUE AUTONOMIA, SE REGIRAN POR SUS LEYES ESPECIFICAS. LAS DEPENDENCIAS DE LA ADMINISTRACION PUBLICA FEDERAL QUE TENGAN COMO OBJETO PREDOMINANTE REALIZAR ACTIVIDADES DE INVESTIGACION CIENTIFICA Y TECNOLOGICA Y QUE SEAN RECONOCIDAS COMO TALES SERAN CONSIDERADAS COMO CENTROS PUBLICOS DE INVESTIGACION, LOS CUALES SE REGIRAN POR LAS LEYES ESPECIFICAS EN MATERIA DE CIENCIA Y TECNOLOGIA Y POR SUS RESPECTIVOS INSTRUMENTOS DE CREACION. EN LO RELATIVO AL CONTROL Y EVALUACION DEL EJERCICIO DE LOS RECURSOS SE APLICARA EN LO CONDUENTE, LA PRESENTE LEY. LA COMISION NACIONAL DE DERECHOS HUMANOS, LA PROCURADURIA AGRARIA Y LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR, ATENDIENDO A SUS OBJETIVOS Y A LA NATURALEZA DE SUS FUNCIONES, QUEDAN EXCLUIDAS DE LA OBSERVANCIA DEL PRESENTE ORDENAMIENTO.

ARTICULO 5.- EL INSTITUTO MEXICANO DEL SEGURO SOCIAL, EL INSTITUTO DE SEGURIDAD Y SERVICIOS SOCIALES DE LOS TRABAJADORES DEL ESTADO, EL INSTITUTO DEL FONDO NACIONAL DE VIVIENDA PARA LOS TRABAJADORES, EL INSTITUTO DE SEGURIDAD SOCIAL DE LAS FUERZAS ARMADAS, EL INSTITUTO NACIONAL DE LAS MUJERES, LA COMISION NACIONAL PARA EL DESARROLLO DE LOS PUEBLOS INDIGENAS Y LOS DEMAS ORGANISMOS DE ESTRUCTURA ANALOGA QUE HUBIERE, SE REGIRAN POR SUS LEYES ESPECIFICAS EN CUANTO A LAS ESTRUCTURAS DE SUS ORGANOS DE GOBIERNO Y VIGILANCIA, PERO EN CUANTO A SU FUNCIONAMIENTO, OPERACION, DESARROLLO Y CONTROL, EN LO QUE NO SE OPONGA A AQUELLAS LEYES ESPECIFICAS, SE SUJETARAN A LAS DISPOSICIONES DE LA PRESENTE LEY. AQUELLAS ENTIDADES QUE ADEMAS DE ORGANO DE GOBIERNO, DIRECCION GENERAL Y ORGANO DE VIGILANCIA CUENTEN CON PATRONATOS, COMISIONES EJECUTIVAS O SUS EQUIVALENTES, SE SEGUIRAN RIGIENDO EN CUANTO A ESTOS ORGANOS ESPECIALES DE ACUERDO A SUS LEYES U ORDENAMIENTOS RELATIVOS.”

En estos preceptos jurídicos podemos observar que es muy amplia la gama de entidades a las que se les podía otorgar el permiso de estaciones oficiales además de cumplir con la función social que marca el artículo 5 de la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión que versa sobre la función social de la radio y la televisión, además debían tener en sus fines lo indicado en el artículo 21-A en su fracción como ha quedado ilustrado con anterioridad.

126

Encontrar

en

<http://etzakutarakua.colmich.edu.mx/transparencia/14MarcoNormativo/pdf/ley%20federal%20de%20las%20entidades%20paraestatales.pdf>, fecha de consulta 10 de enero de 2018.

3 REFORMA CONSTITUCIONAL EN MATERIA DE TELECOMUNICACIONES EN RELACIÓN CON LAS CONCESIONES

En el marco de la reforma constitucional en publicada el 11 de junio del 2013 en el Periódico Oficial de la Federación por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones; se hace un giro importante en cuanto a que la única forma de explotación, el uso o el aprovechamiento de la radiodifusión será mediante concesión.

“Artículo 27. ...

...

...

...

...

En los casos a que se refieren los dos párrafos anteriores, el dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes, salvo en radiodifusión y telecomunicaciones, que serán otorgadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones. ...”¹²⁷

Es decir, que desaparece la figura jurídica del permisionario, para quedarse sólo con la de concesionario; en este sentido, todas la que eran permisionarias se homologaron al régimen de concesión de radiodifusión.

Es así como esta reforma de rango constitucional baja a la nueva ley general en materia de telecomunicaciones llamada Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión publicada en el diario Oficial de la Federación el 14 de julio del 2014 y que entró en vigor a partir del 1 de enero del 2015, abrogando la ley anterior de la materia denominada Ley Federal de Radio y Televisión; la cual duró vigente por más de cinco décadas, dicha ley se publicó y entró en vigor en el gobierno del entonces presidente de la república Adolfo López Mateos en 1960.

¹²⁷ Encontrar en http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013, fecha de consulta 15 de junio de 2013

En el caso que nos ocupa y que es tema de nuestra investigación, corresponde analizar el Título Cuarto referente al Régimen de Concesiones, Capítulo I de la Concesión Única y el Capítulo II Del Otorgamiento de la Concesión Única de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que rige actualmente; ya que es esta la concesión que se otorga al servicio público de telecomunicaciones y radiodifusión como lo señala el artículo 66 de la ley vigente de la materia:

Artículo 66. Se requerirá concesión única para prestar todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión.

Si recordamos en el punto anterior en el que hicimos el análisis sobre la abrogada ley que regía, hacía mención de permiso único que se le otorgaba a las estaciones oficiales mediante la cumplimentación de los señalado diversos artículos; en este artículo 66 de la ley vigente de la materia vemos que hace alusión a “concesión única”, la cual es definida en el artículo 3 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR) en su fracción XII de la siguiente forma:

“Concesión única: Acto administrativo mediante el cual el Instituto confiere el derecho para prestar de manera convergente, todo tipo de servicios públicos de telecomunicaciones o radiodifusión. En caso de que el concesionario requiera utilizar bandas del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, deberá obtenerlos conforme a los términos y modalidades establecidas en esta Ley;”

De nuevo, en dicho precepto jurídico queda especificado que sólo a través de esta figura de concesión única se podrá prestar el servicio público de telecomunicación y radiodifusión; el cual es definido también en el citado artículo 3 en su fracción LXV de la LFT y R que a la letra dice:

“LXV. Servicios públicos de telecomunicaciones y radiodifusión: Servicios de interés general que prestan los concesionarios al público en general con fines comerciales, públicos o sociales de conformidad con lo dispuesto en la presente Ley y la Ley Federal de Competencia Económica;”

En esta fracción se indica, en el tema que es materia de nuestra investigación, que el servicio de radiodifusión es de interés general; estos conceptos son ambiguos tanto en la vigente ley de la materia como en la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión, pues en esta última en su artículo 4º mencionaba que la radio y la

televisión constituían una actividad de interés público, y que por tal motivo el Estado era quien debía protegerla y vigilarla para el cumplimiento de su función social. En ninguna de las dos leyes en mención se especifica a que se refiere el interés general o interés público; más adelante ahondaremos en este tema pues va intrínsecamente unido a la función social del servicio de la radiodifusión.

En su artículo 3 de la LFT y R, nos dice que para los efectos de esta ley se entenderá se entenderá por:

LIV. “Radiodifusión: Propagación de ondas electromagnéticas de señales de audio o de audio y video asociado, haciendo uso, aprovechamiento o explotación de las bandas de frecuencia del espectro radioeléctrico, incluidas las asociadas a recursos orbitales, atribuidas por el Instituto a tal servicio, con el que la población puede recibir de manera directa y gratuita las señales de su emisor utilizando los dispositivos idóneos para ello;”

Es en este supuesto que las estaciones radiofónicas entran y por ende es la concesión única la que requieren para poder prestar el servicio de radiodifusión; la cual podrá ser para diversos usos de acuerdo con sus fines como lo indica el artículo 67 de la LFT y R:

“**Artículo 67.** De acuerdo con sus fines, la concesión única será:

I. Para uso comercial: Confiere el derecho a personas físicas o morales para prestar servicios públicos de telecomunicaciones y de radiodifusión, con fines de lucro a través de una red pública de telecomunicaciones;

II. Para uso público: Confiere el derecho a los Poderes de la Unión, de los Estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los Municipios, los órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público para proveer servicios de telecomunicaciones y radiodifusión para el cumplimiento de sus fines y atribuciones.

Bajo este tipo de concesiones se incluyen a los concesionarios o permisionarios de servicios públicos, distintos a los de telecomunicaciones o de radiodifusión, cuando éstas sean necesarias para la operación y seguridad del servicio de que se trate.

En este tipo de concesiones no se podrán explotar o prestar con fines de lucro servicios de telecomunicaciones, de radiodifusión o capacidad de red, de lo contrario, deberán obtener una concesión para uso comercial;

III. Para uso privado: Confiere el derecho para servicios de telecomunicaciones con propósitos de comunicación privada, experimentación, comprobación de viabilidad técnica y económica de tecnologías en desarrollo o pruebas temporales de equipos sin fines de explotación comercial, y

IV. Para uso social: Confiere el derecho de prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin

fines de lucro. Quedan comprendidas en esta categoría las concesiones comunitarias y las indígenas; así como las que se otorguen a instituciones de educación superior de carácter privado.

Las concesiones para uso social comunitaria, se podrán otorgar a organizaciones de la sociedad civil que no persigan ni operen con fines de lucro y que estén constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad.

Las concesiones para uso social indígena, se podrán otorgar a los pueblos y comunidades indígenas del país de conformidad con los lineamientos que emita el Instituto y tendrán como fin la promoción, desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos promoviendo sus tradiciones, normas internas y bajo principios que respeten la igualdad de género, permitan la integración de mujeres indígenas en la participación de los objetivos para los que se solicita la concesión y demás elementos que constituyen las culturas e identidades indígenas.”

En la fracción I del precepto legal que precede, manifiesta claramente que se refiere a aquellas estaciones que tienen fines de lucro y conocidas coloquialmente como comerciales y cuya finalidad es el lucro.

En lo que se refiere a las otras fracciones (II-IV), la característica común es que no tienen fines de lucro, en un principio resulta un poco confuso por que pareciera que todas están destinadas a los mismo al no tener fines de lucro; sin embargo, en las fracciones en mención se hace distinción para saber para que tipo de uso será la concesión única que se les otorgará.

El rasgo particular que se indica en la fracción II, es el carácter público que deben tener los órganos e instituciones a las que se les otorgue la concesión única para uso público.

Por su parte la fracción III, se refiere al uso privado y como su nombre lo indica este es con propósitos de comunicación privada y no tiene que ver con la radiodifusión y lógicamente es también sin fines de lucro.

La fracción IV referente al uso social podría prestarse a confusión con la II de uso público; pues ambas tienen como característica que son sin fines de lucro, sin embargo, se especifica los propósitos de las mismas y que en esta categoría entran las concesiones para uso social comunitaria y la concesión para uso social indígena.

Interés especial merece esta concesión de uso social que se les otorga a instituciones de educación superior de carácter privado; que sería la característica que la distingue de las instituciones de carácter público a las cuales se les otorga la concesión de uso público, aunque pueden tener los mismos propósitos.

La ley vigente de la materia menciona en su artículo 68 que, al otorgarse la concesión única, deberá establecer con toda precisión el tipo de concesión de que se trate: de uso comercial, público, social o privado.

En cuanto a quien se le otorgara la concesión única la LFT y R nos indica lo siguiente:

Artículo 71. La concesión única a que se refiere esta Ley sólo se otorgará a personas físicas o morales de nacionalidad mexicana.

La participación de la inversión extranjera en sociedades concesionarias se permitirá en los términos de la Constitución y la Ley de Inversión Extranjera.

Al otorgar las concesiones el Instituto deberá establecer que en la prestación de los servicios se encuentra prohibido establecer privilegios o distinciones que configuren algún tipo de discriminación y tratándose de personas físicas estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas.

Cabe mencionar que la abrogada ley de la materia, en su artículo 14 no permitía en ningún caso la inversión extranjera; incluso en las sociedades permisionarias o concesionarias solicitaba la lista de los socios para constatar que no había ningún extranjero en dicha sociedad.

La Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en su capítulo II es donde aborda lo referente al otorgamiento de la concesión única en su respectivo articulado:

Artículo 72. La concesión única se otorgará por el Instituto por un plazo de hasta treinta años y podrá ser prorrogada hasta por plazos iguales, conforme lo dispuesto en el Capítulo VI de este Título.

Aquí encontramos otra diferencia en cuanto al plazo que durará la concesión; pues aumenta a treinta años y en la anterior ley que regía, el plazo era por 20 años que eran también refrendables en el caso de las concesionarias y renovables en el de las permisionarias.

El capítulo VI al que se refiere el anterior precepto legal, trata sobre la prórroga de las concesiones; en su artículo 113 señala:

Artículo 113. La concesión única podrá prorrogarse por el Instituto, siempre y cuando el concesionario lo hubiere solicitado dentro del año previo al inicio de la última quinta parte del plazo de vigencia de la concesión, se encuentre al corriente en el cumplimiento de las obligaciones establecidas en la Ley y demás disposiciones aplicables, así como en su título de concesión y acepte, previamente, las nuevas condiciones que, en su caso, se establezcan. El Instituto resolverá lo conducente dentro de los ciento ochenta días hábiles siguientes a la presentación de la solicitud.

En caso de que el Instituto no resuelva en el plazo señalado en el párrafo anterior, se entenderá prorrogada la concesión única.

