

### Mediómetro: Hábitos de consumo de radio en el Valle de México

Peña, Ricardo de la; Toledo, Rosario

Veröffentlichungsversion / Published Version

Zeitschriftenartikel / journal article

#### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Peña, R. d. I., & Toledo, R. (1992). Mediómetro: Hábitos de consumo de radio en el Valle de México. *Intermedios*, 5, 70-79. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-460000>

#### Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY Lizenz (Namensnennung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>

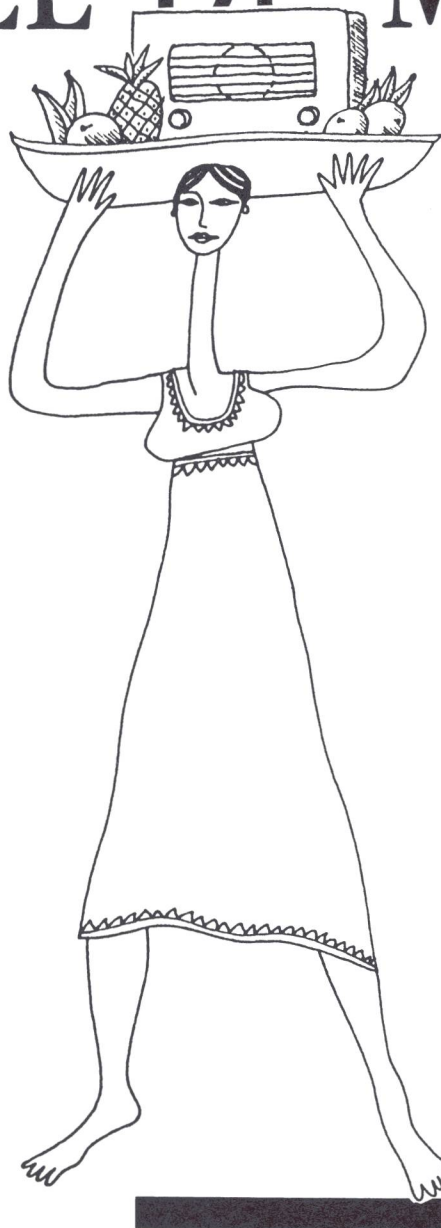
#### Terms of use:

This document is made available under a CC BY Licence (Attribution). For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0>

RICARDO DE LA PEÑA Y ROSARIO TOLEDO LAGUARDIA

# HÁBITOS DE CONSUMO DE RADIO EN EL VALLE DE MÉXICO



**L**á radio resulta ser un compañero importante en la vida cotidiana de la población. Casi la totalidad de las familias cuentan con algún aparato receptor y es frecuente que en un hogar se disponga de más radios, los cuales serán escuchados, para informarse o para entretenerse, por la gran mayoría de las personas.

Estas afirmaciones se desprenden de una primera lectura de los resultados de la investigación empírica que sobre los hábitos de consumo de los medios de comunicación realizó el Gabinete de Estudios de Opinión en mayo pasado para *Intermedios* y que, como tercera y última parte de su presentación en esta sección, atenderá a los datos obtenidos respecto a los hábitos y actitudes de la población entrevistada sobre la radio.

Recordemos que la encuesta que sirve de base para la presente exposición fue realizada en mayo del presente año, y comprende 1 920 observaciones válidas de personas de 15 y más años de edad, residentes en la zona conurbada de la ciudad de México en el momento de la consulta.

## CONSUMO RADIOFÓNICO

Noventa y ocho de cada cien entrevistados afirmó disponer de al menos un receptor de radio en su familia. Las familias, en promedio, disponen de tres a cuatro aparatos, ya sea en el domicilio, en los automóviles o radios portátiles. De hecho, siete de cada diez informantes aseguró contar con más de un aparato receptor, y más de una décima parte de las familias de los entrevistados poseen más de cinco aparatos.

La mayoría de la población entrevistada afirmó escuchar la radio, al menos ocasionalmente. Así, sólo un 7% de los entrevistados declaró no oír radio entre semana, y 10% dijo no hacerlo durante los fines de semana, posiblemente debido a la competencia de la televisión, que es más vista los sábados y domingos. El 15% de los informantes declaró tener la costumbre de escuchar la radio menos de una hora, por lo que al menos tres cuartas partes de los respondientes aseguraron escuchar la radio una hora o más tiempo cada día: 30% lo hace entre una

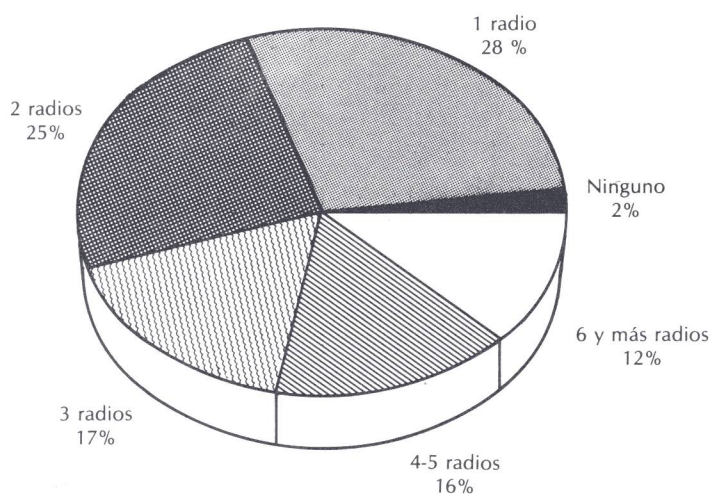
y dos horas cada jornada, algo menos de una cuarta parte lo hace de tres a cuatro horas y una proporción semejante afirma escuchar la radio cinco o más horas cada día. Así, el promedio de audición cotidiana de este medio rebasa las dos horas.

