

Relevancia de las radios universitarias en México: radiografía de un uso pendiente

Relevance of college radios in Mexico: radiography of a pending use

Alejandro Cárdenas López*
Universidad Iberoamericana
Prolongación Paseo de Reforma 880, Lomas de Santa Fe,
C.P. 01219, Ciudad de México, México

alejandro.cardenas@ibero.mx
<https://orcid.org/0000-0001-5114-8249>

José Enrique Anzures Becerril**
Instituto Politécnico Nacional
Belisario Domínguez No. 22 Col. Centro Histórico,
C.P. 06000, Ciudad de México, México

janzures@ipn.mx
<https://orcid.org/0009-0009-7249-9203>

Editor: Alberto Ruiz-Méndez

<https://doi.org/10.36105/stx.2025n15.08>

Fecha de recepción: 18 de febrero de 2025

Fecha de aceptación: 16 de mayo de 2025

RESUMEN

Las radios universitarias se han posicionado en el ecosistema mediático del país en los últimos 30 años como un gremio con impacto mediático y formativo. Por lo anterior, este texto identifica y analiza 109 radios universitarias en México con diversos modelos y perfiles

* Es coordinador de la maestría en cine y académico de tiempo completo de la Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Es también doctor en comunicación por la misma casa de estudios. Es maestro en periodismo internacional por la Universidad de Cardiff en Reino Unido. Sus temas de investigación son medios públicos, digitales, comunicación política e inteligencia artificial. También ha estudiado el cine desde la perspectiva educativa y los festivales musicales desde las políticas públicas de comunicación, estudios culturales y el arte. Como periodista audiovisual ha trabajado y colaborado en medios nacionales como El Universal, Proceso, Aristegui Noticias y locales como Noticieros Grem y fue director de la estación de radio Ibero 90.9.

** José Enrique Anzures Becerril. Es director de la estación de radiodifusión del Instituto Politécnico Nacional. Es licenciado en Ciencias de la Comunicación y Maestro en Administración Pública por la Universidad del Valle de México. Actualmente es doctorante en investigación en comunicación en la Universidad Anáhuac México.

CÓMO CITAR: Cárdenas López, A., Anzures Becerril, J. E. (2025). Relevancia de las radios universitarias en México: radiografía de un uso pendiente. *Sintaxis*, año 8, núm. 15, DOI: <https://doi.org/10.36105/stx.2025n15.08>



Esta obra está protegida bajo una Licencia Creative Commons Atribución-No Comercial 4.0 Internacional.

cuyo título de concesión es público o social, además de medios en línea. Se debate sobre su fundamento social y técnico en diversos momentos de su historia y se argumenta la pertinencia de que, cuando se trate de medios radiodifundidos, sean reconocidas mediante un tipo de uso a la medida por la legislación nacional.

Palabras clave: radios universitarias, medios públicos, radios en línea, ecología mediática.

ABSTRACT

University radio stations have positioned themselves in the country's media ecosystem in the last 30 years as a union with media and educational impact. Therefore, this text identifies and analyzes 109 university radio stations in Mexico with various models and profiles whose concession title is public or social, in addition to online media. The social and technical foundation is debated at various times in its history and the relevance of, when it comes to broadcast media, being recognized through a type of use tailored to national legislation, is argued.

Keywords: college radios, public media, online radios, media ecology.

Las radios universitarias en México han mostrado un crecimiento y visibilidad en los últimos años a través de intereses solidarios grupales e institucionales. Son en su mayoría concesiones de uso público y de uso social, y medios de *streaming* sonoro en línea con las actividades de instituciones de educación superior cuyos orígenes datan de la década de los 30 del siglo pasado y que en los últimos 30 años han comenzado a perfilarse en el ecosistema mediático. Este grupo de radios no tiene un tipo de uso definido específicamente por el Instituto Federal de Telecomunicaciones (IFT) ni por la legislación vigente debido a la disparidad de su naturaleza jurídica. Hasta septiembre de 2023 dicha instancia identifica cinco usos: a) comercial, b) público, c) social, d) social comunitaria y e) social indígena. De los anteriores el tipo de uso comercial implica fines de lucro y es para estaciones de radio de empresas privadas; las radios de uso social se encuentran relacionadas con propósitos educativos, científicos y culturales propios de instituciones universitarias u organizaciones de la sociedad civil; el uso público se refiere a los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, pero también estados y municipios, además de órganos constitucionales autónomos y las instituciones de educación superior de carácter público, de manera que aquí se ubican las universidades públicas que obtienen una concesión para prestar servicios de radiodifusión; para uso social comunitaria, se otorgan a organizaciones de la sociedad civil constituidas bajo los principios de participación ciudadana directa, convivencia social, equidad, igualdad de género y pluralidad; y las de uso social indígena, otorgan a los

pueblos y comunidades indígenas que promuevan el desarrollo y preservación de sus lenguas, su cultura, sus conocimientos y sus tradiciones (IFT, 2023).

Este texto realiza una identificación y análisis de 109 medios de comunicación en México, con diversos modelos y perfiles cuyo título de concesión es de uso público o social, además de órganos de comunicación en línea (por internet) que pertenecen a instituciones de educación superior y operan sin necesidad de obtener un título de concesión, pero con características necesarias para ser considerados como medios universitarios. Se analizará la relevancia y fundamento social y tecnológico en diversos momentos de su historia y se argumentará la pertinencia de que dichos proyectos sonoros, cuando se trate de medios radiodifundidos, sean reconocidos mediante un tipo de uso *ad hoc* por la legislación nacional, dado que son regidos en su mayoría por casas de estudio públicas, pero también privadas.