Cómo podemos apreciar en este precepto legal se habla de una prórroga de la concesión en los términos que el mismo indica; en su segundo párrafo resulta interesante la manifestación expresa de que se entenderá prorrogada si el Instituto no resuelve en el tiempo estipulado para dar respuesta a la solicitud; esto obliga al Instituto Federal de Telecomunicaciones a dar una respuesta obligada en el término señalado, pues con anterioridad y en experiencia propia puedo decir que todos los tramites que se realizaban desde el entonces Comisión Federal de Telecomunicaciones ahora Instituto Federal de Telecomunicaciones, las respuestas a las solicitudes podían tardar más de un año e incluso años, pues en la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión, no marcaba términos para la Comisión, los términos sólo se indicaban para los permisionarios y concesionarios.

En lo concerniente a las radioemisoras concesionarias, como ya hemos señalado con antelación, el artículo 16 de la multicitada ley abrogada, está podía ser prorrogada pero no se sometía a lo que indicaba el artículo 17 en relación a que las concesiones se otorgarían mediante licitación, lo que dejaba en desigualdad a los demás interesados que quisieran obtener una concesión.

Al respecto se presentó una Acción de Inconstitucionalidad 2672006 promovida por Senadores integrantes de la Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso de la Unión, en contra del propio Congreso y del Presidente Constitucional de los Estados Unidos Mexicanos.

En la sentencia emitida por el Máximo Tribunal Constitucional y publicada en el diario Oficial de la Federación el 20 de agosto del 2007, señala en su considerando décimo octavo los siguiente:

DECIMO OCTAVO.- Efectos de la presente resolución.

En atención a todo lo considerado en la presente resolución, se declara la invalidez de los siguientes preceptos de la Ley Federal de Telecomunicaciones y de la Ley Federal de Radio y Televisión:

I. Ley Federal de Telecomunicaciones:

...

II. Ley Federal de Radio y Televisión:

- a) Artículo 16 de la Ley Federal de Radio Televisión en las partes que señalan: “El término de”, “será de 20 años y”, así como “El refrendo de las concesiones, salvo en el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley.”

Por tanto, el artículo se leerá de la siguiente forma:

“Artículo 16.- Una concesión podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.”

En su resolutivo quinto y octavo señalan:

QUINTO.- Se reconoce la validez del artículo 9-A, fracción XVI, de la Ley Federal de Telecomunicaciones, de conformidad con lo expuesto en el considerando noveno; asimismo se reconoce la validez del artículo 16 de la Ley Federal de Radio y Televisión, en cuanto otorga a los concesionarios derechos a refrendo y preferencia sobre terceros, de conformidad con lo expuesto en el considerando décimo quinto.

...

...

OCTAVO.- Se declara la invalidez de los artículos 9-C, último párrafo, de la Ley Federal de Telecomunicaciones; y de la Ley Federal de Radio y Televisión: 16, en cuanto al término “de 20 años” de las concesiones y porción normativa que establece: “El refrendo de las concesiones, salvo el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley.”; 17-E, fracción V, porción normativa que dice “...solicitud de...presentada a...”; 20, fracción I, porción normativa que dice “...cuando menos...”; fracción II, primera parte, y fracción III, porción normativa que dice “...a su juicio...”, conforme a lo expuesto en los considerandos décimo tercero, décimo quinto y décimo, respectivamente.

Aunado a esto podemos encontrar también la aclaración de la mencionada sentencia DOF 19-10-2007 y en lo que nos interesa señala en su considerando tercero lo siguiente:

TERCERO.- En virtud de lo mencionado con antelación, procede corregir los errores destacados y aclarar tanto el texto de la norma declarada parcialmente inválida, como el punto resolutivo octavo, que deberán regir la acción de inconstitucionalidad 26/2006, para quedar en los siguientes términos:

a) El artículo 16 de la Ley Federal de Radio y Televisión se leerá de la siguiente forma:

“Artículo 16.- Una concesión podrá ser refrendada al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros.

b) El punto resolutivo octavo, que quedará en los siguientes términos:

“OCTAVO.- Se declara la invalidez de los artículos 9-C, último párrafo, de la Ley Federal de Telecomunicaciones; y de la Ley Federal de Radio y Televisión: 16, en cuanto al término de 20 años de las concesiones y porción normativa que establece: El refrendo de las concesiones, salvo el caso de renuncia, no estará sujeto al procedimiento del artículo 17 de esta ley.; 17-E, fracción V, porción normativa que dice solicitud de presentada a; 20, fracción I, porción normativa que dice cuando menos; fracción II, primera parte, y fracción III, porción normativa que dice a su juicio, conforme a lo expuesto en los considerandos décimo tercero, décimo quinto y décimo, respectivamente.

En consecuencia, se aclara oficiosamente la sentencia pronunciada por el Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación el día siete de junio de dos mil siete, en la acción de inconstitucionalidad 26/2006, promovida por la minoría de Senadores integrantes de la Quincuagésima Novena Legislatura del Congreso de la Unión, para quedar en los términos precisados en este considerando.

Entonces la duración ya no será de 20 años y para poder refrendar la concesión se tendrá que participar en licitación pública, dándole preferencia al concesionario sobre tercero; en un principio generaba incertidumbre en cuanto al tiempo que durarían entonces las concesiones; al respecto la citada Sentencia dictada por la SCJN relativa a la Acción de Inconstitucionalidad 26/2006 y publicada en el diario Oficial de la Federación el 20 de agosto de 2007 indicaba en su considerando décimo octavo, fracción I, inciso a), párrafo cuarto, que para efectos aclaratorios las concesiones se otorgaban por un plazo determinado y para establecerlo había que estar a lo establecido en el artículo 7-A, fracción I que a falta exprese en la Ley Federal de Radio y Televisión, en su reglamento o en los Tratados Internacionales, nos indica cuales leyes se aplicaran supletoriamente y entre ellas en su primera fracción encontramos La Ley Federal de Telecomunicaciones que en su artículo 19 indicaba por cuanto tiempo se otorgarían las concesiones de bandas de frecuencia y podían ser hasta por 20 años.

La vigente ley de la materia indica en su artículo 73 cuales son los datos que debe contener la solicitud que se presente al Instituto para obtener una concesión única:

Artículo 73. Los interesados en obtener una concesión única, cualquiera que sea su uso, deberán presentar al Instituto solicitud que contenga como mínimo:

- I. Nombre y domicilio del solicitante;
- II. Las características generales del proyecto de que se trate, y
- III. La documentación e información que acredite su capacidad técnica, económica, jurídica y administrativa.

El Instituto analizará y evaluará la documentación que se presente con la solicitud a que se refiere el presente artículo dentro de un plazo de sesenta días naturales, dentro del cual podrá requerir a los interesados información adicional, cuando ésta sea necesaria para acreditar los requisitos a que se refiere este artículo.

Una vez agotado el plazo a que se refiere el párrafo anterior y cumplidos todos los requisitos señalados a juicio del Instituto, éste otorgará la concesión. El título respectivo se inscribirá íntegramente en el Registro Público de Telecomunicaciones previsto en esta Ley y se hará disponible en la página de Internet del Instituto dentro de los quince días hábiles siguientes a su otorgamiento.

Lo anterior, sin perjuicio de que el interesado obtenga, en caso de que pretenda explotar bandas de frecuencias o recursos orbitales, una concesión para tal propósito, en los términos del Capítulo III del presente Título.

En este artículo encontramos variación en cuanto a los requisitos que deben cubrir los interesados, pues en la anterior ley no sólo se pedía el nombre del solicitante y domicilio en lo que correspondía a datos generales, sino que tenía que acreditar su nacionalidad mexicana, y que como ya a quedado visto, esta es otra de las innovaciones en la vigente ley, que permite la inversión extranjera; la anterior ley era muy específica en su fracción II sobre un plan de negocios que debía contener requisitos muy específicos que ya hemos visto; en la ley vigente sólo indica características generales del proyecto pero no especifica cuales serán estas y en su fracción III el interesado debe demostrar la capacidad técnica, económica, jurídica y administrativa; en la anterior ley esto quedaba demostrado en su artículo 17-E, fracción II en sus incisos del A) al e) y no mencionaba la capacidad jurídica.

En cuanto al termino para analizar la información de la solicitud es de 60 días naturales, anteriormente era de 15 días hábiles que se podían extender si faltaba información en el cual el interesado tenía otros 15 días hábiles para la entrega de la misma; por lo que se podía pasar de los 60 días naturales que actualmente se indican, pues dentro de este mismo termino se debe hacer el señalamiento al solicitante de la falta de información y una vez agotado el plazo el Instituto otorgará la concesión.

Artículo 74. El título de concesión única contendrá como mínimo, lo siguiente:

- I. El nombre y domicilio del concesionario;
- II. El uso de la concesión;
- III. La autorización para prestar todos los servicios técnicamente factibles. De requerir bandas del espectro radioeléctrico o recursos orbitales, el concesionario deberá obtenerlos conforme a los términos y modalidades establecidas en esta Ley;
- IV. El período de vigencia;
- V. Las características generales del proyecto;
- VI. Los programas y compromisos de inversión, calidad, de cobertura geográfica, poblacional o social, de conectividad en sitios públicos y de contribución a la cobertura universal que, en su caso, determine el Instituto, para lo cual considerará las propuestas que formule anualmente la Secretaría conforme a los planes y programas respectivos, y
- VII. Los demás derechos y obligaciones de los concesionarios.

Básicamente encierra en este precepto legal los mismos datos que indicaba la abrogada ley en las doce fracciones de su artículo 21, en cuanto a las características generales del proyecto que se indican en le presente artículo 74 de la vigente ley, en lo referente a las características generales del proyecto, la anterior ley era muy específica en ello en el ya mencionado artículo de sus fracciones de la I a la IX:

Artículo 21. Las concesiones y permisos contendrán, cuando menos, lo siguiente:

- I. El nombre del concesionario o permisionario;
- II. El canal asignado;
- III. La ubicación del equipo transmisor;
- IV. La potencia autorizada;
- V. El sistema de radiación y sus especificaciones técnicas;
- VI. El horario de funcionamiento;
- VII. El nombre, clave o indicativo;
- VIII. Término de su duración;
- IX. Área de cobertura;
- X. ...
- XI. ...
- XII. ...

La función social de la radiodifusión

Incluso estos puntos son los que se consideraban en las inspecciones que los peritos de la entonces Comisión Federal de Telecomunicaciones verificaban en las plantas de transmisión de las radioemisoras.

Para cerrar este capítulo y en base a toda la información que hemos analizado, es pertinente mostrar los datos que arroja el Catálogo Nacional 2018 de Radio y Televisión del Instituto Nacional Electoral (INE), en el cual podemos apreciar todas las estaciones radiofónicas que tiene nuestro estado y bajo qué tipo de uso han obtenido la concesión única:

Estado / Domiciliada	Población / Localidad / Ubicación	Régimen	Nombre del concesionario / permisionario	Siglas	Frecuencia / Canal	Nombre de la estación	Tipo de emisora
Durango	Durango	Concesión Comercial	Emisora de Durango, S.A.	XHCAV-FM	101.3 Mhz.	Stereo Imagen	FM
Durango	Durango	Concesión Comercial	Difusoras de Durango, S.A.	XHCK-FM	95.7 Mhz.	Radio 6-20	FM
Durango	Durango	Concesión Comercial	Radio Durango, S.A.	XEDGO-AM XHDGO-FM	760 Khz. 103.7 Mhz.	La Supergrupe ra	Combo
Durango	Durango	Concesión Comercial	XEDRD-AM, S.A. de C.V.	XHDRD-FM	106.1 Mhz.	W Radio	FM
Durango	Durango	Concesión Comercial	Emisora de Durango, S.A.	XHDU-FM	98.9 Mhz.	Du la que le gusta a Ud.	FM
Durango	Durango	Concesi	Grupo	XERPU-	1370 Khz.	La Z	Combo

		ón Comerci al	Radiodigital Siglo XXI, S.A. de C.V.	AM XHRPU- FM	102.9 Mhz.		
Durango	Durango	Concesi ón Comerci al	XEWX-AM, S.A. de C.V.	XHWX- FM	98.1 Mhz.	Radio Fórmula	FM
Durango	Durango	Concesi ón Comerci al	Garzaln, S.A. de C.V.	XHDNG- FM	96.5 Mhz.	La Tremenda	FM
Durango	Durango	Concesi ón Comerci al	XHOH-FM, S.A. de C.V.	XHOH- FM	107.7 Mhz.	Los 40 Principales	FM
Durango	Durango	Concesi ón Social	Fomento Educativo y Cultural Francisco de Ibarra, A.C.	XHUAD- FM	94.1 Mhz.	Estéreo Lobo	FM
Durango	Durango	Concesi ón Social	Universidad Autónoma España de Durango	XHUNE S-FM	92.9 Mhz.	España FM	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesi ón Comerci al	Radiodifusor a XEBP-AM, S.A. de C.V.	XHBP- FM	90.3 Mhz.	La Bonita	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesi ón Comerci al	Radiodifusor a XEDN-AM, S.A. de C.V.	XHDN- FM	101.1 Mhz.	Radio Mexicana	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesi ón Comerci al	Grupo Radiodigital Siglo XXI, S.A. de C.V.	XHGZ- FM	99.5 Mhz.	W Radio	FM