Ahora bien, ¿con qué objeto se escucha la radio? Al cuestionar a los entrevistados respecto a cuál consideraban el principal objetivo de este medio, si informar o entretener, se encontró una opinión dividida, puesto que mientras 46% afirmaron que su objetivo central era el entretenimiento, para 37% fue la información.

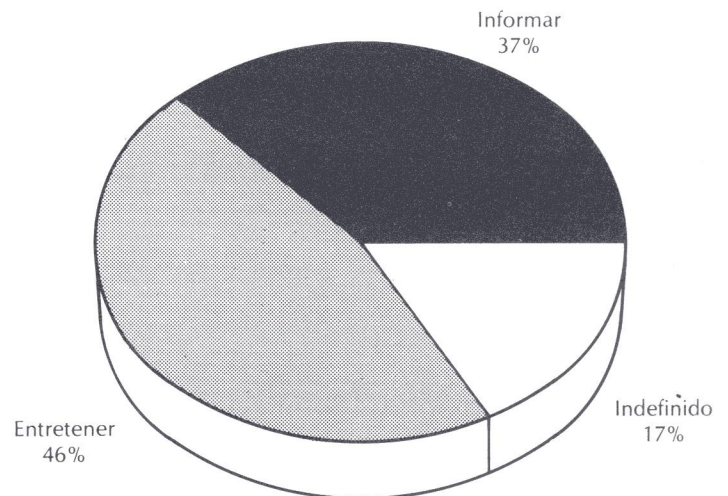
Los hábitos de consumo de este medio, detectados a través de la encuesta que sirve de fundamento a este ensayo, reflejan la naturaleza ambiental que asume, en muchas ocasiones, la transmisión radiofónica.

El lugar típico donde se ubican los escuchas de la radio es su domicilio. De hecho, 81% de los entrevistados declaran escuchar este medio en el hogar, mientras que lo hacen en su trabajo algo me-

Número de radios en las familias de los entrevistados



Opinión de los entrevistados sobre el principal objetivo de la radio



nos de la quinta parte de los entrevistados (19%). Sin embargo, estas cifras deberían revalorarse si se considera la actividad de los entrevistados, de lo que resulta que dos de cada cinco trabajadores escuchan la radio en su ámbito de actividad productiva; escuchan la radio en su automóvil 16% de los entrevistados y 12% lo hacen en otro transporte, por lo que 28% de los informantes escuchan este medio en algún medio de transporte.

Así, la radio resulta ser una compañía opcional de las personas durante el desarrollo de sus actividades cotidianas, aunque también es un recurso socorrido durante el descanso. La mitad de los entrevistados, la mayoría mujeres y en muchos de los casos amas de casa, declaran tener la costumbre de realizar quehaceres domésticos mientras escuchan la radio. En 16% de las ocasiones se aseguró que se escucha radio mientras se trabaja, y 5% de estas personas acostumbra estudiar, leer o escribir mientras escuchan la radio. Sólo en 17% de los casos los entrevistados afirmaron descansar mientras escuchan la radio, lo

que ratificaría la naturaleza no excluyente de otras actividades con este medio de comunicación.

La radio, que acompaña la realización de diversas actividades, es compañera también de la soledad: 44% de quienes escuchan la radio afirman hacerlo a solas, mientras que en algo más de la mitad de los casos se acostumbra escucharla en compañía de otra persona, en 31% de las ocasiones con algún integrante del núcleo familiar más cercano, en 13% de las ocasiones con otro familiar y en 8% de los casos con una persona con la que no se tiene parentesco.

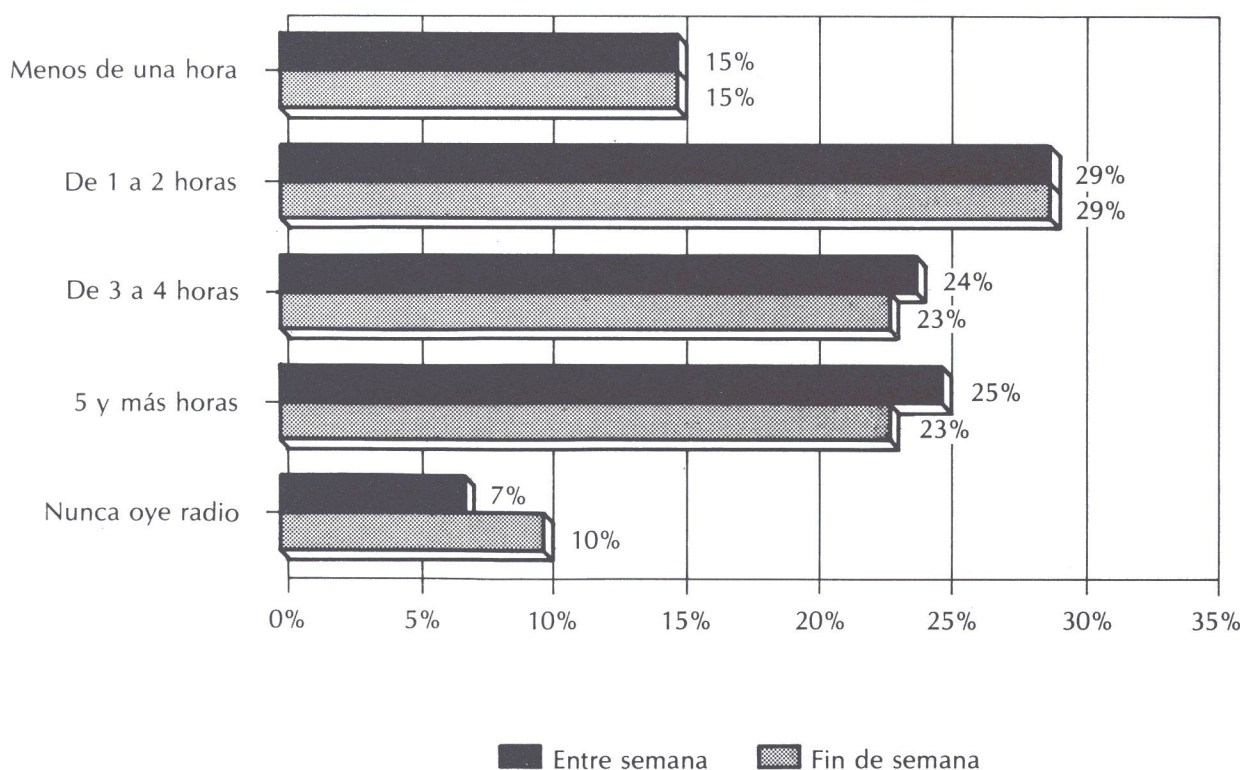
Al cotejar estos datos con la distribución de compañías para ver la televisión, se descubre que la radio resulta más socorrida para la soledad, pero también que es un medio que suele recibirse en un espacio social más amplio, mientras que la televisión sería eminentemente un medio recibido en el seno de la familia.