INTRODUCCIÓN

Las radios Universitarias han sido parte del ecosistema mediático del país desde la fundación en 1937 desde Radio UNAM y un año después con radio de la Universidad Autónoma de San Luis Potosí, Radio UASLP (Fernández Cueto Editores, 2013 y Uaslp.mx, S/F). Para 1954 se sumaron dos nuevas radios universitarias, entre ellas de la Universidad Veracruzana y la Universidad de Guanajuato (Ortiz, 1997), y en los sesentas surgieron las de universidades públicas como Sonora, Oaxaca y Yucatán. Después en los setenta en Sinaloa, Guadalajara, Michoacán, Durango, Baja California, Aguascalientes y Querétaro, entre otras (Romo, 1990).

Las radios universitarias han sido objeto de estudio principalmente desde su naturaleza educativa y por el tipo de contenidos que difunden, pero en esta ocasión se analizará poco se conoce sobre su magnitud e impacto como medios, su forma de organizarse y su presencia evolutiva en mapa de la radio en el país. El primer modelo consistía en extender a toda la sociedad la cultura institucional en los mismos formatos usados en las aulas y las salas de concierto (Berlín, 1988). La radio en FM se comenzaba a consolidar y eso generó que progresivamente las estaciones universitarias iniciaran transmisiones en AM o en FM. Técnicamente, la aplicación del estéreo desde 1966 fue cada vez mayor el número de radiodifusoras que utilizaron el disco compacto y la cinta de audio digital (Sosa Plata, 2016).

Entre los años 1961 y 1982 se fundaron la mayoría de las estaciones que, hasta inicios del nuevo siglo, formaban la radio universitaria mexicana (Berlín, 1988). Por ejemplo, en 1982 la Benemérita Universidad Autónoma de Puebla (BUAP) definía la importancia de las radios universitarias como emisoras que combatían, en los hechos, la concentración monopólica de la información y de la cultura y abrían cauces a la expresión de opiniones de las mayorías que no tenían la oportunidad de hacer oír su voz (De Quevedo Orozco, 2004).

Además de la televisión, se identifican estaciones históricas de corte cultural y educativo que han sido aliadas permanentes de las radios universitarias, como Radio Educación, la más antigua de las estaciones culturales, y en la década de los 80 con el Instituto Mexicano de la Radio. Es importante destacar que a lo largo de los años la radio comercial y pública permitida no adolecía de contenido educativo ni cultural, pero era poco dado que el mercado enfocado al entretenimiento, la música popular y comercial (Prieto, 2008). Las radios comunitarias en México se consideraban como el “tercer sector” en referencia a la composición que prevalece en la actualidad en el panorama de los medios electrónicos:

Está el sector de los medios comerciales con fines de lucro, el sector de los medios públicos o de Estado, que pertenecen a instituciones gubernamentales y el sector social de los medios comunitarios o ciudadanos, que ha tenido su mayor crecimiento e impulso en América Latina, especialmente en el sur del continente donde surgen a consecuencia de las dictaduras militares que hicieron estragos (Calleja y Solís, 2007).

Esa definición de “tercer sector” se relacionaba con el tamaño en términos de cobertura, potencia y cantidad:

Existe la tendencia a pensar que lo comunitario se relaciona con el tamaño en términos de potencia o cobertura, o a su restricción a un área geográfica limitada, por ello cuando se hace referencia a la radio comunitaria se tiende a pensar como sinónimo de radios pequeñas, de baja potencia, recluidas en algún lugar perdido de un pueblo, de quién sabe dónde (Calleja y Solís, 2007).

Además, no fue sino hasta la década de los 90 en México que las radios comunitarias comenzaron a operar parcialmente sin restricciones ni represión, tras una etapa de persecución y cierre de emisoras por parte del gobierno federal y derivado del reconocimiento como medios ciudadanos, aunque no necesariamente reflejado en la legislación de la época (Calleja y Solís, 2007).

Desde la década de los 70s a inicios del nuevo siglo, la consolidación de las radios vinculadas a casas de estudio como un ecosistema mediático comenzó a perfilarse por el creciente número de estaciones en AM, FM y en línea, y por la necesidad de empezar a pensarse como un grupo autónomo. Para 2005, se habían ya otorgado un número no desdeñable de permisos de transmisión a otras instituciones de educación superior contándose 45 emisoras en la frecuencia de Frecuencia Modulada (FM) y 19 en la frecuencia de AM, para hacer un total de 64 emisoras que, de acuerdo con la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, cuentan con un permiso de transmisión. La presencia abarcaba 26 estados de la república, en 52 localidades diferentes y había varias universidades que contaban con frecuencias tanto en la banda de AM

como FM (Reyna, 2005). Sin embargo, este crecimiento de dichas estaciones ha generado que se tengan estaciones universitarias de diferentes tipos de usos, lo cual genera que estén asociadas por la parte formativa, pero disociadas por su naturaleza jurídica. Por ello, diversos autores no dudan en llamar a las radios universitarias con el concepto generalista consolidado con un añadido que promueve la divulgación científica. Para 2015 aún no existían experiencias de emisión exclusiva por podcast, sin embargo, identifican a las radios denominadas “productoras”, que realizan contenidos en algún espacio de la institución como departamentos de comunicación o laboratorios escolares y emitían sus programas a través de convenios o patrocinios con estaciones públicas o comerciales (Vázquez, Martín-Pena y Parejo, 2015).

MÉTODO

Para llevar a cabo la identificación del ecosistema mediático de las radiodifusoras universitarias, se utilizaron los registros del Instituto Federal de Telecomunicaciones, en el espacio de Datos Abiertos, Registro Público de Concesiones y Base de datos completa de concesiones, autorizaciones y permisos (IFT, 2023).

Para el caso de medios universitarios en línea se contemplaron radios que operen las 24 horas en transmisión vía internet, aplicaciones o plataformas los 365 días del año y que pertenezcan o tengan vínculos claros con una institución de educación superior.