Durango	Gómez Palacio	Concesión Comercial	Radiodifusora XERS-AM, S.A. de C.V.	XHERS-FM	104.3 Mhz.	Amor 1380	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesión Comercial	Promotora Radiofónica de la Laguna, S.A. de C.V.	XETB-AM	1350 Khz.	Radio Laguna	AM
Durango	Gómez Palacio	Concesión Comercial	Grupo Radiodigital Siglo XXI, S.A. de C.V.	XHTJ-FM	94.7 Mhz.	Éxtasis Digital	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesión Comercial	Radiodifusora XEVK-AM, S.A. DE C.V.	XHVK-FM	106.7 Mhz.	La Buena Ke	FM
Durango	Gómez Palacio	Concesión Social	Fomento Educativo y Cultural Francisco de Ibarra, A.C.	XHLUA D-FM	88.7 Mhz.	SD	FM
Durango Coahuila	Gómez Palacio (Torreón, Coah.)	Concesión Comercial	Promotora Radiofónica de la Laguna, S.A. de C.V.	XERCA-AM XHRCA-FM	920 Khz. 102.7 Mhz.	Stereo Joya	Combo
Durango	Durango	Permiso	Universidad Juárez del Estado de Durango	XHHD-FM	100.5 Mhz.	Radio Universidad	FM
Durango	Santiago Papasquiaro	Concesión Comercial	Garzalar, S.A. de C.V.	XESRD-AM XHSRD-FM	560 Khz. 89.3 Mhz.	La Suave Ke	Combo
Durango	San Felipe Durango	Concesión	Cadena Regional	XEE-AM XHE-FM	590 Khz. 105.3	Fiesta Mexicana	Combo

		Comercial	Radio Fórmula, S.A. de C.V.		Mhz.		
Durango	Santa María Ocotan	Concesión Pública	Comisión Nacional para el Desarrollo de los Pueblos Indígenas	XETPH-AM	960 Khz.	SD	AM
Durango	Tayoltita Municipio de San Dimas	Concesión Social	Desarrollo Comunal Sustentable, A.C.	XHPEM-FM	100.7 Mhz	SD	FM
Durango	Durango	Concesión Social	Escápate al Paraíso, S.A. de C.V.	XEDGE P-AM	660 Khz.	SD	AM
Durango	El Salto Municipio de Pueblo Nuevo	Concesión Social	GPM Grupo Promomedios Culiacán, S.A. de C.V.	XHPNV O-FM	93.3 Mhz.	SD	FM

Del análisis de la presente tabla podemos ver que el universo de radioemisoras que transmiten en nuestro estado es de 27, de las cuales catorce se encuentran asentadas en el municipio de Durango, diez de ellas tienen concesión única de uso comercial, tres la obtuvieron para uso social y una aparece aun como permissionaria que es la correspondiente a Radio Universidad 100.5 FM, aunque ya se realizó la solicitud mediante oficio No. 118/2015 dirigido al Instituto Federal de Telecomunicaciones, para transitar a concesión única de uso público según la normatividad del a materia en su transitorio décimo séptimo:

DÉCIMO SÉPTIMO. Los permisos de radiodifusión que se encuentren vigentes o en proceso de refrendo a la entrada en vigor del presente Decreto, deberán transitar al régimen de concesión correspondiente dentro del año siguiente a la entrada en vigor de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, en los términos que establezca el Instituto. Los permisos que hayan sido otorgados a los poderes de la Unión, de los estados, los órganos de Gobierno del Distrito Federal, los municipios, los órganos constitucionales autónomos e instituciones de educación superior de carácter público deberán transitar al régimen de concesión de uso público, mientras que el resto de los permisos otorgados deberán hacerlo al régimen de concesión de uso social.

La función social de la radiodifusión

Para transitar al régimen de concesión correspondiente, los permisionarios deberán presentar solicitud al Instituto Federal de Telecomunicaciones, quien resolverá lo conducente, en un plazo de noventa días hábiles.

En tanto se realiza la transición, dichos permisos se regirán por lo dispuesto en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión para las concesiones de uso público o social, según sea el caso.

En caso de no cumplir con el presente artículo, los permisos concluirán su vigencia.

Aquí podemos ver claramente que la concesión que corresponde a esta radioemisora universitaria es la de uso público por pertenecer a una institución educativa de tal carácter; además, apreciamos en experiencia propia lo señalado con anterioridad en cuanto a que los términos no afectan al IFT, pues marca que debe resolver en 90 días hábiles y a la fecha no ha dado respuesta a la misma.

Continuando con nuestro análisis, podemos apreciar también que el municipio de Gómez Palacio cuenta con nueve estaciones radiofónicas, de las cuales ocho son concesionarias de uso comercial y una de uso social.

En otros cuatro municipios cuentan con una radioemisora cada una, de las cuales tres son concesión de usos social y una de uso comercial.

En virtud de lo anterior, podemos destacar que diecinueve son concesionarias de uso comercial, siete de uso social y la que ya hemos citado de la estación que pertenece al Universidad Juárez del Estado de Durango que aún conserva la denominación anterior a la reforma de permisionaria.

En seguida presentamos una gráfica sobre nuestro estado que muestra los porcentajes que corresponden a las radioemisoras, que como ya hemos establecido, todas son concesionarias y varían según su uso; los datos que en ella se muestran es en relación a la tabla que precede y que en el caso de las de uso público corresponde a Radio Universidad en virtud de sus características que ya hemos citado.

CAPÍTULO IV

FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIODIFUSIÓN

1 AMBIGÜEDAD DE CONCEPTOS JURÍDICOS

Nuestro trabajo de investigación busca determinar cuál es la función social en materia de radiodifusión en lo que respecta a las estaciones radiofónicas y que ya en nuestro primer capítulo analizamos los contenidos programáticos que manejan las radiodifusoras conocidas comúnmente como “culturales” en nuestra ciudad capital; y a nivel nacional Radio Educación, radiodifusora de servicio público, con carácter cultural y educativo, como ellos mismos se definen.

En virtud de lo anterior, es necesario dilucidar sobre conceptos básicos que nuestra Carta Magna y la ley vigente de la materia señalan respecto de la radiodifusión; como lo son: “servicio público”, “interés general” y por supuesto la “función social”.

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos señala en su artículo 6, apartado B, fracción III:

“La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la

población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.”

Por su parte la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión indica:

Artículo 2. Las telecomunicaciones y la radiodifusión son servicios públicos de interés general.

...

...

Como se puede observar, ambos ordenamientos jurídicos señalan que la radiodifusión es un servicio público y que es de interés general; en su articulado, respectivamente, no existe una manifestación clara o expresa de lo que se considera cada uno de ellos; es decir que no hay una definición legal de ellos, por lo que debemos enfocarnos a la dogmática, a la interpretación que se hace sobre ellos.

Incluso en el caso de el “interés general” es empleado también en su lugar el “interés público”, lo que se presta aún más a la confusión de si son exactamente lo mismo o hay una breve línea que los separa o los diferencia uno del otro; como ejemplo cabe citar lo que señalaba la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión en su artículo 4º:

“Artículo 4o.- La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social.”

Así tenemos que, en la vigente ley de telecomunicaciones, la radiodifusión es un servicio público de interés general; en la abrogada ley una actividad de interés público, queda en evidencia de esta forma que se hace un uso indiscriminado de estos como sinónimos.

1.1 Definición de “servicio público”

Como ya se había señalado, no existe una definición legal para el servicio público, sino más bien de carácter dogmático; por lo que deja sujeta a discreción de quién interpreta lo que esto significa o a lo que se refiere.

“En el sentido más estricto posible, se entiende por servicio público, desde los años cincuenta del siglo XX, el conjunto de actividades prestacionales asumidas por o reservadas al Estado para satisfacer necesidades colectivas de interés general, entendiéndose por reserva la *publicatio* de la correspondiente actividad con atribución de su titularidad a la administración (lo que significa: establecimiento de monopolio a favor de ésta y exclusión, por tanto, de la libre iniciativa privada), sin perjuicio de que aquella pueda abrir ésta a la referida iniciativa privada (en caso de opción por la gestión indirecta) en virtud de su disposición sobre la forma de gestión de la propia actividad.”¹²⁸

En nuestro país el estado se ha visto rebasado por las necesidades del pueblo mexicano, resultando insuficiente su infraestructura para la prestación de los servicios públicos; por lo que aparte de las instituciones públicas, la iniciativa privada y los particulares han entrado a proveer el mismo, lógicamente bajo los lineamientos que nuestra ley suprema y la ley reglamentaria de la materia indican.

Parejo Alfonso, hace mención de algo relevante, al señalar que el interés general es el elemento explicativo y justificativo del servicio público; además nos señala que el servicio público opera tanto en el plano funcional como en el plano subjetivo-orgánico.

En el plano funcional, el citado jurista señala al servicio público como equivalente a prestación de determinadas características requeridas por el interés general, con independencia de quien lo desarrolle, es decir, sin exigir a una organización público-administrativa la provisión y suministro de los servicios correspondientes; en este caso el interés general demanda exclusivamente la corrección de las insuficiencias del mercado, poniendo en manos del poder público potestades concretas y graduadas de intervención en el mercado, para la imposición de obligaciones de servicio público.

Luciano Parejo con relación al servicio público en el plano subjetivo-orgánico, nos indica que podemos encontrar que en este el Estado en virtud de las características que el interés general exige y en función de la responsabilidad que en las condiciones sociales le incumbe, articule una organización específica de la satisfacción de las correspondientes necesidades sociales, en las cuales haya una habilitación pública que garantice la prestación del servicio y sin exclusión de

¹²⁸ PAREJO ALFONSO, Luciano, *Servicios públicos y servicios de interés general: la renovada actualidad de los primeros*, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, pág. 477, encontrar en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2544/20.pdf>, fecha de consulta 15 de abril de 2018.

la iniciativa privada; y reservar a favor de la administración con exclusión del acceso directo de la iniciativa privada.

Cómo podemos apreciar el servicio público se encuentra estrechamente ligado con el interés general, que más adelante trataremos a profundidad, pues al igual que el “servicio público”, carece de una definición legal.

Por su parte el Diccionario de la Lengua Española define el servicio público como:

“servicio público

1. m. Actividad llevada a cabo por la Administración o, bajo un cierto control y regulación de esta, por una organización, especializada o no, y destinada a satisfacer necesidades de la colectividad. *Servicios públicos de transporte. Servicios públicos sanitarios.*¹²⁹

En el caso que nos ocupa, esa actividad administrativa es realizada por el Estado a través de sus órganos correspondientes, especializados en la materia que se regula; es público porque va encaminado a satisfacer las necesidades de la población; como en los ejemplos que vimos en la definición anterior y en el servicio de la radiodifusión, no sólo va enfocado a satisfacer una necesidad, sino a cumplimentar los derechos consagrados en los artículos 6º y 7º de nuestra Carta Magna, como son la libertad de expresión y el derecho de acceso a la información.

El servicio de radiodifusión, ya sea dado por instituciones públicas, por particulares o empresas, al ser un servicio público, se encuentra sujeto al control y regulación del Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT), que es el órgano del Estado que tiene esta facultad emanada del artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos en su párrafo dieciséis:

“El Instituto Federal de Telecomunicaciones es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijen las leyes. Para tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6º. y 7º. de esta Constitución.”

¹²⁹ Encontrar en <http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs>, fecha de consulta 03 de febrero de 2018

Y es a través de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión que se indica la forma en que el IFT habrá de regular el uso, aprovechamiento y explotación de del servicio público de radiodifusión entre otros que indica el artículo 1 de la ley en mención.

1.2 ¿“Interés general” o “interés público”?

Al igual que el concepto de “servicio público”, el de “interés general” o “interés público”, carecen de una definición legal; y que ésta, más bien lo hay de carácter dogmático; por lo que es necesario que comentemos sobre estos conceptos porque son usados indiscriminadamente en la normatividad como si fueran sinónimos.

Para nuestro estudio resulta necesario clarificar está situación, pues los ordenamientos jurídicos que regulan la radiodifusión hacen mención de ellos.

En el subtema anterior referente al “servicio público”, subyace que el “interés general” es el elemento explicativo y justificativo del servicio público; es decir, que es la razón de ser de este, pues el “servicio público” son aquellas actividades prestacionales asumidas o reservadas al Estado, las cuales van encaminadas a satisfacer las necesidades colectivas de una población, y estas últimas son las que reciben el nombre de “interés general”.

Para aportar más a clarificar el significado del “interés general”, cabe señalar lo que el *Conseil d’Etat* (Consejo de Estado Francés, el supremo órgano consultivo del gobierno y además última instancia de la jurisdicción administrativa), en la introducción del *raport* (reporte o informe) de 1999, al señalar que el interés general es la piedra angular de acción pública y admite dos aproximaciones distintas: la versión utilitaria, del Estado liberal, y la versión republicana, surgida de la revolución francesa respectivamente de la siguiente forma: ¹³⁰

“En el primer caso, el interés general se concibe como el interés común en el sentido de suma de intereses individuales y surge espontáneamente del juego de los

¹³⁰ RODRÍGUEZ ARANA, Jaime, *El interés general en el Derecho Administrativo: Notas Introductorias*, Asociación Internacional de Derecho Administrativo, pág. 3, encontrar en <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/operas-primas-derecho-admin/article/viewFile/1485/1385>, fecha de consulta 29 de enero de 2018.

intereses económicos. El Estado en este supuesto, no es más que un árbitro que debe poner orden en un entramado de iniciativas e intereses de signo particular como si su interés superior, común a los ciudadanos, al margen de la lógica del “*do ut des*”¹³¹ fuese imposible de concebir. En esta perspectiva, el interés general no es más que la necesaria articulación de las medidas regulatorias dirigidas a paliar o corregir los fallos del mercado, que se erige en paradigma del sistema social.”