La radio es, en la ciudad de México, un medio electrónico matutino por excelencia. Al observar la distribución de horarios acostumbrados de recepción de

las transmisiones de este medio por la población entrevistada, se descubre que es entre las seis de la mañana y las cuatro de la tarde cuando una mayor proporción de las personas escuchan este medio; el horario acostumbrado en que se alcanza una mayor audiencia global es entre las 8 y las 12 de la mañana, cuando más de dos quintas partes de los entrevistados (42% entre 8 y 10 horas y 44% entre 10 y 12 horas) afirman tener la costumbre de escuchar la radio. Por las tardes, la audiencia global de la radio tiende a descender paulatinamente, y a partir de las 6 de la tarde se ubica por debajo de los 20 puntos porcentuales y, en el horario nocturno —entre 10 de la noche y 6 de la mañana—, desciende por debajo de los 10 puntos.

Al comparar este perfil de audición radiofónica acostumbrada, manifestado por los entrevistados con las declaraciones relativas a la recepción de este medio el día anterior a la entrevista, no se descubren diferencias significativas: en general, el nivel de audición declarado el día previo a la entrevista resulta lige-

### Tiempo que acostumbran escuchar la radio los entrevistados



ramente por debajo de la recepción acostumbrada, siendo muy semejante la tendencia al descenso a partir de los horarios más altos, nuevamente entre 8 y 12 de la mañana, donde la audiencia el día anterior a la entrevista abarcó más de la tercera parte de los entrevistados.

Comparando la curva de audiencia acostumbrada a la radio con la correspondiente a la televisión —presentada en la primera parte del reporte de esta encuesta, en el número 3 de *Intermedios*—, se descubre la existencia de una clara competencia entre ambos medios electrónicos, motivada al parecer no solamente por gustos subjetivos, sino por la mayor flexibilidad de la radio para su recepción en lugares diversos, mientras se desarrollan actividades productivas u hogareñas. Así, al declive paulatino de la audición general de la radio durante las tardes se contraponen un ascenso pronunciado de la audiencia televisiva, pasándose de una relación favorable para la radio respecto a la televisión durante las mañanas, que llega a una proporción superior a cuatro receptores de radio por

uno de televisión, a un predominio televisivo que alcanza entre las 8 y las 10 de la noche una razón de casi seis televidentes por cada radioescucha.

### PREFERENCIAS RADIOFÓNICAS

La radio es la opción musical preferida. La demanda de contenidos en las transmisiones radiofónicas; sin embargo, también atiende a la búsqueda de contenidos informativos, culturales y de entretenimiento, lo cual hace de este medio una opción versátil.

La radio es buscada, principalmente, como espacio musical: 73% de los entrevistados declaró estar interesado en las transmisiones musicales a través de este medio. Empero, también es una opción informativa, puesto que en 44% de los casos los informantes declararon tener interés por las emisiones noticiosas. De igual manera, puede ser una alternativa para complementar la formación de las personas o un espacio que dé respuesta a inquietudes hacia los aspectos culturales, que son de interés para 36% de los

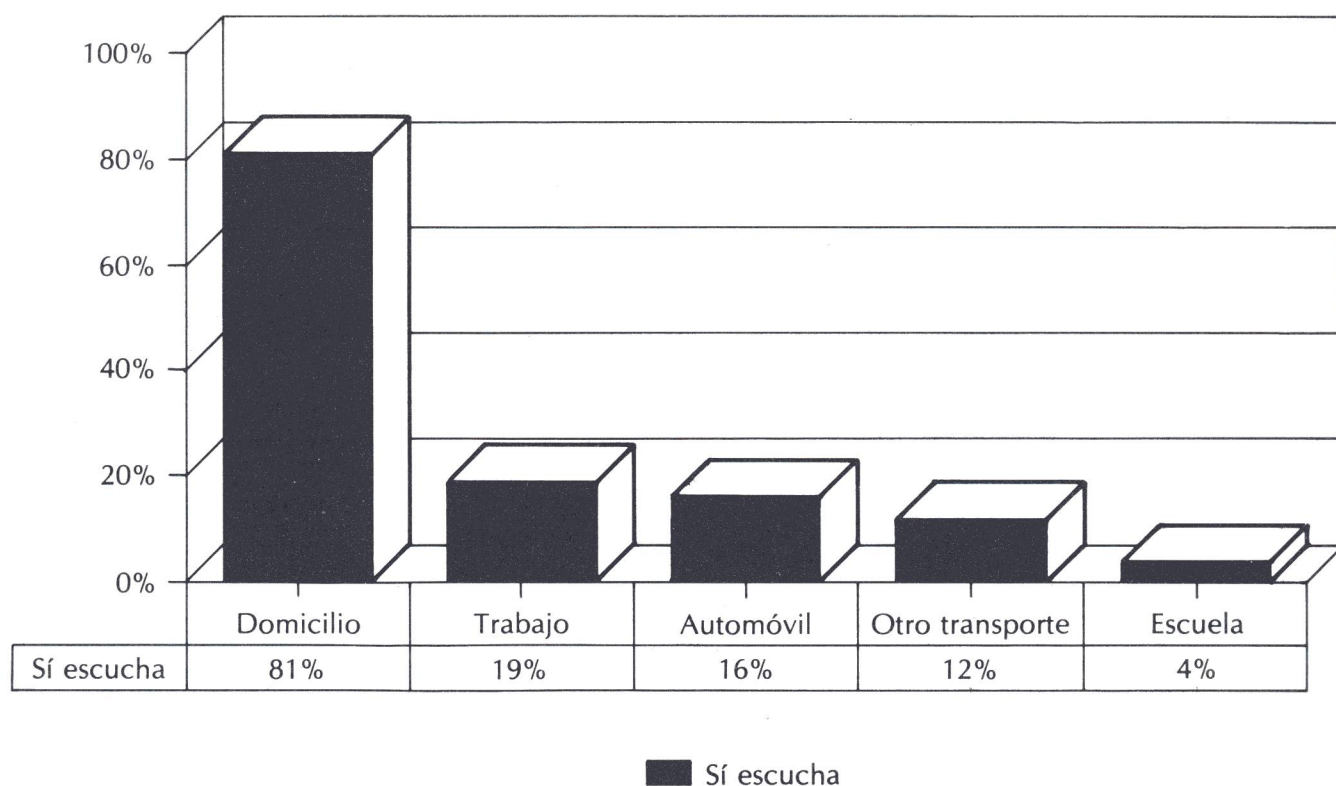
entrevistados, quienes en 33% de las ocasiones se manifestaron atraídos por programas de orientación.