MARCO CONTEXTUAL

Además de las opiniones planteadas en la introducción, para identificar intereses solidarios grupales e institucionales de las radios universitarias se tomaron como base los tres documentos del Sistema Nacional de Productoras y Radiodifusoras de las Instituciones de Educación Superior (SINPRIES), la Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR, 2021), los lineamientos del IFT en materia de otorgamiento de concesiones y la Red de Radio Universitarias de México (RRUM). Todos ellos incluyen la explicación de las instancias del gremio, su deber ser y descripciones amplias de los temas, tipos de contenidos y formas de divulgarlos a la población en general.

SINPRIES

En 1994 se configuró el SINPRIES con 42 emisoras participantes existentes, creado e impulsado por la Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior

(ANUIES) en cuyos objetivos destacaba: fortalecer la función social y ampliar la cobertura de la difusión y promoción de la cultura; propiciar que la difusión y divulgación de las tareas de cada institución; procurar el acceso a las nuevas tecnologías; y promover la capacitación (Reyna, 2005). Tras 23 años como la única agrupación de radios universitarias deja de existir, y en 2015 algunos de sus miembros más activos, con 22 radios afiliadas, forman la RRUM como una red autónoma (RRUM, S/F).

Reforma constitucional en materia de telecomunicaciones

En 2013, con la reforma constitucional en materia de telecomunicaciones de los artículos 6o., 7o., 27, 28, 73, 78, 94 y 105, se abandonó el modelo bajo el cual se otorgaban títulos habilitantes para prestar servicios de radiodifusión sin fines lucrativos conforme a la figura de “permiso” y se migró a un esquema general de concesiones por tipo de uso: comercial, pública y social, aunque el artículo 28 constitucional señala también concesiones de uso privado, sin embargo, éstas no resultan aplicables a las que se otorgan para prestar servicios de radiodifusión. Un cambio constitucional plasmado en el artículo 28 de gran relevancia para el modelo de radiodifusión en México que generó una nueva dinámica en los usos y asignaciones del espectro radioeléctrico para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión.

Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTR)

La reforma constitucional en materia de telecomunicaciones derivó en la creación de una ley secundaria que debía sustituir el modelo anterior y reconocer el nuevo modelo adoptado por la Constitución. De esta forma, el 14 de julio de 2014 se publicó la LFTR que abrogó, entre otras leyes, la Ley Federal de Radio y Televisión de 1960 que operaba bajo un esquema sumamente discrecional que dificultaba la pluralidad de medios.

En ese sentido, además de reproducir el nuevo esquema de concesionamiento ordenado por la Constitución, la LFTR (2021) detalló algunos aspectos clave en cuanto a los requisitos, alcances y obligaciones de las radiodifusoras no lucrativas, incluyendo las públicas y sociales que, a su vez, pueden ser de naturaleza universitaria. En ese sentido, vale la pena destacar que, bajo el nuevo marco jurídico, las concesiones de espectro radioeléctrico de uso social están asociadas a la prestación de servicios de telecomunicaciones o radiodifusión con propósitos culturales, científicos, educativos o a la comunidad, sin fines de lucro, es decir, relacionados con actividades generalmente universitarias, aunque no necesariamente sean exclusivas de estas instituciones, de acuerdo con el Artículo 76, fracción IV. De esta forma, una institución de

educación superior privada podrá obtener una concesión de uso social para prestar servicios de radiodifusión, para lo cual deberá acreditar sus propósitos educativos, culturales, científicos o comunitarios, mientras que una institución de educación superior pública podrá obtener una concesión para prestar servicios de radiodifusión, que en todo caso estará asociada al cumplimiento de sus fines. En ambos casos, la concesión se otorgará sin fines de lucro, aunque sus obligaciones y sus esquemas de financiamiento serán distintos.

Vale la pena destacar que para obtener una concesión de uso público, los interesados, incluyendo las instituciones de educación superior de carácter público, deben acreditar los mecanismos para asegurar la independencia editorial; autonomía de gestión financiera; garantías de participación ciudadana; reglas claras para la transparencia y rendición de cuentas; defensa de sus contenidos; opciones de financiamiento; pleno acceso a tecnologías y reglas para la expresión de diversidades ideológicas, étnicas y culturales, conforme al Artículo 86 de la LFTR. Este requisito no es aplicable a los solicitantes de concesiones de uso social.

En cuanto a los mecanismos de financiamiento, en los artículos 88 y 89 de la LFTR se muestran las diferencias. Por ejemplo, los medios públicos pueden obtener financiamiento de presupuesto público y deberán emitir comprobantes fiscales para donativos o aportaciones, además de que están habilitados para obtener patrocinios, mientras que los de uso social pueden recibir financiamiento de donativos en dinero o en especie, aportaciones y cuotas o cooperación de la comunidad a la que prestan servicio, pero no patrocinios. Ambas coinciden en venta de productos o contenidos propios previamente transmitidos y coinversión con dependencias públicas o medios sociales para la producción como vías de obtención de recursos (LFTR, 2021).

Lineamientos del IFT

En 2015 el IFT publicó los Lineamientos Generales para el otorgamiento de las concesiones a que se refiere el Título Cuarto de la LFTR, los cuales han sido modificados mediante acuerdos publicados en el Diario Oficial de la Federación el 26 de mayo de 2017, 13 de febrero de 2019 y 23 de abril de 2021. Dichos ajustes detallan la clasificación de las concesiones para prestar servicios de telecomunicaciones y radiodifusión, particularmente las de uso social a las que divide en: (i) uso social (*stricto sensu*); (ii) social comunitaria; y (iii) social indígena, conforme al artículo 2, fracción VII, de los Lineamientos Generales para el otorgamiento de las concesiones a que se refiere el Título Cuarto de la LFTR. Dicha norma contempla, entre otras instancias, a las instituciones de educación superior de carácter público, para usar y

aprovechar bandas de frecuencias del espectro radioeléctrico, para el cumplimiento de sus fines y atribuciones y, en este caso, se otorgará una concesión de uso público.