En el segundo caso:

“..., el interés general es la expresión de la voluntad general, que confiere al Estado la suprema área de atender el bien de todos y cada uno de los ciudadanos que se refiere a aspectos tan materiales y concretos como la educación, la sanidad, la seguridad... Desde una perspectiva equilibrada de lo que es la regulación económica, el interés general no es la última “ratio” para que el mercado camine adecuadamente. ..., desde un punto de vista voluntarista, es el entendimiento del interés general como la expresión del interés de la sociedad, de todos y cada uno de sus componentes.”¹³²

En lo que respecta al llamado “interés público”, han surgido diversas teorías sobre este, tenemos por ejemplo las que el economista estadounidense Anthony Downs (1962) describe en relación a los principales sentidos que se le atribuyen a este concepto, menciona tres escuelas:

“Una derivada de <<la voluntad del pueblo>>; el interés público es lo que quiere el pueblo (la mayoría de los ciudadanos). Una segunda versión sostiene que el interés público se decide según algún parámetro absoluto de valores, independientemente de los que quieren los ciudadanos. Una tercera escuela, <<realista>>, hace depender el interés público de las <<consecuencias de ciertos métodos de decisión>>: <<es un resultado pragmático, sin implicaciones éticas>>.”¹³³

Para Downs todas estas posturas tienen alguna validez; además de estas escuelas, podemos encontrar tres teorías que pueden ayudar a clarificar aún más el concepto de “interés público”, en las cuales se definen tres variantes principales de la teoría de este, y es el esquema de clasificación dado por la filósofa estadounidense Virginia Held (1970):

“*Teoría de la preponderancia*. La expresión se refiere a casos en los que *la suma de intereses individuales* se considera soberana. El interés público se define *por las mayorías*, de acuerdo con lo que Downs denomina <<la voluntad del pueblo>>. Se considera que el interés público consiste en la elección de la mayoría, o en lo que se crea que maximiza el número de preferencias individuales. Se puede llegar a conocer

¹³¹ Los contratos innominados, esto es, sin nombre especial, se caracterizaban en la antigua Roma del siguiente modo: “do ut des” (te doy para que me des); “do ut facias” (te doy para que me hagas); “facio ut des” (te hago para que me des), y “facio ut facias” (te hago para que me hagas). (Fuente: ORGAZ, Arturo, Diccionario de Derecho y Ciencias Sociales, Ed. Assandri, Córdoba, 1961, p. 129). Encontrar en <http://www.significadolegal.com/2011/04/que-significa-do-ut-des.html>, fecha de consulta 07 de febrero de 2018.

¹³² RODRÍGUEZ ARANA, Jaime, *Op. Cit*, pág. 5

¹³³ McQUAIL, Denise, *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, editorial Amorrortu editores S.A., Buenos Aires, 1998, pág. 51 y 52.

de maneras diferentes: por el funcionamiento del mercado, por el voto, por el cálculo experto de la suma de costos y beneficios, por el peso de la <<opinión pública>>.”¹³⁴

Sin embargo, Held encuentra que esta teoría tiene una debilidad, pues señala que hay un conflicto potencial entre la vía para determinar el interés público y la noción general que hay en correspondencia a que el “interés público” significa algo más que la suma de preferencias individuales.

“*Teoría del interés común.* ... se refieren a casos en que los intereses en cuestión son aquellos que *presumiblemente* todos los miembros tienen en común, con poco margen para disputas sobre preferencias.”¹³⁵

En ésta teoría, Held rescata o señala como atributo principal que se pone el bienestar general por encima de los medios o métodos instituidos para alcanzarlos, contrario a la teoría de la preponderancia que pondera el método para identificarlo.

“*Teoría unitaria.* ..., la afirmación de un principio normativo absoluto, por lo general derivado de alguna teoría ideológica social más amplia. ... El interés público es visto como lo que mejor concuerda con un esquema único ordenado y coherente según el cual lo que es válido para uno es válido para todos.”¹³⁶

Esta teoría, para Held, el “interés público” va encaminado a alcanzar el bien último al que todos debemos aspirar y señala que Platón, Aristóteles, Santo Tomás de Aquino, Hegel y Marx, son quienes han marcado esta dirección.

Son variadas las teorías que podemos encontrar sobre el “interés público”, con diferentes enfoques para determinar a qué se refiere o cuál es su sentido desde diversos enfoques o consideraciones como las que ya hemos visto en los párrafos precedentes, y para concluir con este punto cabe señalar cómo el investigador y jurista Francisco M. Cornejo Certucha lo define:

“INTERÉS PÚBLICO. Es el conjunto de pretensiones relacionadas con las necesidades colectivas de los miembros de una comunidad y protegidas mediante la intervención directa y permanente del estado.”¹³⁷

¹³⁴ Ibidem, pág. 52.

¹³⁵ Ídem.

¹³⁶ Ídem.

¹³⁷ CARBONEL, Miguel, Coordinador Académico, Instituto de Investigaciones Jurídicas, *Enciclopedia Jurídica Mexicana*, tomo IV, editorial Porrúa, UNAM, segunda edición, México, 2004, pág.633

Además de lo anterior, Cornejo señala que esas diversas pretensiones que son tuteladas por el derecho se pueden dividir en dos grandes grupos:

- aquellas destinadas a satisfacer las necesidades específicas de individuos o grupos sociales y que son las que constituyen el interés privado;
- el otro grupo, es el que es compartido por la sociedad en su conjunto y que genera beneficios a los integrantes de una colectividad, las cuales son garantizadas por las actividades de los órganos del Estado, a dichas pretensiones nos referimos con la expresión “interés público”.

Cornejo Certucha, hace una aportación más al indicar que para algunos autores le dan un significado más restringido a la noción de “interés público”, pues consideran que este se constituye únicamente por las pretensiones que tiene el Estado para satisfacer sus actividades como institución; de acuerdo con esto, las pretensiones que van dirigidas a satisfacer las necesidades de una colectividad, se les debe denominar interés social o general.

Como se puede apreciar de los párrafos que preceden, existen diversas posturas sobre lo que significa el “interés general” y/o “interés público”; al respecto, considero que si hay una línea casi imperceptible que diferencia uno de otro; sin embargo, al no haber una definición legal concreta provoca que se use indistintamente en la normatividad como sinónimo.

Haciendo un análisis de las diversas posturas sobre los conceptos estudiados, coincido en que el “interés general” si se refiere a aquellas pretensiones que se encuentran vinculadas a las necesidades de una colectividad, a través de las cuales se busca lograr el bienestar general de la población.

En lo referente al “interés público”, concuerdo en que son todas aquellas pretensiones que tiene el Estado para satisfacer sus actividades como institución, las cuales al concretarse darán como resultado garantizar y satisfacer las pretensiones de la colectividad.

1.3 ¿A qué se refiere la “función social”?

La actual Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión no indica en específico a que se refiere la función social de la radiodifusión, no existe una definición legal sobre la misma; sin embargo, la anterior ley si lo mencionaba; pero antes de pasar a esas reflexiones, veremos lo que el diccionario de la Real Academia de la Lengua Española señala sobre los conceptos de “función” y “social” respectivamente:

Función.

“2. f. Tarea que corresponde realizar a una institución o entidad, o a sus órganos o personas.”¹³⁸

Social.

“1. adj. Perteneciente o relativo a la sociedad.”¹³⁹

No basta con estas definiciones para poder comprender a que se refiere la función social, por lo que tomaremos en cuenta algunas otras:

“**función f.** ... 2 Actividad o servicio propio de un cargo u oficio.”¹⁴⁰

“**social adj.** Perteneciente o relativo a la sociedad humana, o a las relaciones entre las clases de la sociedad.”¹⁴¹

Hasta el momento en lo referente a “función”, encontramos que se refiere a una tarea o actividad; en lo “social” sólo señala que es referente a la sociedad; veamos otros significados que se acerquen más a nuestro objeto de estudio:

“**Función:** Una función se refiere a la actividad o al conjunto de actividades que pueden desempeñar uno o varios elementos a la vez, obviamente de manera complementaria, en orden a la consecución de un objetivo definido.”¹⁴²

“**Social:** El conjunto de los individuos conforma una sociedad y todo aquello que forma parte de ella recibe la calificación de social. Hay disciplinas científicas que estudian la realidad social en su conjunto (sociología), algunas instituciones (por

¹³⁸ Encontrar en <http://dle.rae.es/?id=lbQKTYT>, fecha de consulta 03 de febrero de 2018

¹³⁹ Encontrar en <http://dle.rae.es/?id=YBny63i>, fecha de consulta 03 de febrero de 2018

¹⁴⁰ ARCE, L., Eugenia, *Diccionario Enciclopédico Ilustrado del Magisterio. Referentes y Significados*, editorial Norma, S. A., Colombia 2000, pág. 398.

¹⁴¹ Ibidem, pág. 835.

¹⁴² Encontrar en <https://www.definicionabc.com/general/funcion.php>, fecha de consulta 11 de febrero de 2018.

ejemplo, la seguridad social), una serie de retos y dificultades que afectan a toda la población (los problemas sociales) e incluso se puede hablar de una persona social como sinónimo de alguien abierto y comunicativo.”¹⁴³

Hemos visto por separado la definición de la “función” y de “social”, pues al no haber una definición legal específica se requiere tener una noción sobre la “función social”, pues este concepto es citado en la Carta Magna y en la ley vigente que regula la radiodifusión.

“Función social: Actividad desplegada a favor de sus componentes por un grupo organizado de la sociedad. Aspecto beneficioso para la comunidad humana que presenta una institución o que debe darse a ésta.”¹⁴⁴

En este orden de ideas podemos decir que la función social son todas aquellas actividades encaminadas a lograr un objetivo definido enfocado a lograr un beneficio a la sociedad.

Una vez señalado lo anterior, es pertinente dilucidar sobre lo que Nuestra Carta Magna, la ley abrogada de la materia y la ley vigente indican.

En primer término, la abrogada Ley Federal de Radio y Televisión si indicaba específicamente a lo que se refería la función social:

“Artículo 5o.- La radio y la televisión, tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana.

Al efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares;

II.- Evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud;

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacional”

¹⁴³ Encontrar en <https://www.definicionabc.com/social/social.php>, fecha de consulta 11 de febrero de 2018.

¹⁴⁴ Encontrar en <https://universojus.com/definicion/función-social>, fecha de consulta 11 de febrero de 2018.

Como no podemos apreciar la anterior ley que regulaba la radiodifusión era específica al señalar en que debía contribuir su función social y cómo se podría lograr ésta a través de sus transmisiones procurando lo que señalaba en sus cuatro fracciones.

Si bien es cierto que al abrogarse una ley esta queda sin validez alguna, no debemos de perder de vista lo que ésta señalaba en su articulado cuando la nueva ley que la suple es omisa en señalar algunos preceptos jurídicos que son esenciales para que se cumpla con la función social que debe cumplir la radiodifusión.

En este sentido es que cabe indicar enseguida lo que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión señala sobre la función social de la radiodifusión, la cual en su artículo 90 indica qué es lo que habrá de tomar en cuenta el Instituto (IFT) para otorgar las concesiones de radiodifusión para uso público y social; en lo que nos interesa su fracción II señala:

“II. Que su otorgamiento contribuya a la función social de los servicios públicos de radiodifusión y al ejercicio de los derechos humanos de libertad de expresión, a la información y al libre acceso a las tecnologías de la información y comunicación;”

Es la única vez que la ley vigente de la materia hace mención de la función social de la radiodifusión, sin embargo, señala aspectos medulares que deben tomarse en cuenta para que la concesión pueda ser otorgada y que hemos remarcado con negrita y subrayado; pues aquí podemos apreciar que la radiodifusión es un servicio público a través del cual se da cumplimiento a los derechos humanos que en la fracción que precede se indican.

No obstante, se trata de una forma muy general, y para no perder de vista nuestro objeto de estudio, es aquí donde cabe hacernos la pregunta: ¿Cómo cumplen las estaciones radioemisoras su función social?

Podríamos decir que con su simple transmisión de su señal al aire ya están brindando el servicio de radiodifusión por llegar a cierto número de personas a las que llega su frecuencia y que para poder hacer tal han cumplido con todos los requisitos que la ley de la materia indica, sin embargo, esto es

cuestionable, pues no basta con la simple señal al aire, pues podría bastar con transmitir música todo el día.

Es a través de sus contenidos programáticos que las radioemisoras pueden cumplir con su función social, a través de la libre manifestación de las ideas, de llegar a radioescuchas a lugares alejados para que tengan acceso a la información, pero no cualquier tipo sino aquella que propicie varios aspectos; al respecto la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión vigente es muy clara en su artículo 223:

“Artículo 223. La programación que se difunda a través de radiodifusión o televisión y audio restringidos, en el marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información, deberá propiciar:

- I. La integración de las familias;
 - II. El desarrollo armónico de la niñez;
 - III. El mejoramiento de los sistemas educativos;
 - IV. La difusión de los valores artísticos, históricos y culturales;
 - V. El desarrollo sustentable;
 - VI. La difusión de las ideas que afirmen nuestra unidad nacional;
 - VII. La igualdad entre mujeres y hombres;
 - VIII. La divulgación del conocimiento científico y técnico, y
 - IX. El uso correcto del lenguaje.
- ...”

Como radioescucha de cualquier estación, la que ustedes gusten, hagamos un análisis a groso modo, realmente la radioemisora que escuchamos propicia esto que nos indica el artículo que precede.