La diversidad de posibilidades de este medio de comunicación se muestra en la capacidad de respuesta a intereses diversos. Además de los mencionados, para más de la cuarta parte de los entrevistados resulta de interés la transmisión radiofónica de programas deportivos, humorísticos o relativos a temas del hogar. Y, aunque con menor incidencia comparativa en los intereses declarados por los informantes, también es un espacio de comunicación de aspectos científicos o políticos.

Es menester comentar que, al presentar en general niveles inferiores que los correspondientes a la televisión, el perfil de intereses de los entrevistados por las temáticas de las transmisiones radiofónicas resulta congruente con los detectados para el otro medio electrónico, con una importante salvedad: la música, privilegiada de manera sobresaliente como opción propia de la radio.

De acuerdo con los resultados de este

### Lugar donde escuchan la radio los entrevistados



estudio, en la ciudad de México, actualmente la banda de Frecuencia Modulada cuenta con estaciones que concentran una mayor proporción de las preferencias de la población que la banda de Amplitud Modulada: en 48% de los casos, la estación favorita de los entrevistados se ubica en la banda de FM, mientras que en 38% de las ocasiones está situada en AM.

De igual forma, cuatro de las cinco estaciones que concentran una mayor cantidad de referencias como la estación favorita de los entrevistados se encuentra en la banda de FM; la excepción es Radio Red, en el 1 110 de AM, estación con programas noticiosos y de comentarios en español que concentra 7.9% de las referencias como estación favorita de los entrevistados. La estación que le sigue en referencias, con 4.4% de los casos, es XEW, "La Voz de América Latina", en el 900 de la banda de AM, que de igual manera basa su programación en programas informativos y de comentarios en nuestro idioma.

El primer lugar en referencias, sin em-

bargo, lo ocupa una estación de FM, XERC-Stereo 97.7, especializada en música moderna en español, con 8.6% de las referencias; en la banda de FM le sigue en menciones XEQ-Radio Universal, con música variada en inglés, que acapara 6.8% de los casos; XEQ, la Tropic O, en el 92.9 del cuadrante de FM, se ubica en el tercer lugar de esta banda y cuarto general, con 5.7% de las referencias, seguida de XEJP-Radio Joya, en el 93.7 de FM, de música romántica, que tiene 5.4% de las menciones.

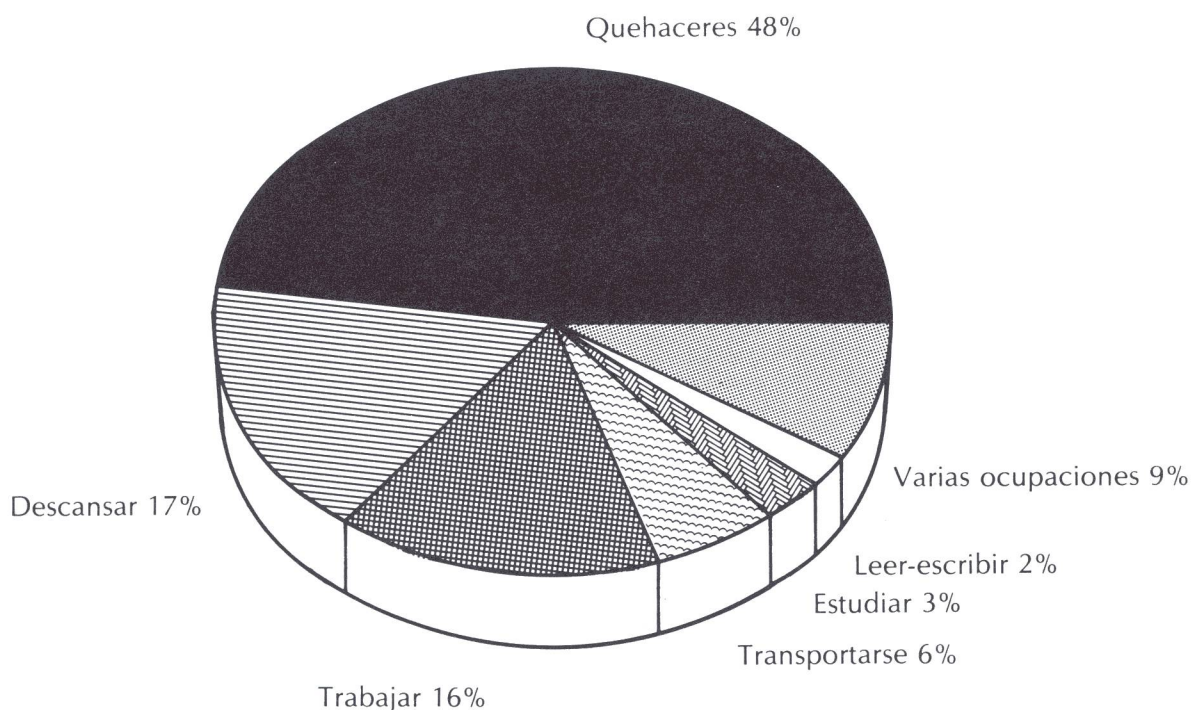
Otras estaciones de la banda de FM con menciones elevadas fueron: Estereo 102, de música moderna en español, con 3.4% de los casos; WFM, en el 96.9, de música moderna en inglés, con 2.6% de las referencias; Rock 101, de igual género, con 2.5% de los casos; Estación Alfa 91.3 y Estereo 103, con semejante contenido en sus transmisiones, cada una de las cuales concentró 2.2% de las referencias; con el mismo tipo de programación, Digital 99 tiene 1.4% de las menciones, mientras que Stereorey, en el 102.5 de esta banda, con programación internacio-