Red de radios universitarias

La RRUM fue fundada en 2015 con intereses comunes y de solidaridad entre diversos miembros del gremio, y su estatuto fundacional menciona que la producción y radiodifusión debe vincularse a sus funciones sustantivas, que se resumen en: docencia, investigación, difusión y extensión de la cultura; fortalecer la función de la radio universitaria; propiciar proyectos de cooperación institucional adherente; colaborar de manera asociada acorde con los cambios tecnológicos y sociales, y promover la capacitación y desarrollar vínculos con organismos nacionales e internacionales afines (RRUM, 2015).

Por lo anterior, las radios universitarias son fundamentales en el ecosistema científico, cultural e informativo de México, como medios masivos no lucrativos orientados a la difusión del conocimiento y la formación. Su misión se centra, además de educar e investigar, en divulgar y conectar con la comunidad universitaria y con la sociedad en general a través de las frecuencias en AM y FM, internet, medios digitales y eventos. Sus objetivos son el reconocimiento de voces relevantes socialmente que no cuentan con espacios para difundir sus ideas, el fortalecimiento de la identidad universitaria, la formación técnica de estudiantes y de una ciudadanía crítica e informada fomentando la pluralidad y diversidad. Para cumplir con su misión, las radios universitarias requieren coordinarse y apoyarse como gremio, no sólo para compartir contenido, sino para poder buscar generar políticas públicas, regulación y mejoras técnicas en un marco de cooperación que potencie la obtención de recursos y por ende la autonomía financiera. Es esencial que establezcan negociaciones con autoridades locales, estatales y federales, en especial legislativas, para facilitar el financiamiento y una figura legal que les permita promover la innovación tecnológica y promover un diálogo inclusivo y reflexivo dentro y fuera de sus comunidades.

RESULTADOS

Como se muestra en la Tabla 1, se identifican hasta septiembre de 2023 un total de 2 mil 446 estaciones de radio en el país, de las cuales son FM el 83.26% y AM el 16.74%. De esas, el tipo de uso, como se muestra en la siguiente tabla, son en su mayoría Comercial con 62% y 38% Pública, Social, Social Comunitaria y Social Indígena.

TABLA 1. ESTACIONES CONCESIONADAS POR TIPO DE USO A 2023

Servicio	Estaciones Concesionadas	Tipo de uso				
		Comercial	Pública	Social	Social Comunitaria	Social Indígena
AM	410	295	54	54	4	3
FM	2,036	1,219	300	300	187	30
Total:	2,446	1,514	354	354	191	33
Porcentaje	100%	62%	14.5%	14.5%	8%	1%

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA DE LOS AUTORES CON INFORMACIÓN A SEPTIEMBRE 2023 DEL SITIO WEB (IFT, 2023).

El hecho de que sean 62% el total de radios comerciales confirma la tesis reciente de académicos como Vidal (2021) que menciona que la concentración de dicho mercado es menos intensa de lo que se creía y de lo que habían reportado los estudios académicos durante varios años, pero ese porcentaje es alto en cuanto a criterios de la posesión de concesiones de estaciones radiodifusoras comerciales, como Radiorama, el consorcio más importante del país con asociación directa o indirectamente, con 187 estaciones dispersas en diversas entidades federativas del país. Un segundo caso es Grupo ACIR que posee 57 estaciones (Vidal, 2021). En cuanto a radios y medios universitarios, en la Tabla 2 se muestran los resultados.

TABLA 2. RADIOS UNIVERSITARIAS POR TIPO DE USO Y OTRAS

Tipo	Pública	Social	Otras	Total	Porcentaje
AM	9	0	N/A	9	8%
FM	67	19	N/A	85	78%
En línea	N/A	N/A	12	12	11%
Digitales HD	N/A	N/A	3	3	3%
			Total	109	100%

*Con o sin concesión, pero operando en AM, FM.

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA DE LOS AUTORES CON INFORMACIÓN A SEPTIEMBRE 2023, (IFT, 2023).

La tabla anterior muestra que son 95 estaciones de AM y FM universitarias, que significan el 4% del total de las estaciones concesionadas del país. De ese total, la mayoría son FM en un 78%, de los cuales 8% son AM, 11% en línea y 3% radio híbrida digital. Lo anterior, sumado a

los medios universitarios en línea y digitales, representan 109 estaciones. El total de radios universitarias públicas representa el 80% y las sociales un 20%, lo cual ha significado un incremento del último tipo de uso en años recientes.

Algunas radios de estaciones privadas como Radio UDEM en Monterrey, Ibero 90.9 en Ciudad de México y UAL en Torreón, se han acercado a un tipo de contenido de diversidad musical con influencias del *college radio* de Estados Unidos y Europa. Ibero 90.9, por ejemplo, entre sus factores de identidad, se asume como una radio de vocación pública, que entiende el discurso musical y los contenidos hablados como una propuesta integral hacia públicos heterogéneos y enfatiza en la exploración de la programación musical de diferentes géneros e idiomas, sobre todo sellos independientes (Cárdenas, 2020).

De la revisión técnica y el mapeo, las cuatro universidades públicas cuentan con múltiples concesiones en distintas partes de sus estados, Guadalajara, Hidalgo, Durango y Chihuahua, como se observa en la Tabla 3. Los medios universitarios en línea identificados ahora mismo son 12 y han alcanzado el número de estaciones de AM, pero sus características de origen son muy diferentes. Las primeras son en su mayoría de universidades privadas.