Otro prisma que pondera la ley de la materia es en relación al interés superior del niño establecido en el tratado internacional de la Naciones Unidas conocido como la Convención sobre los Derechos del Niño, firmado en 1989, y que en su artículo 3 párrafo primero que en todas las medidas concernientes a los niños que tomen las instituciones públicas o privadas de bienestar social, los tribunales, las autoridades administrativas o los órganos legislativos, una consideración primordial a que se atenderá será el interés superior del niño.¹⁴⁵

Tomando en cuenta este principio, es que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión indica en su artículo 226 lo siguiente:

“Artículo 226. A efecto de promover el libre desarrollo armónico e integral de niñas, niños y adolescentes, así como contribuir al cumplimiento de los objetivos educativos planteados en el artículo 3o. constitucional y otros ordenamientos legales, la programación radiodifundida dirigida a este sector de la población deberá:

- I. Difundir información y programas que fortalezcan los valores culturales, éticos y sociales;
- II. Evitar transmisiones contrarias a los principios de paz, no discriminación y de respeto a la dignidad de todas las personas;
- III. Evitar contenidos que estimulen o hagan apología de la violencia;
- IV. Informar y orientar sobre los derechos de la infancia;
- V. Promover su interés por la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional;
- VI. Estimular su creatividad, así como su interés por la cultura física, la integración familiar y la solidaridad humana;
- VII. Propiciar su interés por el conocimiento, particularmente en aspectos científicos, artísticos y sociales;
- VIII. Fomentar el respeto a los derechos de las personas con discapacidad;
- IX. Promover una cultura ambiental que fomente la conciencia, la conservación, el respeto y la preservación del medio ambiente;
- X. Estimular una cultura de prevención y cuidado de la salud;
- XI. Proporcionar información sobre protección contra todo tipo de explotación infantil y de trata de personas;
- XII. Promover la tolerancia y el respeto a la diversidad de opiniones;
- XIII. Promover el derecho de las mujeres a una vida libre de violencia;

¹⁴⁵ Encontrar en <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>, fecha de consulta 6 de mayo de 2018.

- XIV. Proteger la identidad de las víctimas de delitos sexuales, y
- XV. Cumplir con la clasificación y los horarios relativos a la utilización y difusión de contenidos pornográficos.
- ...
- ..."

Es decir, que a través de sus contenidos debe cumplir la función social de contribuir al desarrollo armónico e integral de los menores de edad, así como a los objetivos educativos que marca el artículo 3º constitucional, y es muy claro al señalar que la programación dirigida a este sector de la población “deberá”, es decir, están obligados a que los contenidos programáticos dirigidos a ellos cumplan con las características que indica el precepto normativo que antecede.

Entre su articulado la citada ley vigente de la materia, además indica en su artículo 231 lo siguiente:

“Artículo 231. Los concesionarios que presten servicios de radiodifusión y de televisión y audio restringidos incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales.”

Como podemos apreciar, la ley es precisa en cuanto a los contenidos que deberán incluir en su programación diaria y que juegan un papel importante en la democratización del conocimiento, de la información, que contribuyan a formar radioescuchas informados, que conozcan lo que pasa en su país y en el mundo; pues si bien es cierto que dependiendo del tipo de concesión que se otorgue influirá en los contenidos que maneje la radioemisora, no deberá perder de vista lo que la ley señala en su diverso articulado en cuanto a sus contenidos para que este servicio público pueda cumplir con su función social.

Aunado a lo anterior, la multicitada ley de la materia en su Capítulo IV de los Derechos de las Audiencias en su sección I de los Derechos, indica en su artículo 256 lo siguiente:

Artículo 256. El servicio público de radiodifusión de interés general deberá prestarse en condiciones de competencia y calidad, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias, para lo cual, a través de sus transmisiones brindará los beneficios de la cultura, preservando la pluralidad y veracidad de la información, además de fomentar los valores de la identidad nacional, con el propósito de contribuir a la satisfacción de

los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución. Son derechos de las audiencias:

- I.** Recibir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural y lingüístico de la Nación;
- II.** Recibir programación que incluya diferentes géneros que respondan a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad;
- III.** Que se diferencie con claridad la información noticiosa de la opinión de quien la presenta;
- IV.** Que se aporten elementos para distinguir entre la publicidad y el contenido de un programa;
- V.** Que se respeten los horarios de los programas y que se avise con oportunidad los cambios a la misma y se incluyan avisos parentales;
- VI.** Ejercer el derecho de réplica, en términos de la ley reglamentaria;
- VII.** Que se mantenga la misma calidad y niveles de audio y video durante la programación, incluidos los espacios publicitarios;
- VIII.** En la prestación de los servicios de radiodifusión estará prohibida toda discriminación motivada por origen étnico o nacional, el género, la edad, las discapacidades, la condición social, las condiciones de salud, la religión, las opiniones, las preferencias sexuales, el estado civil o cualquier otra que atente contra la dignidad humana y tenga por objeto anular o menoscabar los derechos y libertades de las personas;
- IX.** El respeto de los derechos humanos, el interés superior de la niñez, la igualdad de género y la no discriminación, y
- X.** Los demás que se establezcan en ésta y otras leyes. Los concesionarios de radiodifusión o de televisión o audio restringidos deberán expedir Códigos de Ética con el objeto de proteger los derechos de las audiencias. Los Códigos de Ética se deberán ajustar a los lineamientos que emita el Instituto, los cuales deberán asegurar el cumplimiento de los derechos de información, de expresión y de recepción de contenidos en términos de lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de la Constitución. Los lineamientos que emita el Instituto deberán garantizar que los concesionarios de uso comercial, público y social cuenten con plena libertad de expresión, libertad programática, libertad editorial y se evite cualquier tipo de censura previa sobre sus contenidos.

Este precepto jurídico está intrínsecamente relacionado con la función social de la radiodifusión, pues recordemos que está va dirigida a una audiencia que goza de ciertos derechos que ya han quedado asentados en este artículo que analizamos y que de nueva cuenta reiteramos que las concesionarias de este servicio público deberán ser garantes de estos derechos a través de sus contenidos programáticos que diariamente transmiten a través de su señal radiofónica.

No podemos ser omiso en que la ley de la materia en su Capítulo IV De los Derechos de las Audiencias en su Sección III De la Defensoría de Audiencia indica en su artículo 259 quien será el defensor de estas:

Artículo 259. Los concesionarios que presten servicio de radiodifusión deberán contar con una defensoría de audiencia, que podrá ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios o a través de organismos de representación. El defensor de la audiencia será el responsable de recibir, documentar, procesar y dar seguimiento a las observaciones, quejas, sugerencias, peticiones o señalamientos de las personas que componen la audiencia.

En los lineamientos a que se refiere el último párrafo del artículo 256, el Instituto deberá expedir lineamientos de carácter general que establezcan las obligaciones mínimas que tendrán los defensores de las audiencias para la adecuada protección de sus derechos.

...

...

...

...

De esta forma es que la normatividad busca garantizar los derechos de las audiencias, los cuales deben ser garantizados a través de los contenidos programáticos de las estaciones y de la apertura de estos a la retroalimentación de las audiencias; sin embargo el proceso o la forma en que habrán de defenderse estos derechos de las audiencias, así como sus Lineamientos Generales Sobre los Derechos de las Audiencias; son tema aparte de investigación a más profundidad; por lo pronto para nuestro tema hacemos mención de cuáles son sus derechos y de cómo habrán de contemplarse por las estaciones radiofónicas que brindan este servicio público.

A través de este recorrido que hemos realizado por diferentes preceptos jurídicos podemos dilucidar que las concesionarias tienen una tarea difícil al brindar este servicio público de radiodifusión y cumplir a la vez con la normatividad de la materia; como ya ha quedado asentado en el capítulo primero de este trabajo de investigación referente a los contenidos que se manejan en nuestra ciudad capital por parte de las concesionarias que analizamos, pues queda asentado que no se

cumplimenta a cabalidad lo señalado en la ley de la materia; es de notar que algunas hacen un esfuerzo mucho mayor que otras para cumplir con la función social de este servicio.

Nuestra Constitución es totalmente omisa en señalar cuál es la función social de la radiodifusión, incluso en todo su texto no hay mención literal sobre ésta; no obstante es importante resaltar lo que indica su artículo 6o. garante del derecho al acceso a la información en su apartado B, fracción III, donde queda asentado que el Estado garantizará el servicio de radiodifusión y en qué condiciones lo hará, además subrayamos lo que indica referente a que este servicio brindará los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución; es esta última parte la correspondiente a la función social en base a todo lo que ya hemos analizado y discutido.

Hemos visto que tanto en el artículo 226 y 256 de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, hacen mención que la radiodifusión contribuirá a los fines educativos planteados en el artículo 3o constitucional, el cual señala:

Artículo 3o. ...

La educación que imparta el Estado tenderá a desarrollar armónicamente, todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria, el respeto a los derechos humanos y la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.

...

...

II. El criterio que orientará a esa educación se basará en los resultados del progreso científico, luchará contra la ignorancia y sus efectos, las servidumbres, los fanatismos y los prejuicios.

Además:

- a) Será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo;
- b) Será nacional, en cuanto –sin hostilidades ni exclusivismos– atenderá a la comprensión de nuestros problemas, al aprovechamiento de nuestros recursos, a la

defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura;

- c) Contribuirá a la mejor convivencia humana, a fin de fortalecer el aprecio y respeto por la diversidad cultural, la dignidad de la persona, la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos, evitando los privilegios de razas, de religión, de grupos, de sexos o de individuos, y
- d) ...”

El fragmento citado del artículo 3º constitucional es lo que de acuerdo al análisis que ya hemos realizado sobre la función social del servicio público de la radiodifusión, es lo que va acorde a nuestro estudio, pues como se aprecia en la cita textual es lo que va relacionado con los demás ordenamientos que ya hemos revisado en cuanto a los contenidos programáticos que deben manejar en su programación diaria las concesionarias.

2 COLUMNA VERTEBRAL CONSTITUCIONAL DE LA RADIODIFUSIÓN

En este punto es necesario que partamos de lo que establece La Ley Federal en Materia de Telecomunicaciones en su artículo 1º:

“**Artículo 1.** La presente Ley es de orden público y tiene por objeto regular el uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes públicas de telecomunicaciones, el acceso a la infraestructura activa y pasiva, los recursos orbitales, la comunicación vía satélite, la prestación de los servicios públicos de interés general de telecomunicaciones y radiodifusión, y la convergencia entre éstos, los derechos de los usuarios y las audiencias, y el proceso de competencia y libre concurrencia en estos sectores, para que contribuyan a los fines y al ejercicio de los derechos establecidos en los artículos 6º., 7º., 27 y 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.”

Según este ordenamiento jurídico y en el tema que nos atañe, la radiodifusión de contribuir a los fines de los derechos señalados en los artículos constitucionales 6º., 7º., 27 y 28; estos por tal motivo es necesario que examinemos estos artículos que son la columna vertebral en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

2.1 Libertad de expresión y derecho de acceso a la información

La Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en su artículo 6º contempla la libertad de expresión, así como el derecho a la información, y tiene

un apartado especial para el servicio de radiodifusión y telecomunicaciones que enseguida indicamos:

Artículo 6o. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho de réplica será ejercido en los términos dispuestos por la ley. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Toda persona tiene derecho al libre acceso a información plural y oportuna, así como a buscar, recibir y difundir información e ideas de toda índole por cualquier medio de expresión.

El Estado garantizará el derecho de acceso a las tecnologías de la información y comunicación, así como a los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, incluido el de banda ancha e internet. Para tales efectos, el Estado establecerá condiciones de competencia efectiva en la prestación de dichos servicios.

Para efectos de lo dispuesto en el presente artículo se observará lo siguiente:

A ...

B. En materia de radiodifusión y telecomunicaciones:

I. ...

II. ...

III. La radiodifusión es un servicio público de interés general, por lo que el Estado garantizará que sea prestado en condiciones de competencia y calidad y brinde los beneficios de la cultura a toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de esta Constitución.

IV. ...

V. La ley establecerá un organismo público descentralizado con autonomía técnica, operativa, de decisión y de gestión, que tendrá por objeto proveer el servicio de radiodifusión sin fines de lucro, a efecto de asegurar el acceso al mayor número de personas en cada una de las entidades de la Federación, a contenidos que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad.

El organismo público contará con un Consejo Ciudadano con el objeto de asegurar su independencia y una política editorial imparcial y objetiva. Será integrado por nueve consejeros honorarios que serán elegidos mediante una amplia consulta pública por el voto de dos terceras partes de los miembros presentes de la Cámara de Senadores o, en sus recesos, de la Comisión Permanente. Los consejeros desempeñarán su encargo en forma escalonada, por lo que anualmente serán sustituidos los dos de mayor antigüedad en el cargo, salvo que fuesen ratificados por el Senado para un segundo periodo.

...

...

VI. La ley establecerá los derechos de los usuarios de telecomunicaciones, de las audiencias, así como los mecanismos para su protección.

En sus tres primeros párrafos el artículo deja manifiesto que consagra la libertad de expresión a través de la manifestación de las ideas que no tiene más límite que ataque a la moral, la vida privada o los derechos de terceros, provoque algún delito, o perturbe el orden público; sólo en estos supuestos podrá ser sujeta de averiguación judicial o administrativa, de igual forma tutela el derecho de libre acceso a la información que sea plural y oportuna; esto quiere decir que sea variada y se reciba en el momento idóneo y pertinente.

Estos derechos están íntimamente relacionados, pues si se le niega la libertad de expresión a un individuo o grupo de personas, a la vez estaremos contrariando el derecho de libre acceso a la información a otros sujetos que a lo mejor requerían o necesitaban dicha información; por eso van tomados de la mano.

El garante de que se cumpla con lo señalado en este artículo será el Estado, en el caso de la radiodifusión lo hará a través del Instituto de Federal de Telecomunicaciones, quien a su vez será el órgano responsable de otorgar las concesiones para el servicio público de radiodifusión y que ya hemos visto en el Capítulo III de este trabajo de investigación.