nal, llega a 1.2%; y Azul 89 alcanza el 1% de las referencias.

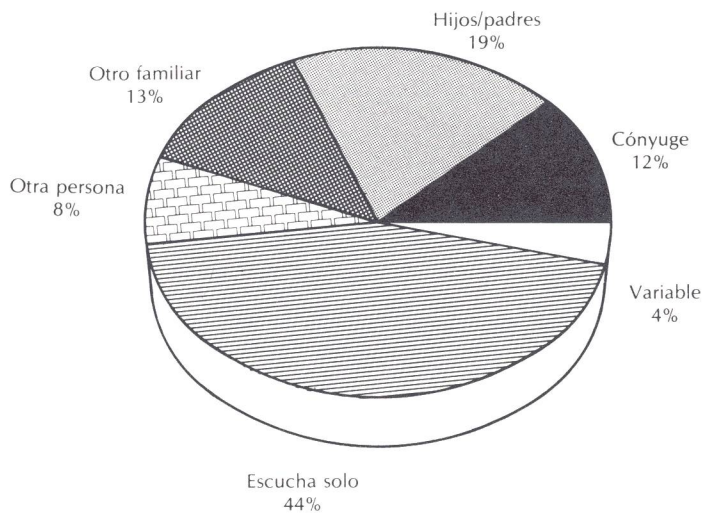
Por lo que toca a las estaciones de la banda de AM, por debajo de 3% de las referencias, pero encima de 1%, se ubican diez estaciones: la XEX, en el 730 del cuadrante, de comentarios en español, con 2.9% de las menciones; en igual posición, Radio Variedades, en el 1 150 de la banda, con música moderna en español; al nivel de 2.2% de las menciones se ubican la XEQ (en el 940 de la banda) y Radio Centro (1 030 AM), ambas con un tipo de programación semejante a la de la anterior; Radio Consentida, en el 1 560, alcanza 2.1% con su programación de música mexicana; con música ranchera, Radio Sinfonola, en el 1 410, logra 1.6% de las referencias; y Radio 6.20, el Fonógrafo del Recuerdo y Radio Mil alcanzan 1.1% de las menciones cada una.

Así, vemos que mientras en los primeros lugares de la banda de FM se encuentran estaciones diferenciadas entre sí por su tipo de programación, entre las que se ubican en una posición media existiría una clara competencia por el mismo

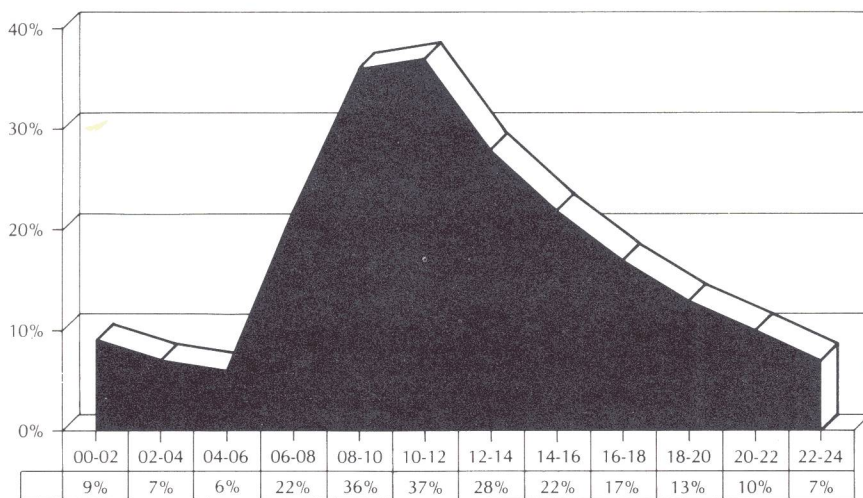
## Actividad acostumbrada por los entrevistados mientras escuchan la radio