TABLA 3. MEDIOS UNIVERSITARIOS CON TRANSMISIÓN SONORA EN LÍNEA

#	Medios
1	Concepto Radial. ITESM Ciudad de México
2	Frecuencia CEM. ITESM Estado de México.
3	Ibero Radio Puebla.
4	Radio Anáhuac Puebla.
5	Radio Congeladora. ITESM Toluca.
6	Radio Ibero León.
7	Radio Ibero Tijuana.
8	Radio Ibero Torreón.
9	Radio UABCS. Baja California Sur.
10	Radio de la Universidad Panamericana.
11	Radio TUVCH en Chalco. (Ibero)
12	UVM Radio

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA. CONSULTA A MIEMBROS DE LA RRUM MÉXICO.

En cuanto a radios digitales o HD de corte universitario, se identifican en los últimos años cuatro: de las cuales una está operando con dos canales de Ibero 90.9 de la Universidad

Iberoamericana Ciudad de México, recientemente Radio IPN, otra que está en proceso de hacerlo es Radio UAEH de la Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo Tulancingo.¹ De acuerdo con Calderón-Adel (2017), algunos de los obstáculos para la estandarización del modelo son: que no se ha encontrado un modelo de negocio que dé retorno a la inversión para el proceso de conversión digital; la falta de receptores digitales y de socialización de la tecnología; la empresa propietaria del estándar es un obstáculo para su fabricación en serie y los altos costos de implementación y operación.

DISCUSIÓN

Las radios públicas universitarias tienen un título de concesión más cercano a la naturaleza y esencia de los medios públicos en general, la cual es parcialmente coincidente, pero con diferencias significativas en cuanto a sus propósitos. Quizás su única coincidencia es que son organismos del estado, federales o estatales reciben recursos públicos. Pero las concesiones de uso público fueron concebidas para entes públicos que no necesariamente están asociados a proyectos universitarios y a lo largo de los años se han vinculado más a los medios públicos por su naturaleza jurídica, más que por la función social o técnica. Por ejemplo, en la regulación no cuentan con asignaciones de naturaleza y función tan claras en términos de edificación, ciencia, o cultural, como sí las tienen las radios de uso social (*stricto sensu*).

Si se considera que el IFT ha detallado aspectos de la clasificación de las concesiones, sin contravenir el marco establecido a nivel constitucional y legal, a través de Lineamientos, entonces podemos concluir que el órgano regulador se encuentra en condiciones de realizar adecuaciones y dotar de identidad, vía lineamientos, a fin de crear dos nuevos “tipos de uso” o “sub-uso” llamados: pública universitaria y social universitaria. El cambio reconocería que la naturaleza de un ente público educativo es más cercana a una concesión social, en cuanto a sus contenidos, función y misión, e implica reconocer a las radios por su razón social, sus fines y los contenidos general, más que por la naturaleza jurídica de la persona titular de la concesión, aunque esto no implica que se elimine esa distinción, en el caso de las universidades públicas permanecerían sujetas al “uso público” establecido por la LFTR. Pero el nuevo tipo de uso permitiría utilizar los esquemas publicitarios de obtención de recursos de las radios públicas universitarias en los medios sociales.

En este tenor, se considera conveniente que en el Poder legislativo federal se analicen cambios al modelo de financiamiento para las radios universitarias en general, dado que los

¹ Información proporcionada por directivos de dichas estaciones vía telefónica.

medios públicos reciben presupuesto garantizado por sus congresos, federales y estatales, pero los privados universitarios no y, en ese sentido, dependen del interés de cada universidad, y esto puede contravenir el principio de continuidad en la prestación de servicios públicos de radiodifusión. Un modelo a la medida permitiría que cuenten con un presupuesto garantizado de sus propias instancias, pero además puedan obtener ingresos de otros mecanismos de financiamiento, incluyendo la posibilidad de comercializar espacios con límites claramente establecidos. En general, cualquier mecanismo de sustento económico que permita el desarrollo auto-sostenible de las radios y no vaya en detrimento de su naturaleza como medios no lucrativos. Son más de 60 años con un modelo que, inicialmente condenaba la existencia de las radios no lucrativas a la voluntad del gobernante en turno y, más recientemente, a pesar de un mayor reconocimiento jurídico, se adoptó un esquema rígido en materia de financiamiento que no favorece un interés mayor por parte de universidades públicas y privadas por contar con sus medios de comunicación, lo que limita la pluralidad en los medios de comunicación. Este cambio puede ser el inicio de una mejora hacia los tipos de uso afectados por estas medidas hace décadas, en especial medios públicos y comunitarios y comunitarios indígenas.

De los cuatro documentos analizados, el elemento coincidente es la promoción de la cultura, el segundo es la divulgación de la ciencia. Las redes de medios dan importancia a la capacitación y la colaboración en red, lo cual los documentos legales no contemplan. La adaptación de las radios universitarias, como se muestra en la Tabla 4 y 5, ha estado vinculada en buena medida a su organización gremial y sus alianzas con otros tipos de radios públicas y sociales, nacionales e internacionales. La legislación vigente toma en cuenta fundamentos más generales en la radiodifusión, como la libertad de expresión, valores familiares, culturales, éticos y sociales y desarrollo armónico de la niñez y evitar apología de la violencia. También refieren a la igualdad, unidad nacional, cultura ambiental, prevención y cuidado de la salud, tolerancia y el respeto a la diversidad de opiniones. Hacen referencia a lo cultural y educativo, de forma muy breve como rescatar valores artísticos locales y nacionales y las expresiones de la cultura mexicana.²

² Artículos 223 y 226 de la LFTR.