En su apartado B en lo que aborda en específico sobre la radiodifusión, también hemos analizado lo citado en la fracción III en el punto referente a la función social de la radiodifusión; sin embargo, las fracciones V y VI abordan dos puntos interesantes que van enfocados a proteger los derechos tutelados en este artículo 6º Constitucional.

En lo referente a la fracción V, señala que se establecerá un organismo público descentralizado con las características que se indican en él que provea el servicio de radiodifusión sin fines de lucro con el fin de llegar al mayor número de personas, además indica que promoverán esos contenidos que también ya han quedado asentados textualmente el multicitado artículo; son estos contenidos los que van enfocados a cumplir la función social de la radiodifusión y de

cumplimentar los derechos de la libre manifestación de las ideas como el acceso a la información; además tiene como plus contribuir a la vida democrática de la sociedad.

Aunado a lo anterior el artículo en cuestión en su apartado B fracción VI señala que la ley establecerá los derechos de los usuarios de la radiodifusión, es decir de las audiencias y que se establecerán los mecanismos para su protección, ya vimos que así lo es, pues la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión vigente señala cuáles son estos derechos en su artículo 256, además de señalar quién será el defensor de las audiencias para que se respeten sus derechos como tal en su artículo 259.

La libertad de expresión se refiere a la manifestación de las ideas, que, en el caso de la radio como medio de comunicación, estas se emiten a través de la palabra, el sonido, la música, efectos e incluso el silencio; por otra parte tenemos el acceso a la información al que tiene derecho toda la sociedad, y que para ellos se emplean los medios de comunicación, ya sean auditivos o visuales.

En este punto, cabe señalar lo que los académicos Miriam Carrillo Ruíz y José Manuel Ramos Rodríguez, indican en su estudio sobre las radios comunitarias ante la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones,¹⁴⁶ con relación a que por más de 50 años han existido más de un millar de “radios comunitarias” que han transmitido al margen de la ley, que aquellas que sí lo han hecho bajo los principios que éstas deben tener, su función ha sido mantener vinculada a la población de los diversos lugares a donde llega la señal, sin embargo hay otras que se dedicaban a evangelizar, a estar al servicio de partidos políticos y en casos extremos como en los estados de Michoacán y Guerrero donde surgieron las “narco-radios”, empleadas para mensajes cifrados entre grupos delictivos y de estos a la comunidad.

Carrillo y Ramos, también hacen mención que la reforma constitucional en materia de derechos humanos publicada en el Diario Oficial de la Federación el 10 de junio de 2011, en la cual se coloca a la Constitución y los tratados internacionales en

¹⁴⁶ MENDIETA RAMÍREZ, Angélica (Coord.), CASTILLO DRUÁN, Jorge L. (Coord.) y RODRÍGUEZ ESCOBEDO, Francisco J., *La Complejidad de la Comunicación Política: Actores y Escenarios*, editorial Montiel & Soriano Editores, México 2013, pág. 116.

igualdad de jerarquía en cuanto al reconocimiento y tutela de los derechos fundamentales se refiere, hace que la jurisprudencia de la Corte Interamericana de Derechos Humanos sea obligatoria en nuestro país, y citan que esta Corte y su Relatoría Especial (2013) para la libertad de expresión señalaron en sus respectivos informes que:

“las radios comunitarias... se erigen como medios que canalizan la expresión donde los integrantes del sector pobre suele tener mayores oportunidades de acceso y participación en relación a las posibilidades de acceso y participación en relación a las posibilidades que pudieran tener en los medios tradicionales.” Han insistido también en el “importante papel del Estado a la hora de regular el espectro electromagnético para asegurar una radiodifusión libre, independiente, vigorosa, plural y diversa...”¹⁴⁷

Esta citada reforma, es trascendental para las “radios comunitarias”, porque después de más de 50 años de operar fuera de la normatividad de la materia, por fin pueden hacerlo de manera legal a través de la concesión de uso social que se les otorga no solo a las estaciones indígenas, sino también las comunitarias.

2.2 Libertad de expresión, artículo 7º Constitucional

Este derecho no sólo encontramos señalado en el artículo 6º constitucional como ya ha quedado establecido, sino que se extiende al artículo 7º de nuestra Carta Magna:

Artículo 7o. Es inviolable la libertad de difundir opiniones, información e ideas, a través de cualquier medio. No se puede restringir este derecho por vías o medios indirectos, tales como el abuso de controles oficiales o particulares, de papel para periódicos, de frecuencias radioeléctricas o de enseres y aparatos usados en la difusión de información o por cualesquiera otros medios y tecnologías de la información y comunicación encaminados a impedir la transmisión y circulación de ideas y opiniones.

Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura, ni coartar la libertad de difusión, que no tiene más límites que los previstos en el primer párrafo del artículo 6o. de esta Constitución. En ningún caso podrán secuestrarse los bienes utilizados para la difusión de información, opiniones e ideas, como instrumento del delito.

Este artículo es más contundente al señalar que este derecho de la libertad de expresión es inviolable y que no podrá impedirse por ningún medio indirecto señalando a cuales se refiere; pues como podemos recordar en el ordenamiento jurídico 6º constitucional sí señala en qué casos podrá ser objeto de inquisición judicial o administrativo en los casos que señala el artículo 6º; además

¹⁴⁷ Ibidem, pág. 117.

que el 7º objeto de análisis, que los únicos límites a este derecho son los establecidos en el 6º y que también ya han quedado indicados; en virtud de esto es que ambos artículos se complementan para poder garantizar este derecho.

En este apartado considero prudente apuntalar aspectos diferenciales de la libertad de pensamiento y libertad de expresión apoyándome en un artículo de investigación realizado por el doctor Edgar Alán Arroyo Cisneros:

“La libertad de expresión es un derecho fundamental y esencial en el marco del Estado constitucional y democrático de Derecho; efectivamente, su importancia es capital tanto en el contexto del constitucionalismo como en el de la democracia propiamente dicha. Si el Estado Constitucional se nutre de una división de poderes plausible que se posibilita a partir del ejercicio efectivo de derechos humanos por conducto de una serie de garantías estructuradas para ello, la libertad de expresión luce más que relevante para la consecución de los fines de la Carta Magna como documento que se encausa en una doble dimensión tanto jurídica como política. Igualmente, la realización de la democracia en el terreno de la realidad sólo es factible cuando hay condiciones robustas para la materialización de la libertad de expresión, teniendo en cuenta que los derechos político electorales del ciudadano tienen en este tipo de libertad a una de sus circunstancias de posibilidad.”¹⁴⁸

Queda manifiesto que la libertad de expresión va más allá de la simple expresión de ideas por un individuo, sino que tiene un campo de acción en una sociedad que converge en la manifestación de ese derecho y en el de tener acceso a la manifestación de las ideas a través del ejercicio de la libertad de expresión que no se estanca sólo en la consecución de un derecho, sino que trasciende también a la vida política de una sociedad; a través de sus contenidos programáticos las radioemisoras son responsables de transmitir contenidos que reflejen el pluralismo ideológico, político, social y cultural.

El jurista Arroyo Cisneros, después de hacer un análisis y recorrido por argumentos filosóficos que fundamentan la libertad de expresión, señala que la libertad de expresión protege la comunicación o transmisión de un mensaje; prosigue con el estudio del criterio de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en diversos casos al respecto; de esta se derivan algunas conclusiones y en lo que nos atañe indica lo siguiente:

“Tercera. - A pesar de que la pauta convencional y la jurisprudencia interamericana identifiquen libertad de expresión y libertad de pensamiento, en los hechos de trata de

¹⁴⁸ ARROYO CISNEROS, Edgar Alán, Criterios recientes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en materia de libertad de pensamiento y expresión, *Lex & Jurisprudenciae*, editorial Universidad Juárez del Estado de Durango, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas, División de Estudios de Posgrado e Investigación, número seis, enero junio 2016, pág. 6

dos derechos fundamentales distintos, pues el primero de ellos se asocia más bien con los derechos político-electorales del ciudadano -si bien es cierto que tiene otras manifestaciones en la esfera pública- y el segundo con la libertad de convicciones éticas, conciencia y religión.”¹⁴⁹

En materia de radiodifusión la manifestación de las ideas a través de la libertad de expresión no hace una distinción acuciosa sobre la distinción de estos dos derechos; sino que es empleado indistintamente; sin embargo, considero que no hay duda que los contenidos programáticos de las estaciones influyen en la vida política de una sociedad y a ser formadores de opinión pública -desinformada o informada-, a través de contenidos que cumplan con los lineamientos constitucionales y los señalados por la ley reglamentaria de la materia.

2.3 Otorgamiento de concesiones

El artículo 27 constitucional juega un papel fundamental en lo referente al otorgamiento de las concesiones, pues en su párrafo sexto deja asentado quien será el que otorgará las concesiones en materia de radiodifusión y Telecomunicaciones:

Artículo 27. La propiedad de las tierras y aguas comprendidas dentro de los límites del territorio nacional, corresponde originariamente a la Nación, la cual ha tenido y tiene el derecho de transmitir el dominio de ellas a los particulares, constituyendo la propiedad privada.

...

...

...

...

En los casos a que se refieren los dos párrafos anteriores, el dominio de la Nación es inalienable e imprescriptible y la explotación, el uso o el aprovechamiento de los recursos de que se trata, por los particulares o por sociedades constituidas conforme a las leyes mexicanas, no podrá realizarse sino mediante concesiones, otorgadas por el Ejecutivo Federal, de acuerdo con las reglas y condiciones que establezcan las leyes, salvo en radiodifusión y telecomunicaciones, que serán otorgadas por el Instituto Federal de Telecomunicaciones. ...

El Instituto Federal de Telecomunicaciones, un órgano constitucional autónomo es el que tiene la facultad de otorgar las concesiones en materia de

¹⁴⁹ *Íbidem*, pág. 12

telecomunicaciones y radiodifusión; esta facultad ya no pertenece al Ejecutivo Federal, como está indicado en el precepto legal que precede en los párrafos citados, y la forma para obtener la concesión única en radiodifusión se indica en la normatividad vigente en materia de telecomunicaciones y radiodifusión como ya ha sido analizada el capítulo anterior.

2.4 Instituto Federal de Telecomunicaciones

El artículo 28 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, pues en ella se tocan dos aspectos importantes en nuestra investigación: primero la prohibición expresa de los monopolios en nuestro país y aquí queda explícitamente indicada la figura del órgano desconcentrado y autonomía que es el Instituto Federal de Telecomunicaciones que hemos citado con anterioridad y que en el artículo en mención señala cuáles son sus funciones en materia de telecomunicaciones y radiodifusión.

Para el objeto de nuestro estudio consideraremos lo señalado en este precepto legal en sus párrafos 1º, 11 y del 15 al 20:

Artículo 28. En los Estados Unidos Mexicanos quedan prohibidos los monopolios, la (sic DOF 03-02- 1983) prácticas monopólicas, los estancos y las exenciones de impuestos en los términos y condiciones que fijan las leyes. El mismo tratamiento se dará a ls (sic DOF 03-02-1983) prohibiciones a título de protección a la industria.

...
...
...
...
...
...
...
...
...
...

El Estado, sujetándose a las leyes, podrá en casos de interés general, concesionar la prestación de servicios públicos o la explotación, uso y aprovechamiento de bienes de dominio de la Federación, salvo las excepciones que las mismas prevengan. Las leyes fijarán las modalidades y condiciones que aseguren la eficacia de la prestación de los

servicios y la utilización social de los bienes, y evitarán fenómenos de concentración que contraríen el interés público.

...

...

...

El Instituto Federal de Telecomunicaciones es un órgano autónomo, con personalidad jurídica y patrimonio propio, que tiene por objeto el desarrollo eficiente de la radiodifusión y las telecomunicaciones, conforme a lo dispuesto en esta Constitución y en los términos que fijen las leyes. Para tal efecto, tendrá a su cargo la regulación, promoción y supervisión del uso, aprovechamiento y explotación del espectro radioeléctrico, las redes y la prestación de los servicios de radiodifusión y telecomunicaciones, así como del acceso a infraestructura activa, pasiva y otros insumos esenciales, garantizando lo establecido en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones será también la autoridad en materia de competencia económica de los sectores de radiodifusión y telecomunicaciones, por lo que en éstos ejercerá en forma exclusiva las facultades que este artículo y las leyes establecen para la Comisión Federal de Competencia Económica y regulará de forma asimétrica a los participantes en estos mercados con el objeto de eliminar eficazmente las barreras a la competencia y la libre concurrencia; impondrá límites a la concentración nacional y regional de frecuencias, al concesionamiento y a la propiedad cruzada que controle varios medios de comunicación que sean concesionarios de radiodifusión y telecomunicaciones que sirvan a un mismo mercado o zona de cobertura geográfica, y ordenará la desincorporación de activos, derechos o partes necesarias para asegurar el cumplimiento de estos límites, garantizando lo dispuesto en los artículos 6o. y 7o. de esta Constitución.

Corresponde al Instituto, el otorgamiento, la revocación, así como la autorización de cesiones o cambios de control accionario, titularidad u operación de sociedades relacionadas con concesiones en materia de radiodifusión y telecomunicaciones. El Instituto notificará al Secretario del ramo previo a su determinación, quien podrá emitir una opinión técnica. Las concesiones podrán ser para uso comercial, público, privado y social que incluyen las comunitarias y las indígenas, las que se sujetarán, de acuerdo con sus fines, a los principios establecidos en los artículos 2o., 3o., 6o. y 7o. de esta Constitución. El Instituto fijará el monto de las contraprestaciones por el otorgamiento de las concesiones, así como por la autorización de servicios vinculados a éstas, previa opinión de la autoridad hacendaria. Las opiniones a que se refiere este párrafo no serán vinculantes y deberán emitirse en un plazo no mayor de treinta días; transcurrido dicho plazo sin que se emitan las opiniones, el Instituto continuará los trámites correspondientes.