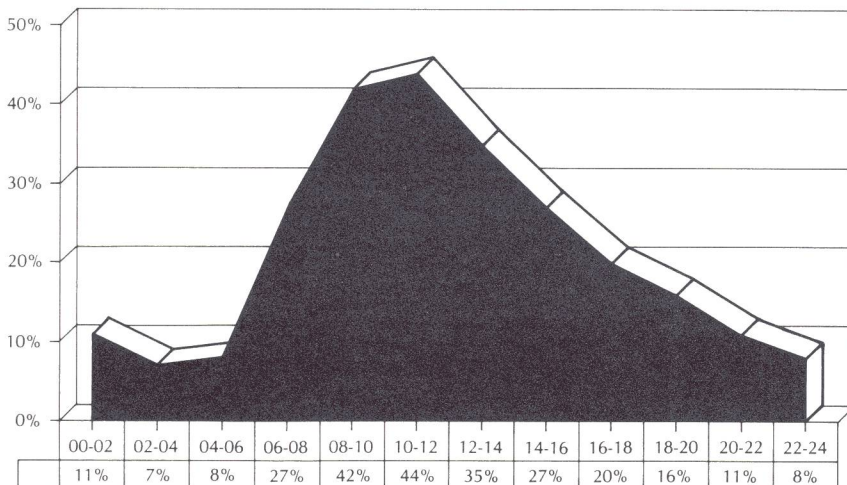
Compañía acostumbrada para escuchar la radio por los entrevistados



Horario en que escucharon la radio los entrevistados el día anterior



Horario en que acostumbran escuchar la radio los entrevistados



espacio: el público interesado en la música moderna en inglés. Por su parte, las estaciones de AM que actualmente tienden a concentrar un mayor índice de referencias como preferidas por los entrevistados orientan su programación hacia transmisiones habladas, ya sea de servicios informativos o de programas de comentarios.

Analizando de otra manera los datos anteriores, al distribuir las referencias a la estación favorita de los entrevistados según el grupo radiofónico que representa a dichas concesionarias, se descubre que seis estaciones de la Organización Radio Centro se ubican en los primeros lugares, tres en cada una de las bandas, concentrándose así un 28% de las referencias totales a las estaciones favoritas; por su parte, el Sistema Radiópolis ubica de igual manera seis estaciones en los primeros lugares, también tres en cada banda, pero concentrando 21% de las menciones por estación favorita; mientras que Radio Programas de México, con dos estaciones entre los primeros lugares, una en cada banda, se sitúa en un

**La radio es  
compañera  
indispensable en  
la vida cotidiana  
de la población**

## Estación favorita de radio de los entrevistados

A.M.	37.8
Radio Red	7.9
XEW	4.4
XEX	2.9
Radio Variedades	2.9
XEQ	2.2
Radio Centro	2.2
Radio Consentida	2.1
Radio Sinfonía	1.6
XEDF	1.5
Radio 620	1.1
Fonogr. recuerdo	1.1
Radio Mil	1.1

F.M.	48.2
Stereo 97.7	8.6
Radio Universal	6.8
La Tropi Q	5.7
Radio Joya	5.4
Estereo 102	3.4
W-FM	2.6
Rock 101	2.5
Estación Alfa	2.2
Estereo 103	2.2
Digital 99	1.4
Stereorey	1.2
Azul 89	1.0

No especificada: 6.5      Ninguna: 7.5

## Noventa y ocho de cada cien personas entrevistadas afirma disponer de, por lo menos, un aparato de radio en su hogar

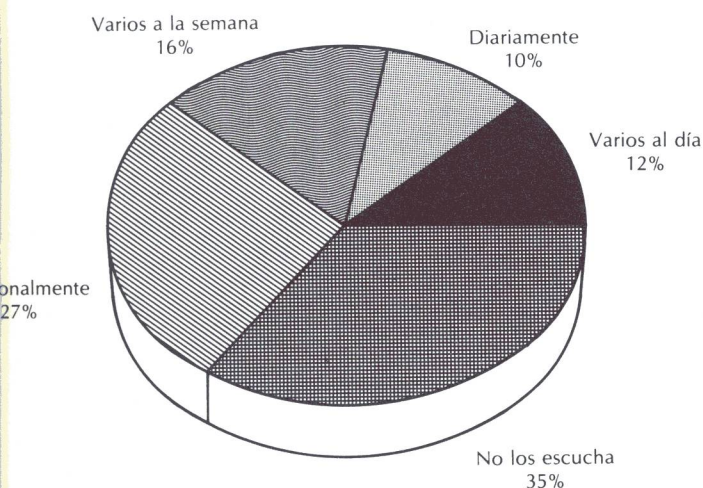
destacado tercer sitio, merced al elevado nivel alcanzado por Radio Red. Resulta importante mencionar que entre las estaciones permisionadas ninguna alcanza un sitio entre los primeros doce lugares en cada banda, siendo la estación de este tipo que alcanza más elevadas referencias XEEP-Radio Educación, en el 1 060 de AM, con 1% de las menciones.

### SERVICIOS INFORMATIVOS

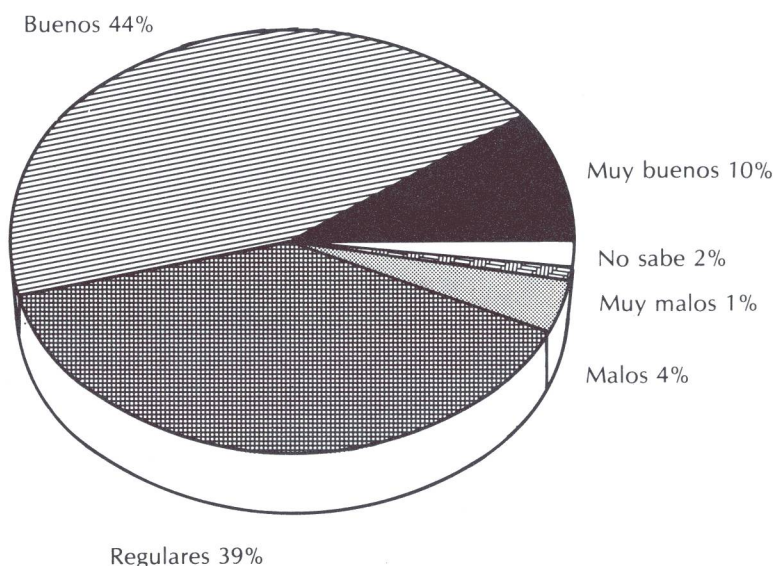
Además de la música, el segundo aspecto que genera más interés entre los escuchas de radio en el valle de México, de conformidad con los resultados de esta encuesta, es el relacionado con los servicios informativos, factor que incide de manera importante en la posición alcanzada por las estaciones, sobre todo en la banda de AM.

