

medios

No. 33

31 de agosto de 1972

RADIO

TENDENCIA A LA MONOPOLIZACION

En el boletín anterior referimos las implicaciones económicas del manejo actual de la radio y la televisión en el país y señalamos sus efectos deformadores que, en esta ocasión, al analizar la estructura de la radio, quedan más claramente evidenciados en una definida tendencia a la monopolización.

Actualmente operan en el país 595 radiodifusoras, entre las que se encuentran 63 de frecuencia modulada y 25 de tipo cultural, con una inversión total de más de 500 millones de pesos.

54 de dichas radiodifusoras, un poco menos del 10%, operan en el Distrito Federal, mientras que un 25% funcionan en la frontera con los Estados Unidos, en un 30% patrocinadas por anunciantes norteamericanos, que de este modo imponen a la población fronteriza la adquisición de productos extranjeros y colaboran en la fuga de divisas del país.

Se calcula que la totalidad de las estaciones comerciales obtienen ingresos en promedio de más de 500 millones de pesos al año, es decir, anualmente perciben el equivalente al total de su capital invertido.

Cerca de 25 instituciones agrupan prácticamente la mayoría de dichas radiodifusoras, de las cuales 14 de aquellas son poseedoras de varias o de la totalidad de las concesiones que engloban y el resto, o sea unas 11, realizan funciones de representación publicitaria.

Entre las más importantes, aun cuando no por el número de estaciones que conjunta si no por la potencia de su transmisión y por lo tanto de penetración, ocupa el primer lugar el grupo integrado por Emilio Azcárraga y Rómulo O'Farril, los que a través de Cadena Radiodifusora Mexicana, S.A. y Radio Mexicana del Centro, manejan respectivamente la XEW con 6 re-

petidoras, una de ellas en frecuencia modulada; la XEQ y la XEX, ésta última con 7 retransmisoras y una estación de frecuencia modulada.

Por orden de importancia, ya en cuanto al número de estaciones que controlan en el país, está Radio Cadena Nacional que agrupa 85 estaciones, 47 de las cuales son propiedad de su gerente general, Rafael Cutberto Navarro, y Red Radio Programas de México, S.A., con Clemente Serna Martínez al frente, quien posee 39 de las 82 estaciones afiliadas a la División de Radio Programas de México, S.A. Ambas organizaciones recientemente se han unificado en una organización más denominada Promo-Radio, S. de R. L., que cuenta con más de 130 emisoras, localizadas en los 74 principales mercados del país.

A continuación se encuentra Corporación Mexicana de Radiodifusión, S.A., de la que son directores Emilio Nassar Jr. y Enrique Bernal Servín, y que cuenta con 30 estaciones, y la Sociedad Mexicana de Radio, S.A. (SOMER), con 39 estaciones, manejada por Edilberto Huesca, asociado con Jesús D. González, concesionario de 3 de ellas y quien maneja un canal de televisión en la ciudad de Monterrey a nombre de los Garza Lagüera de la Cervecería (Moctezuma.) *Cuauhtémoc*

Les siguen el Sistema Radiofónico del Golfo, S.A., con 24 estaciones, del que es presidente Guillermo Núñez Keith; el Grupo ACTR, S.A., del que es director general Francisco Ibarra, que controla 23 estaciones, 3 de ellas de frecuencia modulada; Emisoras Incorporadas Mexicanas, S.A., con 19 estaciones y dirigida por Antonio Gómez Obregón y constituida con capitales de Monterrey; Radiofónica de México, S.A., que maneja 16 estaciones, 5 de ellas concesionadas a su presidente Carlos Ferrás Matos; Stereo Roy, de Joaquín Vargas, que cuenta con 9 estaciones de frecuencia modulada en varias partes del país; Fórmula RM, de la que es director el licenciado Guillermo Salas y que cuenta con 7 estaciones en el Distrito Federal, 2 de ellas en frecuencia modulada; la Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A., con 6 estaciones en el Distrito Federal, cuyo gerente general es Pedro Mendizabal C. y, finalmente, Organización Radio Centro, de Francisco Aguirre, con 5 estaciones en el Distrito Federal.

De lo anterior se desprende que 14 personas controlan 361 de las 595 radiodifusoras, es decir, que si se excluyen las 25 de tipo cultural, conjuntan el 63% de las emisoras que operan en el país, mientras que las restantes 209 están agrupadas en su inmensa mayoría por las 11 instituciones de representación publicitaria que, como es de suponerse, no dejan de tener influencia en el manejo de las concesiones.

Pero lo que da la pauta del acelerado proceso de monopolización de la radio, es el hecho de que en el año de 1968 este mismo grupo de 14 personas, con 479 estaciones existentes, menos 24 culturales, controlaban tan sólo el 39% de las estaciones comerciales que funcionaban en el país.

PRENSA

EL CORRECTO SENTIDO DE LA INFORMACION

"Podemos considerar hoy como bien informado a quien está ~~conciente~~ del actual nivel de su orientación en la realidad que lo circunda, a quien en determinada realidad no se siente extraviado porque sabe -ya que tiene suficiente orientación general- a dónde tiene que recurrir en el caso de que necesite ampliar sus conocimientos en determinado campo.

Se trata pues, del conocimiento de las fuentes, los métodos y la técnica de adquirir la información requerida y de la seguridad de su accesibilidad práctica.

Si tomamos la información desde el punto de vista de su uso, de su provecho, es posible decir, que el hombre actual debe estar informado en una medida suficiente como para que pueda dirigir conscientemente su conducta y su propia actividad. En este sentido la demanda es determinada individualmente, pero debe estar en relación con la oferta de informaciones dadas por la sociedad. (Tomando en cuenta las necesidades presentes y futuras de los individuos y del medio).

Con el desarrollo de las ciencias humanas, nos damos cuenta de lo limitado de nuestras posibilidades de recepción y cambios de sentido usados en las informaciones dirigidas a nosotros. No se trata únicamente de la cantidad. Durante la creciente y premeditada complicación de los fenómenos y procesos podría parecerle al destinatario que se vería amenazado por el enajenamiento de la realidad.