Las concesiones del espectro radioeléctrico serán otorgadas mediante licitación pública, a fin de asegurar la máxima concurrencia, previniendo fenómenos de concentración que contraríen el interés público y asegurando el menor precio de los servicios al usuario final; en ningún caso el factor determinante para definir al ganador de la licitación será meramente económico. Las concesiones para uso público y social serán sin fines de lucro y se otorgarán bajo el mecanismo de asignación directa conforme a lo previsto por la ley y en condiciones que garanticen la transparencia del procedimiento. El Instituto Federal de Telecomunicaciones llevará un registro público de concesiones. La ley establecerá un esquema efectivo de sanciones que señale como causal de revocación del título de concesión, entre otras, el incumplimiento de las resoluciones que hayan quedado firmes en casos de conductas vinculadas con prácticas monopólicas. En la revocación de las concesiones, el Instituto dará aviso

previo al Ejecutivo Federal a fin de que éste ejerza, en su caso, las atribuciones necesarias que garanticen la continuidad en la prestación del servicio.

El Instituto Federal de Telecomunicaciones garantizará que el Gobierno Federal cuente con las concesiones necesarias para el ejercicio de sus funciones.

La Comisión Federal de Competencia Económica y el Instituto Federal de Telecomunicaciones, serán independientes en sus decisiones y funcionamiento, profesionales en su desempeño e imparciales en sus actuaciones, y se regirán conforme a lo siguiente:

En estos párrafos citados del artículo 28 constitucional se determina que quedan prohibidos los monopolios, es decir el acaparamiento o explotación en forma exclusiva de algún bien, servicio o actividad, sin embargo, en su párrafo 11 indica que el Estado podrá concesionar en caso de interés general la prestación de servicios públicos (que es lo que nos ocupa en el caso de la radiodifusión), que estas se darán conforme lo indique la ley fijando los lineamientos necesarios para que dichos servicios se den con eficacia y evitando la concentración de los mismos.

Es decir, que se permite la concesión de los servicios públicos de interés general y en el caso concreto de la radiodifusión, el artículo en estudio nos señala en sus párrafos del 15 al 20 lo referente al Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) quien es el facultado para hacerlo.

Como ya ha quedado asentado en los párrafos y artículo en mención, el IFT es el que órgano autónomo y desconcentrado, quien será el único encargado en ejercer en forma exclusiva todo lo referente a telecomunicaciones y radiodifusión; el Instituto será responsable de que el servicio de radiodifusión se brinde de forma tal que se cumpla los derechos consagrados en el artículo 6º y 7º constitucionales.

Todo lo anterior conforme a las facultades que este artículo 28 constitucional le otorga, así como lo señalado en la misma Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión lo indica de forma más específica.

Las facultades, funciones, estructura y demás aspectos relativos al IFT, es materia de un estudio más a profundidad de otro tema de investigación; pero en lo que respecta a nuestro estudio, en relación a la función social que debe cumplir la radiodifusión; este órgano facultado para regir todos los aspectos de este servicio público, desempeña el papel fundamental del Estado responsable no solo de

regular, supervisar, dar las facilidades para que se acceda a la infraestructura necesaria para brindar el servicio de interés general, sino también de vigilar que una vez que se otorgue la concesión única de radiodifusión, este se haga conforme lo indica la normatividad de la materia, en la cual se contemplan los aspectos de sus contenidos programáticos además de indicar cuales son los derechos de las audiencias.

Estos dos últimos puntos van encaminados a lograr, como ya lo hemos mencionado, los derechos comprendidos en los artículos 6º y 7º Constitucionales, garantes de la libre manifestación de las ideas, la libertad de expresión y el acceso a la información.

En razón de lo anterior, es que resulta de vital importancia que el Instituto goce de autonomía tanto en sus decisiones, económicamente y que se un órgano desconcentrado libre de poder resolver conforme lo indica la constitución y la ley reglamentaria de la materia.

Actualmente y lo digo por experiencia propia, las radiodifusoras tienen muy presente la vigilancia que ejerce el IFT en las cuestiones técnicas que revisan a través de inspecciones al azar y que son sorpresivas; por ejemplo la frecuencia, que la antena esté en condiciones de transmitir, que no invada otras señales, que se tenga el equipo necesario y requerido técnicamente para sacar la señal al aire, etc., sin embargo no hay una preocupación por que lleguen a revisar los contenidos programáticos, que sean conforme lo indica la normatividad que ya hemos estudiado.

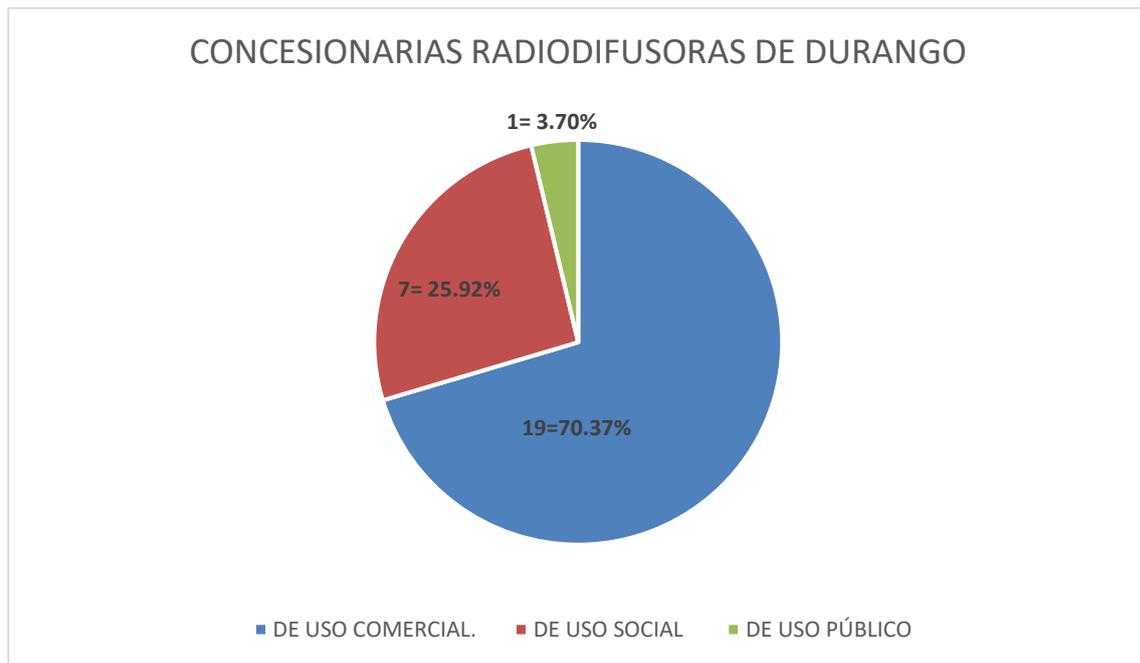
Así que aún falta mucho por hacer en esta área, aun y cuando la normatividad lo indica, hay estaciones radiofónicas que son omisas en proyectar en sus contenidos programáticos lo que se indica en la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.

Si hay avances al establecer nuestra propia Constitución que habrá un Consejo Ciudadano responsable de vigilar que haya libertad de expresión y autonomía editorial, así como el ombudsman defensor de las audiencias encargado de vigilar que se respeten los derechos de estas.

La función social de la radiodifusión

Estas dos figuras también contribuyen a que se pueda lograr la función social de la radiodifusión a través de sus contenidos programáticos y por ende contribuir a que se consumen los derechos consagrados en los artículos 6º y 7º constitucionales.

No obstante, considero que la Ley vigente de la materia debe ser específica en determinar a qué se refiere con la función social para no dejar a discreción de las concesionarias únicas en radiodifusión el determinar cuál es esta, para evitar un cumplimiento a conveniencia de las mismas.



CONCLUSIONES

PRIMERA: La reforma en materia de telecomunicaciones y radiodifusión trajo consigo una serie de cambios importantes, como el otorgamiento de una concesión única en materia de telecomunicaciones para el servicio público de radiodifusión; con anterioridad la Ley Federal de Radio y Televisión señalaba los requisitos técnicos, económicos entre otros para otorgar ya fuera la concesión o el permiso, y en ambos casos se indicaba que para su otorgamiento se consideraría la función social que indicaba en el artículo 5º de la ley abrogada, el cual no daba margen de error, pues señalaba a que se refería esta.

La vigente Ley Federal en Materia de Telecomunicaciones y Radiodifusión, sólo menciona textualmente la función social en su artículo 90, fracción II señala que para el otorgamiento de la concesión única para el servicio público de radiodifusión en caso de uso público y social se tomará en cuenta que contribuya a la función social; en lo que respecta a las de uso comercial y privada el artículo 78 referente al otorgamiento de la concesión, su fracción II señala que aparte de tomar en cuenta los incisos a), b), d), e) y f) de la fracción I del mismo precepto legal, que adicionalmente deberá considerarse el proyecto de programación que sea consistente con los fines para los que la solicita, que incluya y promueva la difusión de contenidos nacionales, regionales, locales y cumplir las disposiciones aplicables; no señala o indica que estos sean enfocados a cumplir la función social.

SEGUNDA: Como la misma Carta Magna y la Ley reglamentaria de la materia lo señalan, la radiodifusión es un servicio público de interés general; este no es otra cosa más que la necesidad de la colectividad de que satisfagan sus derechos consagrados en los numerales 6º y 7º Constitucionales referentes a la libertad de expresión, la libre manifestación de las ideas y el acceso a la información; estos derechos podrán cumplimentarse, en el caso que nos ocupa, si las radioemisoras cumplen su función social a través de sus contenidos programáticos, su alcance y cobertura.

Conforme al artículo 6º Constitucional apartado B, fracciones III y V, el servicio de Radiodifusión debe prestarse en términos de competencia y calidad y brindar beneficios de cultura a la toda la población, preservando la pluralidad y la veracidad de la información, así como el fomento de los valores de la identidad

nacional, contribuyendo a los fines establecidos en el artículo 3o. de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos; además se debe asegurar el acceso al mayor número de personas a este servicio, así como a contenidos además de que promuevan la integración nacional, la formación educativa, cultural y cívica, la igualdad entre mujeres y hombres, la difusión de información imparcial, objetiva, oportuna y veraz del acontecer nacional e internacional, y dar espacio a las obras de producción independiente, así como a la expresión de la diversidad y pluralidad de ideas y opiniones que fortalezcan la vida democrática de la sociedad. El Estado es el responsable de vigilar y garantizar lo signado en la carta Magna y la misma Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión, esto lo hace a través de un órgano desconcentrado con autonomía, personalidad jurídica y patrimonio propio, como es el Instituto Federal de Telecomunicaciones.

TERCERA: A través del articulado de la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión podemos encontrar lo que debe propiciar la programación que se difunda a través de la radiodifusión, como el deber de contribuir al desarrollo armónico e integral de los menores de edad, así como a los objetivos educativos que marca el artículo 3º constitucional, también lo que deben incluir en su programación diaria, a efecto de satisfacer los derechos de las audiencias; en este orden de ideas, la programación que se transmita diariamente a través de las señales de las radioemisoras debe estar integrada por producciones radiofónicas de diversa índole, con contenidos que deben cumplir la función social del servicio público de la radiodifusión.

PROPUESTAS

PRIMERA: Considero necesario que la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión sea clara en lo referente a la función social del servicio de radiodifusión en cuanto al otorgamiento de la concesión única sin hacer distinción si es para uso comercial, público o social; pues finalmente el servicio de

radiodifusión como la misma ley en mención lo indica, es un servicio público de interés general, que va encaminado a cumplimentar los derechos plasmados en el artículo 6º y 7º constitucionales, lo cual se logra a través de los contenidos programáticos, alcance y cobertura de las radioemisoras; en su defecto, al permanecer esta diferencia que el ordenamiento señala, debe especificar en qué medida o en qué porcentaje de su programación diaria deberá cumplir con su función social; evitando así la discrecionalidad de los concesionarios independientemente del uso que sea.

SEGUNDA: A pesar de que nuestra Constitución y la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión busca garantizar los derechos de las audiencias a través de la figura de la Defensoría de la Audiencias, se deja una brecha abierta en el artículo 259 de la Ley de la materia, al dar la posibilidad de que esta defensoría pueda ser del mismo concesionario, conjunta entre varios concesionarios, lo que lo haría juez y parte; por tal motivo se debe implementar un sistema de vigilancia que dependa directamente del Instituto Federal de Telecomunicaciones para que tal cómo revisa todas las cuestiones técnicas de las estaciones haga lo mismo en cuanto al cumplimiento de la función social que deben realizar las concesionarias del servicio de radiodifusión.

TERCERA: Es determinante que el servicio público de radiodifusión cumpla con la función social que esta tiene dentro del marco de la libertad de expresión y recepción de ideas e información; para lo que se requiere que se establezca claramente a que se refiere está en su articulado y que esta se cumple a través de los contenidos programáticos que la misma ley indica.

En virtud de lo anterior se debe adicionar el artículo 90 de la Ley Federal de Telecomunicaciones en su fracción II donde se indique a que se refiere la función social del servicio público de radiodifusión de la forma siguiente:

“II. Que su otorgamiento contribuya a la función social de los servicios

públicos de radiodifusión **a través de los contenidos programáticos de las radiodifusoras en términos de los artículos 223, 226, 231 y 256,** y al ejercicio de los derechos humanos de libertad de expresión, a la información y al libre acceso a las tecnologías de la información y comunicación;”

FUENTES DE INFORMACIÓN

Legislación:

- Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos.
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión.
- Ley Federal de Radio y Televisión (abrogada).