Casi dos terceras partes de los entrevistados, el 65%, afirman que escuchan algún noticiero por radio, al menos ocasionalmente, situación en que se encuentran 27% de quienes fueron consultados, siendo 16% quienes escuchan algún ser-

Frecuencia con que escuchan noticiarios en la radio los entrevistados



Calificación de los noticiarios de radio por los entrevistados



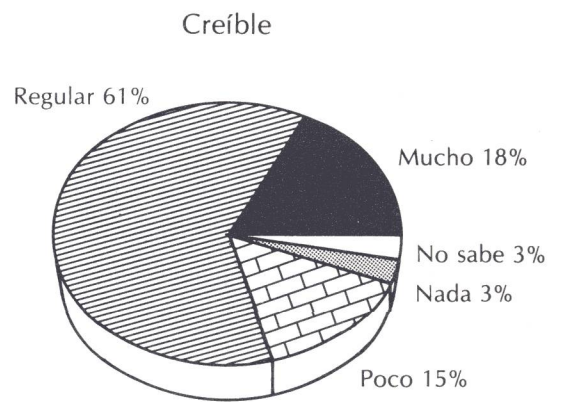
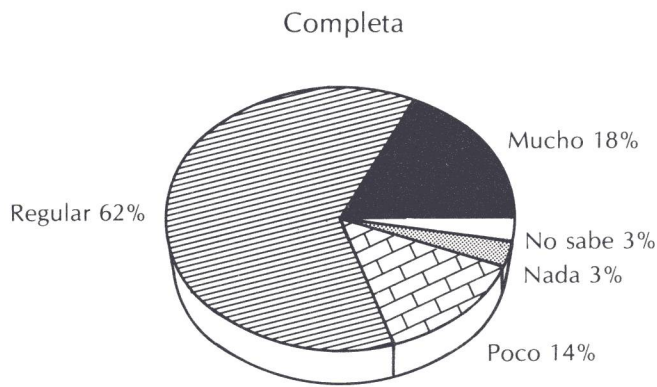


vicio informativo por radio varias veces por semana, 10% quienes lo hacen diariamente y 12% quienes lo hacen varias veces al día.

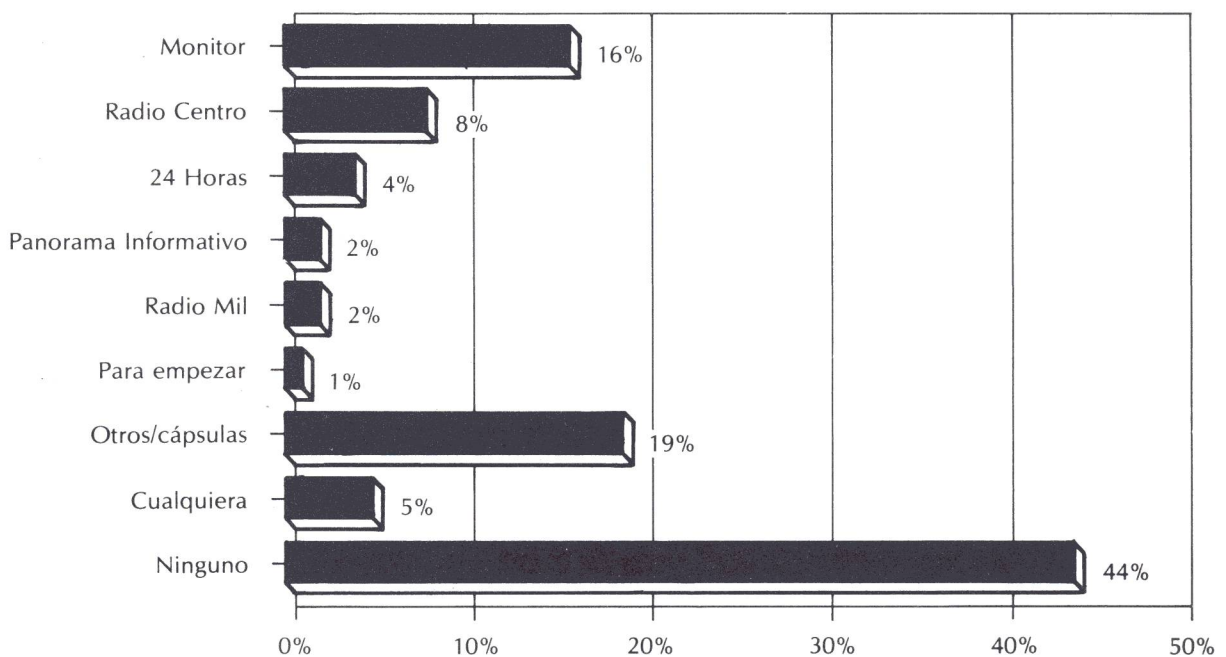
En general, la imagen de los servicios informativos entre el auditorio de radio es positiva. De esta manera, para 54% de los entrevistados, los noticieros que transmite la radio en la ciudad son muy buenos o buenos, y sólo 5% de los respondientes opinan lo contrario, mientras que en 39% de los casos los noticieros se consideran regulares.

A pesar de lo anterior, el auditorio de estos servicios de información por radio no se encuentra cabalmente satisfecho con sus contenidos. Lo anterior estaría avalado por el hecho de que apenas 18% de los consultantes consideran que es muy completa la información que pasan estos noticieros, mientras que para 62% es apenas regular, y 17% afirman que su amplitud es escasa o nula; resulta similar la distribución de opiniones relativas a la credibilidad de la información transmitida por estos servicios informativos. Es de mencionarse a este respecto que

### Opinión sobre la información de los noticieros de radio



### Noticiero que acostumbran escuchar en la radio los entrevistados



los niveles de credibilidad y amplitud subjetivamente percibidos por los entrevistados respecto a los servicios noticiosos de la radio resultan muy semejantes a los detectados en el caso de las transmisiones informativas por televisión.