TABLA 4. RADIOS UNIVERSITARIAS EN AM Y FM. TIPO DE USO PÚBLICO

ID	Población a Servir	Tipo de Uso (P: Público)	Institución Educativa concesionada	Distintivo y Banda	Frecuencia Mhz	Potencia (W) (S/I: Sin información)
1	Mexicali	P	Universidad Autónoma de Baja California	XHBA-FM	104.1	100,000
2	CDMX	P	Universidad Nacional Autónoma de México	XEUN-FM	96.1	100,000
3	Guadalajara	P	Universidad de Guadalajara	XHUDG-FM	104.3	100,000
4	Culiacán	P	Universidad Autónoma de Sinaloa	XHUAS-FM	96.1	60,000
5	CDMX	P	Universidad Nacional Autónoma de México	XEUN-AM	860	45,000
6	Autlán de Navarro	P	Universidad de Guadalajara	XHANU-FM	102.3	39,810
7	Mérida	P	Universidad Autónoma de Yucatán	XHRUY-FM	103.9	30,000
8	Aguascalientes	P	Universidad Autónoma de Aguascalientes	XHUAA-FM	94.5	25,000
9	Durango	P	Universidad Juárez del Estado de Durango	XHHD-FM	100.5	25,000
10	Morelia	P	Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo	XHSV-FM	104.3	25,000
11	Xalapa	P	Universidad Veracruzana	XHRUV-FM	90.5	25,000
12	Puerto Vallarta	P	Universidad de Guadalajara	XHUGPV-FM	104.3	20,000

13	Guanajuato	P	Universidad de Guanajuato	XHJUA-FM	100.7	18,630
14	Chihuahua	P	Universidad Autónoma de Chihuahua	XHRU-FM	105.3	15,000
15	León	P	Universidad de Guanajuato	XHLTO-FM	91.1	15,000
16	Los Mochis	P	Universidad Autónoma de Occidente	XHUDO-FM	89.3	14,630
17	Puebla	P	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	XHBUAP-FM	96.9	10,000
18	La Paz	P	Universidad Autónoma de Baja California Sur	XEUBS-AM	1180	10,000
19	Ciudad del Carmen	P	Universidad Autónoma del Carmen	XHUACC-FM	88.9	10,000
20	San Francisco de Campeche	P	Universidad Autónoma de Campeche	XHCUA-FM	90.9	10,000
21	Pachuca	P	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHUAH-FM	99.7	10,000
22	Cuernavaca	P	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	XHUAEM-FM	106.1	10,000
23	Culiacán	P	Universidad Autónoma de Sinaloa	XEUAS-AM	1150	10,000
24	Cd. Victoria	P	Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHUNI-FM	102.5	10,000
25	Tlaxcala y San Esteban Tizatlán	P	Universidad Autónoma de Tlaxcala	XHUTX-FM	99.5	10,000

26	Xalapa Enríquez	P	Universidad Veracruzana	XECPAD-AM	1300	10,000
27	Zapotlán El Grande	P	Universidad de Guadalajara	XHGZ-FM	94.3	5,000
28	Jalpan de Serra	P	Universidad Autónoma de Querétaro	XECPAF-AM	850	5,000
29	Matehuala	P	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	XHUASM-FM	91.9	5,000
30	Saltillo	P	Universidad Autó- noma Agraria “Antonio Narro”	XESAL-AM	1220	4,500
31	Ensenada	P	Universidad Autónoma de Baja California	XHUAC-FM	95.5	3,080
32	Ciudad Cuahtém- oc	P	Universidad Autónoma de Chi- huahua	XHRUC-FM	105.7	3,000
33	Ciudad Delicias	P	Universidad Autónoma de Chihuahua	XHPEDL-FM	92.1	3,000
34	Hidalgo del Parral	P	Universidad Autónoma de Chihuahua	XHPEFK-FM	89.1	3,000
35	Práxedes G. Guerrero	P	Universidad Autónoma de Ciudad Juárez	XHUACJ-FM	90.1	3,000
36	Torreón	P	Universidad Autónoma de Coahuila	XHUCT-FM	89.5	3,000
37	Colima	P	Universidad de Colima	XHUDC-FM	94.9	3,000
38	San Miguel de Allende	P	Universidad de Guanajuato	XHSML-FM	91.3	3,000
39	Iguala de La Independencia	P	Universidad Tecnológica de La Región Norte de Guerrero	XHCPAF-FM	103.3	3,000

40	Actopan	P	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHPECW-FM	102.1	3,000
41	Tulancingo	P	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHPECI-FM	91.1	3,000
42	Tepic	P	Universidad Autónoma de Nayarit	XHUANT-FM	101.1	3,000
43	San Nicolás de Los Garza	P	Universidad Autónoma de Nuevo León	XHUNL-FM	89.7	3,000
44	Chignahuapan	P	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	XHCHP-FM	104.3	3,000
45	Tehuacán	P	Benemérita Universidad Autónoma de Puebla	XHTEE-FM	93.9	3,000
46	Querétaro	P	Universidad Autónoma de Querétaro	XHUAQ-FM	89.5	3,000
47	San Luis Potosí	P	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	XHUSP-FM	88.5	3,000
48	Culiacán Rosales	P	Universidad Pedagógica del Estado de Sinaloa	XHUPES-FM	89.9	3,000
49	Los Mochis	P	Universidad Autónoma de Sinaloa	XHMSA-FM	102.9	3,000
50	Mochicahui	P	Radio UAIS, Universidad Autónoma Intercultural de Sinaloa	XHMFS-FM	95.7	3,000
51	Cananea	P	Instituto Tecnológico Superior de Cananea	XHTSC-FM	102.3	3,000
52	Villahermosa	P	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	XHUJAT-FM	107.3	3,000