Bibliografía:

- ARCE, L., Eugenia, *Diccionario Enciclopédico Ilustrado del Magisterio. Referentes y Significados*, editorial Norma, S. A., Colombia 2000.
- BERMUDEZ FIGUEROA, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, editorial Alhambra Mexicana, México, 1996.
- BERLO, David K., *El proceso de la comunicación. Introducción a la teoría y a la práctica.*, vigésima reimpresión, editorial El Ateneo, Argentina, 1999.
- CAMACHO, Lidia, *La imagen radiofónica*, editorial McGraw-Hill, México, 1999.
- CARBONEL, Miguel, Coordinador Académico, Instituto de Investigaciones Jurídicas, *Enciclopedia Jurídica Mexicana*, tomo IV, editorial Porrúa, UNAM, segunda edición, México, 2004.
- DE ANDA y RAMOS, Francisco, *La radio. Un gigante dormido*, 3ª edición, Editorial Trillas, México, 2011.
- DE LA MOTA, Ignacio H., *Enciclopedia de la comunicación. Artes, ciencias, técnicas, tomo 1*, editorial Limusa, México, 1994.
- DE LA MOTA, Ignacio H., *Enciclopedia de la Comunicación, Artes, Ciencias, Técnicas, tomo 3*, editorial Noriega Editores, México, 1994
- DUMM, Raúl E., *Enciclopedia Jurídica OMEBA*, tomo III, Clau-Const, Editorial Driskill, Argentina, 1992.
- GONZÁLEZ ALONSO, Carlos, *Principios básicos de comunicación*, segunda reimpresión, México, 1992.
- GUINSBERG, Enrique, *Control de los medios, control del hombre. Medios masivos y formación psicosocial*, 3ª edición, editorial Plaza y Valdes, México, 2005.
- MCENTEE, Eileen, *Comunicación oral, para el liderazgo en el mundo moderno*, edición actualizada, editorial McWraw-Hill, México, 1996.

- MC LUHAN, Marshall, *la comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, editorial Diana, México, 1987.
- McQUAIL, Denise, *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*, editorial Amorrortu editores S.A., Buenos Aires, 1998.
- MENDIETA RAMÍREZ, Angélica (Coord.), CASTILLO DURÁN, Jorge L. (Coord.) y RODRÍGUEZ ESCOBEDO, Francisco J., *La Complejidad de la Comunicación Política: Actores y Escenarios*, editorial Montiel & Soriano Editores, México 2013.
- PALENCIA, Alonso, Víctor Samuel, *Durango, periodismo y comunicación, siglos XIX y XX*, editado por Gobierno del Estado de Durango, Durango, Dgo., México, 2013
- PIERRE, Albert André y TUDESQ, Jean, *Historia de la radio y la televisión*, Editorial Fondo de Cultura Económica, México, 1982.
- REYZÁBAL, María victoria, *la comunicación oral y su didáctica en la biblioteca para la actualización del maestro*, editorial Kyron, México, 2003.
- SÁNCHEZ, Carrasco Sergio, *Estéreo Tecnológico. Pioneros de FM de Durango*, AGLI editorial, Durango, Méx., 2015.
- SÁNCHEZ TABERNERO, Alfonso, *Los contenidos de los medios de comunicación. Calidad, rentabilidad y competencia*, editorial Deusto, España, 2008.
- SCHNEIDER, John, *Memorias de la 8ª Bienal Internacional de Radio. La radio digital: el reto y la oportunidad*, Impreso por Radio Educación, México, 2011.

Libros electrónicos:

- BARROS, Sergio y BARROS, Patricio, *Historia de los inventos. La radiotelefonía*, Disponible en <http://www.librosmaravillosos.com/inventos/capitulo11.html>
- BELTRÁN, S., Luis Ramiro, *Adiós Aristóteles: la comunicación "horizontal"*, disponible en http://www.alaic.net/portal/revista/r7/art_01.pdf

- Comisión Nacional de Comunicaciones, El Espectro Radioeléctrico, junio 1998. Citado por Shifer, Claudio y Porto, Ricardo en “*Telecomunicaciones. Marco Regulatorio*”. Universidad Católica Argentina. Buenos Aires Argentina. 2002. Disponible en [http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu es el espectro radioel ctrico.php](http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu%20es%20el%20espectro%20radioel%20ctrico.php)
- ESPINELLI, Eleonora, *Los modelos de comunicación*, disponible en http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/spinelli01.pdf
- FIGUEROA BERMÚDEZ, Romeo, *¡Qué onda con la radio!*, 2ª edición, editorial Alambra Mexicana, México, 1997.
- GARRIDO, Martha y PINTO, *Día Mundial de la Radio: impacto en América Latina*, publicado el 13 febrero 2012, Disponible en <http://www.rnw.nl/espanol/article/d%C3%ADa-mundial-de-la-radio-impacto-en-am%C3%A9rica-latina>
- GÓMEZ CANO, Gerardo, *¡Sintoniza el entretenimiento!*, Periódico El Siglo de Durango, 29 de septiembre, 2003, Disponible en <http://www.elsiglodedurango.com.mx/noticia/12800.sintoniza-el-entretimiento.html>
- GONZÁLEZ MARÍN, Silvia, *Prensa y Poder Político. La elección presidencial de 1940 en la prensa mexicana*, primera edición, editorial Siglo XXI, México, 2006, p. 106. Disponible en [http://books.google.com.mx/books?id=-QyL8KRWFCsC&pg=PA106&lpq=PA106&dq=Departamento+Aut%C3%B3nomo+de+Prensa+y+Publicidad+\(DAPP\).&source=bl&ots=RP6j3xupf3&sig=nCUzArAkqzG54a0nBrInkvkqz5M&hl=es&sa=X&ei=rs-GUI-rFNHciQLI9oHQDA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Departamento%20Aut%C3%B3nomo%20de%20Prensa%20y%20Publicidad%20\(DAPP\).&f=false](http://books.google.com.mx/books?id=-QyL8KRWFCsC&pg=PA106&lpq=PA106&dq=Departamento+Aut%C3%B3nomo+de+Prensa+y+Publicidad+(DAPP).&source=bl&ots=RP6j3xupf3&sig=nCUzArAkqzG54a0nBrInkvkqz5M&hl=es&sa=X&ei=rs-GUI-rFNHciQLI9oHQDA&ved=0CBwQ6AEwAA#v=onepage&q=Departamento%20Aut%C3%B3nomo%20de%20Prensa%20y%20Publicidad%20(DAPP).&f=false)
- PALENCIA ALONSO, Víctor Samuel, *Hojas de Vida. Historia de la UJED*, Publicado por la editorial UJED, Disponible en <http://radio.ujed.mx/index.php/historia-radio-ujed-1270-am?showall=&limitstart>

- PAREJO ALFONSO, Luciano, *Servicios públicos y servicios de interés general: la renovada actualidad de los primeros*, Biblioteca Jurídica Virtual del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, pág. 477, encontrar en <https://archivos.juridicas.unam.mx/www/bjv/libros/6/2544/20.pdf>, fecha de consulta 15 de abril de 2018.
- Pérez Rivera, Arnulfo, *La importancia de la comunicación humana*, Diario de Xalapa, 18 de abril de 2011, Disponible en <http://www.oem.com.mx/diariodexalapa/notas/s254.htm>
- RODRÍGUEZ ARANA, Jaime, *El interés general en el Derecho Administrativo: Notas Introductorias*, Asociación Internacional de Derecho Administrativo, encontrar en <https://revistas-colaboracion.juridicas.unam.mx/index.php/opera-prima-derecho-admin/article/viewFile/1485/1385>, fecha de consulta 29 de enero de 2018.
- S. KATZ, Chaim, A. Doria, Francisco y Costa, Lima, Luis, *Diccionario básico de comunicación*, 4ª edición, editorial Patria, México, 1989.
- SOLANO ARELLANO, Antonio, *La radio en Durango Historia de un medio de comunicación*, publicado por la Unión Nacional de Artesanos, marzo, 2011. Encontrar en <http://unionnacionaldeartesanos.blogspot.mx/2011/03/la-radio-en-durango-historia-de-un.html>.
- Subdirección De Documentación Legislativa y Archivo Histórico, Ley Federal de Radio y Televisión, Debate, 07/XII/59, 08/XII/59, 09/XII/59, P.15., citado por DÍAZ, Vanesa, *Antecedentes cronológicos de la Ley Federal de Radio y Televisión*, Disponible en <http://biblio.juridicas.unam.mx/libros/5/2444/5.pdf>

Revista:

- ARROYO CISNEROS, Edgar Alán, Criterios recientes de la Corte Interamericana de Derechos Humanos en materia de libertad de pensamiento y expresión, *Lex & Jurisprudenciae*, editorial Universidad Juárez del Estado de Durango, Facultad de Derecho y Ciencias Políticas,

División de Estudios de Posgrado e Investigación, número seis, enero junio 2016.

Páginas web:

- <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque1/pag2.html>
- http://www.upct.es/seeu/as/divulgacion_cyt_09/Libro_Historia_Ciencia/web/carrete_de_ruhmkorff.htm
- https://www.u-cursos.cl/ingenieria/2008/2/EM737/1/material_docente/bajar?id_material=188134
- http://rusopedia.rt.com/ciencia_y_tecnica/inventos/issue_205.html
- <http://ingeniatic.euitt.upm.es/index.php/personajes/item/210-branly-eugene-edouard-desire>
- <http://www.diccionariosdigitales.net/glosarios%20y%20vocabularios/ciencias%20de%20la%20comunicacion-2-radiodifusion.htm>,
- <http://lahistoriadelosmedios.wordpress.com/2010/07/24/las-primeras-emisoras-de-radio-i/>
- <http://earlyradiohistory.us/1912act.htm>
- <http://www.blawyer.org/2009/06/07/como-se-financia-la-television-publica/>
- <http://www.laquia2000.com/inglaterra/historia-de-la-bbc-british-broadcasting-corporation>
- <http://mediosfera.wordpress.com/2010/10/07/bbc/>
- <http://www.latinobarometro.org/latino/latinobarometro.jsp>
- <http://www.envio.org.ni/articulo/3681>

- <http://www.radiomexicana.mx/>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/carrillo_o_a/capitulo2.pdf
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/carrillo_o_a/capitulo2.pdf
- <http://memoriapoliticademexico.org/Efemerides/1/08011960.html>
- <http://www.e-radio.edu.mx/Nosotros>
- <https://www.e-radio.edu.mx/>
- http://www.radiounam.unam.mx/site/index.php?option=com_content&view=article&id=2:cronologia&catid=1:historia&Itemid=6
- <http://www.radiounam.unam.mx/site/mision-vision-memoria/>
- <http://www.radiounam.unam.mx/site/historia/>
- http://www.ift.org.mx/sites/default/files/contenidogeneral/industria/infraestructurafm28-04-15_1.pdf,
- <http://radioujedfm.blogspot.mx/p/mision-radio-universidad-es-la.html>
- <http://radioujedfm.blogspot.mx/p/mision-radio-universidad-es-la.html>
- <http://www.xhitd.net/xhitd/history>
- http://xhitd.com/?page_id=21
- http://xhitd.com/?page_id=21
- <http://xhunesfm.vir.mx/#/>
- <http://www.unes.edu.mx/#/nosotros>
- <http://definicion.de/comunicacion/>

- <http://lema.rae.es/drae/>
- <http://lema.rae.es/drae/>
- <http://definicion.de/radio/>
- <http://www.biografiasyvidas.com/biografia/l/lasswell.htm>
- <http://www.infoamerica.org/teoria/weaver1.htm>
- <http://www.infoamerica.org/teoria/schramm1.htm>
- http://www.alaic.net/portal/revista/r7/art_01.pdf
- http://www.redescolar.ilce.edu.mx/redescolar/act_permanentes/conciencia/fisica/astrologia/Marte/querrade.htm
- <http://www.ultra.com.mx/radio/index.php/seleccion/la-miscelanea/item/6371-cruelles-t%C3%A9cnicas-de-la-propaganda-nazi.html>
- <http://recursos.cnice.mec.es/media/radio/bloque2/pag1.html>
- <http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>
- <http://www.diccionariosdigitales.net/glosarios%20y%20vocabularios/ciencias%20de%20la%20comunicacion-2-radiodifusion.htm>
- <http://lema.rae.es/drae/>
- http://www.observatel.org/telecomunicaciones/Qu_es_el_espectro_radioelctrico.php
- <http://lema.rae.es/drae/>
- http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lde/diaz_h_m/capitulo2.pdf

- <http://etzakutarakua.colmich.edu.mx/transparencia/14MarcoNormativo/pdf/ley%20federal%20de%20las%20entidades%20paraestatales.pdf>
- http://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013
- <http://dle.rae.es/?id=XhXvJqs>
- <http://www.significadolegal.com/2011/04/que-significa-do-ut-des.html>
- <http://dle.rae.es/?id=IbQKTYT>
- <http://dle.rae.es/?id=YBny63i>

- <https://www.definicionabc.com/general/funcion.php>
- <https://www.definicionabc.com/social/social.php>
- <https://universojus.com/definicion/función-social>
- <http://www.ohchr.org/SP/ProfessionalInterest/Pages/CRC.aspx>

Entrevistas:

Serrano Jiménez, Iván Alejandro, Jefe de Programación y Continuidad de Radio UniversidadXHHD-FM 100.5 MHz., comunicación personal, noviembre 2017.

Sortillón Tena, Ulpiano Ricardo, Director Operativo Lobos XHUAD-FM 94.1 MHz., comunicación telefónica, noviembre 2017.

Luján Pulido, Carlos, Director de España FM XHUNES F.M. 92.9 MHz., comunicación telefónica, noviembre 2017.