53	Tizimín	P	Universidad Autónoma de Yucatán	XHMIN-FM	94.5	3,000
54	CDMX	P	Universidad Autónoma Metropolitana	XHUAM-FM	94.1	3,000
55	Villahermosa	P	Universidad Juárez Autónoma de Tabasco	XHUJAT-FM	96.1	3000
56	Ameca	P	Universidad de Guadalajara	XHUGA-FM	105.5	2,940
57	Torreón	S	Universidad Autónoma de La Laguna	XHUAL-FM	98.7	2,926
58	Saltillo	P	Universidad Autónoma de Coahuila	XHUACS-FM	104.1	2,910
59	Villahermosa	P	Universidad Tecnológica de Tabasco	XHUTT-FM	102.5	2,860
60	San Bartolo Tutotepec	P	Universidad Autónoma del Estado de XHPECI	XHBTH-FM	99.7	2,813
61	Huejutla de Reyes	P	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHHRH-FM	99.7	2,810
62	Zimapan	P	Universidad Autónoma del Estado de Hidalgo	XHUZH-FM	99.5	2,810
63	Tuxtla Gutiérrez	P	Universidad de Ciencias y Artes de Chiapas	XHU-CAH-FM	102.5	2,741
64	Toluca	P	Universidad Autónoma del Estado de México	XHUAX-FM	99.7	2,670
65	CDMX	P	Instituto Politécnico Nacional	XHIPN-FM	95.7	2,000
66	Colotlán	P	Universidad de Guadalajara	XHUGC-FM	104.7	2,000

67	Texcoco de Mora	P	Universidad Autónoma Chapingo	XECHAP-AM	1130	2,000
68	Emiliano Zapata	P	Universidad Tecnológica del Usumacinta	XHUTU-FM	90.5	1,900
69	Ocotlán	P	Universidad de Guadalajara	XHUGO-FM	107.9	1,772
70	Lagos de Moreno	P	Universidad de Guadalajara	XHUGL-FM	104.7	1,727
71	San Luis Potosí	P	Universidad Autónoma de San Luis Potosí	XEXQ-AM	1190	1,190
72	Guanajuato	P	Universidad de Guanajuato	XEUG-AM	970	1,000
73	Oaxaca	Sin información	Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Oaxaca	XHUBJ-FM	91.5	1,000*
74	Morelos	P	Universidad Autónoma del Estado de Morelos	XHCUM-FM	89.7	0,500
75	Chihuahua	P	Universidad Autónoma de Chihuahua	XHCPDB-FM	88.1	S/I
76	Tampico	P	Universidad Autónoma de Tamaulipas	XHCPAZ-FM	105.1	S/I
*Información tomada de Reyna (2005) al 2005.						

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA DE LOS AUTORES CON INFORMACIÓN A SEPTIEMBRE 2023 DEL SITIO WEB EN EL ESPACIO DE DATOS ABIERTOS, REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES Y BASE DE DATOS COMPLETA DE CONCESIONES, AUTORIZACIONES Y PERMISOS (IFT, 2023).

TABLA 5. RADIOS UNIVERSITARIAS EN AM Y FM. TIPO DE USO SOCIAL

ID	Población a Servir	Tipo de Uso (S: Social)	Institución Educativa concesionada	Distintivo y Banda	Frecuencia Mhz	Potencia (W) (S/I: Sin información)
1	Monterrey	S	Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey	XHTEC-FM	94.9	20,000
2	Michoacán de Ocampo	S	Universidad Vasco de Quiroga.	XHELI-FM	98.1	15,000
3	CDMX	S	Ibero 90.9 (Universidad Iberoamericana Ciudad de México)	XHUIA-FM	90.9	10,000
4	Durango	S	Universidad Autónoma España de Durango	XHUNES-FM	92.9	10,000
5	Celaya	S	Patronato Pro-Estación Radiodifusora del Instituto Tecnológico Regional de Celaya,	XHITC-FM	89.9	6,000
6	Torreón	S	Universidad Millennium Internacional	XHUMI-FM	101.9	3,000
7	San Pedro Garza García	S	Universidad de Monterrey	XHUDEM-FM	90.5	3,000
8	Cancún	S	Instituto Americano Leonardo Da Vinci	XHANC-FM	88.1	3000
9	Mazatlán	S	Fomento Educativo y Cultural Francisco De Ibarra.	XHTLAN-FM	91.7	3000
10	Durango	S	Fomento Educativo y Cultural Francisco De Ibarra.	XHUAD-FM	94.1	3000

11	Los Mochis	S	Fomento Educativo y Cultural Francisco De Ibarra.	XHHIS-FM	97.3	3000
12	Zacatecas	S	Fomento Educativo y Cultural Francisco De Ibarra.	XHZTZ-FM	95.5	2000
13	Tijuana	S	Patronato Pro-Estación Cultural del Instituto Tecnológico de Tijuana.	XHITT-FM	88.7	1,150
14	Chicontepec	S	Universidad Huasteca Veracruzana	XHUHV-FM	97.9	1,000
15	Huixquilucan	S	Universidad Anáhuac	XEANA-AM	1670	1,000
16	Hermosillo	S	Fomento Educativo y Cultural Francisco De Ibarra.	XHHMO-FM	103.5	0.130
17	Hermosillo	S	Instituto Superior Educativo Pirámide Del Sol	XHCSC-FM	104.7	S/I
18	Puerto Vallarta	S	Centro Universitario Didaskalos	XHCSFE-FM	99.1	S/I
19	Las Juntas	S	Centro Universitario Didaskalos	XHCSFE-FM	99.1	S/I

FUENTE: ELABORACIÓN PROPIA DE LOS AUTORES CON INFORMACIÓN A SEPTIEMBRE 2023 DEL SITIO WEB EN EL ESPACIO DE DATOS ABIERTOS, REGISTRO PÚBLICO DE CONCESIONES Y BASE DE DATOS COMPLETA DE CONCESIONES, AUTORIZACIONES Y PERMISOS (IFT, 2023).

CONCLUSIONES

Se identifican 76 radios con tipo de uso público de corte universitario cercanas a instituciones del Estado y gubernamentales (80%) y 19 con tipo de uso social cercanas a colegios e instituciones privadas (20%). Estas 95 estaciones, podrían compartir un tipo de uso y beneficiarse con las características de ambas.

Además, se constata que en los últimos 20 años un aumento de 60 a 95 estaciones de radio universitarias en el país en AM y FM aproximadamente, lo cual implica un crecimiento de 58% similar o mayor a de la década de los 70s al nuevo siglo. Es decir, un impacto en medio siglo exponencial e inédito. Aunque en su mayoría son instituciones de educación superior, se identificaron escuelas, colegios y universidades privadas pequeñas que cuentan con la concesión, pero de algunas de ellas desconoce el tipo de radio y su interés en los fundamentos sociales que las sustentan, sólo aparece en la lista del IFT, pero hay poca información en sus sitios web o redes sociales. Pero, desde casi dos décadas la mayoría de las radios con AM y FM sigue contando con una potencia no mayor a los 10 mil watts, como señaló Reyna (2005) eso significa que las coloca en una situación de desventaja técnica, pues las hace más vulnerables a la interferencia y al estado del tiempo que también reduce su posibilidad de alcanzar a un mayor número de escuchas. Actualmente son 65 radios (68%) tienen menos de 10 mil watts de potencia y 30 (72%) más de 10 mil. Por lo anterior, se identifica como la mayor necesidad de las radios, la gestión legal y tecnológica para poder superar la barrera de los 10 mil watts. Por otro lado, el número de emisoras en la banda de FM se mantiene y son muy pocas las nuevas en AM y la conversión tecnológica a radio digital o HD Radio no ha dado frutos, dado que es un porcentaje muy bajo y varias estaciones han cerrado su transmisor digital.

En cuanto a los fundamentos de las radios, los objetivos de la RRUM heredan de la SINPRIES elementos de capacitación, fortalecimiento institucional y adaptación tecnológica, pero añaden colaboración asociada y vinculación permanente como grupos solidarios, por ejemplo, realizan asambleas anuales institucionales donde participan decenas de estaciones. También, la nueva red amplía los conceptos de cultura, divulgación académica y proyección social y experimentación radiofónica. Se nota que en la redacción se ha dejado de utilizar el humanismo como valor y aunque se menciona poco, es menos relevante lo informativo o noticioso. Es valiosa la aportación de las definiciones gremiales a las radios universitarias públicas, dado que no tienen obligación real de dar una cobertura amplia en materia de contenidos, más allá de lo educativo.

Esta radiografía que se muestra en la tabla final del texto es un esfuerzo por identificar y visualizar el estado actual de las radios universitarias, que en las últimas décadas ha duplicado su presencia en el cuadrante y representa el 4% de todos los medios radiofónicos del país.

REFERENCIAS

- Berlín, I. (1998). "Las Radios Universitarias en México". *Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación*, 64, 78-82.
- Calderón-Adel, A. (2017). "La radio atrapada: los obstáculos para la consolidación de la Radio Digital Terrestre en Estados Unidos y en México". En A. Aguilar, *Desafíos de la Inclusión y Procesos de Comunicación* (pp. 57-83). Fontamara; Universidad Autónoma de Coahuila.
- Calleja, A., Solís, B. (2007). *Con permiso. La radio comunitaria en México*. Asociación Mundial de Radios Comunitarias.
- Cárdenas, A. (2020). "Ibero 90.9: Identidad, música y estética en la evolución de una radio universitaria". *Revista Iberoamericana de Comunicación*, 39, 67-107.
- De Quevedo, L. (2004). "La radio en la difusión universitaria. A la búsqueda de sentido". *Reencuentro. Análisis de Problemas Universitarios*, 39, 107-115. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34003914>
- Decreto por el que se reforman y adicionan diversas disposiciones de los artículos 60., 70., 27, 28, 73, 78, 94 y 105 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, en materia de telecomunicaciones. *Diario Oficial de la Federación*, 8, de 11 de junio de 2013. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5301941&fecha=11/06/2013#gsc.tab=0
- Fernández Cueto Editores (2013). *La radiodifusión pública en México*. Fernández Cueto Editores.
- Instituto Federal de Telecomunicaciones. (2023). *Datos Abiertos. Registro Público de Concesiones*. <https://rpc.ift.org.mx/vrpc/visor/downloads>
- Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión. *Diario Oficial de la Federación*, 13, de 14 de julio de 2014. https://dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5352323&fecha=14/07/2014#gsc.tab=0
- Ortiz, M. (1997). La Radio Universitaria: Radio Universidad de la UABC. *Revista de la Educación Superior*, 26, 129-143. <http://publicaciones.anuies.mx/acervo/revsup/res103/txt6.htm>
- Prieto, I., Durante, E., Ramos, M. (2008). Experiencia educativa de la radio en América Latina. *Revista de Ciencias Sociales*, 14, 63-72. <https://www.redalyc.org/pdf/280/28011673006.pdf>
- Red de Radios Universitarias de México. (2015). *Nace la red de radio universitarias de México: RRUM*. <https://rrum.mx/index.php/nosotros>
- Reyna, M. (2005). Radios y redes: la radio en las instituciones de educación superior. *Reencuentro. Análisis de problemas universitarios*, 44, 0. <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34004404>
- Romo, C. (1990). *La otra radio: Voces débiles, voces de esperanza*. Fundación Manuel Buendía; Instituto Mexicano de la Radio.

Sosa, G. (2016). *Días de radio. Historias de la radio en México*. Conaculta.

Universidad Autónoma de San Luis Potosí. (S/F). *Historia*.

<https://radioytelevision.uaslp.mx/Home/Pagina/QuienesSomos>

Vidal, F. (2021). “El estado de la concentración de la propiedad en la radio comercial abierta en México, 2019”. *Revista Latinoamericana de Ciencias de la Comunicación*, 20, 84-97. <https://doi.org/10.55738/alaic.v20i36.694>

Esta obra está bajo Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 4.0 Internacional.