Si puntualizamos cuáles servicios informativos específicos acostumbran escuchar los entrevistados, se descubre que apenas una tercera parte de ellos apuntaron algún noticiero claramente identificado; 19% mencionaron cápsulas informativas regulares o servicios noticiosos que no alcanzaron un elevado índice de referencia, mientras que 5% se declaró indiferente respecto al servicio informativo que acostumbra escuchar y 44% del total aseguró que no oye ningún noticiero por la radio.

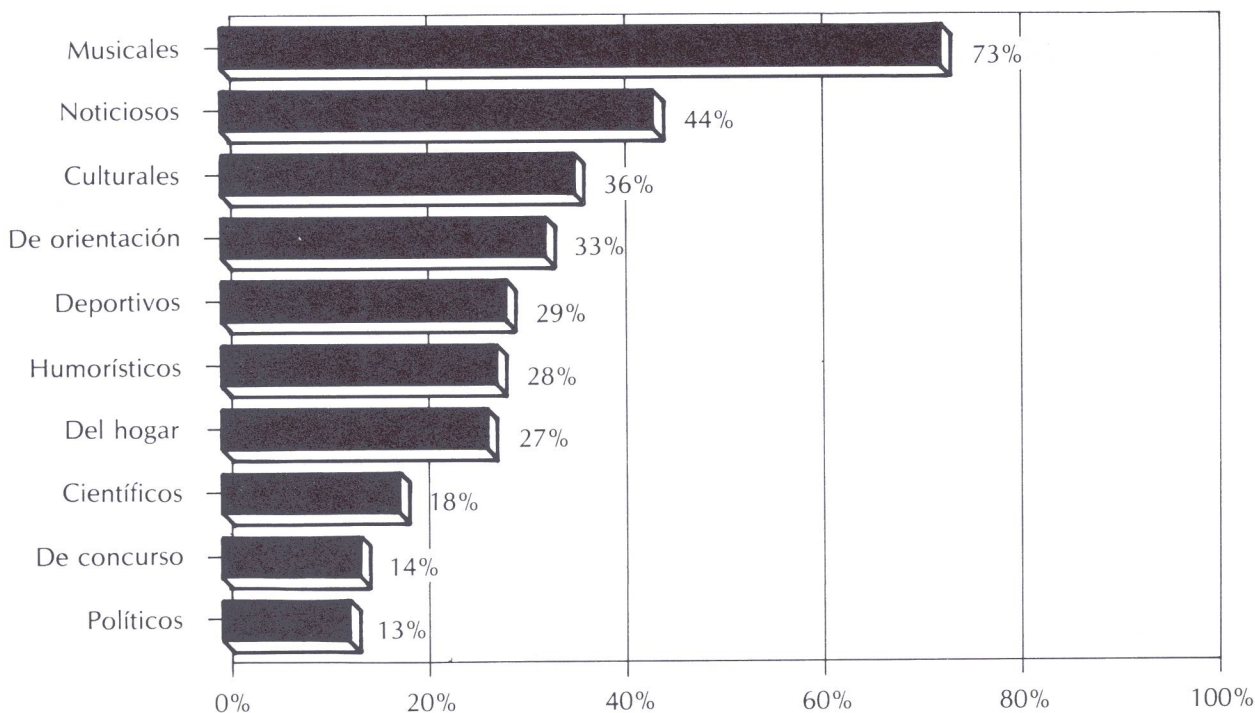
El programa *Monitor*, de Radio Red, que conduce José Gutiérrez Vivó, resulta ser por mucho el noticiero cotidiano que acostumbra escuchar un mayor porcentaje de los entrevistados, pues concentra 16% de las referencias. En segundo término se ubicarían los servicios informativos de Radio Centro, menciona-

**El segundo aspecto que genera más interés entre los radioescuchas en el valle de México es el que se refiere a los servicios informativos**

dos por 8% de los respondentes, mientras que el programa de Jacobo Zabudovsky, *24 Horas*, transmitido por la XEW, acapara 4% de las referencias. Otros servicios informativos mencionados por más del 1% de los entrevistados fueron el noticiero *Panorama informativo*, del Grupo ACIR, con Guillermo Ochoa; *Para empezar*, con Pedro Ferriz de Con, que se transmite por Stereorey; y los servicios informativos del Núcleo Radio Mil.

Al preguntar a las personas consultadas para esta encuesta sobre los conductores de servicios noticiosos que transmiten la información más completa y creíble en la radio de la ciudad de México, se descubre de igual manera que es José Gutiérrez Vivó, con su programa *Monitor*, transmitido por Radio Red, el que concentra una mayor cantidad de menciones: 17% de las veces fue referido como el más completo y 16% como el más creíble. Por su parte, con el noticiero *Panorama informativo*, Guillermo Ochoa fue mencionado en 6% de las ocasiones por ser el más completo, siendo el más creíble en 5% de los casos; en tercer lu-

Interés manifiesto por los entrevistados de que se traten temas en la radio



gar se ubicaría Pedro Ferriz de Con, quien encabeza el noticiario *Para empezar*, con 3% de las menciones; igual proporción alcanza Sergio Guarneros, conductor de cápsulas informativas, superando el 2% de referencias que consigue Jacobo Zabudovski por su noticiario *24 Horas*.

## PRIMERA ENCUESTA SOBRE MEDIOS DE INFORMACIÓN EN EL VALLE DE MÉXICO

### Preguntas utilizadas para el tercer reporte

¿Cuántos radios tiene su familia (incluyendo los de casa, los de automóviles y portátiles)?

¿Cuántas horas al día acostumbra usted escuchar la radio de lunes a viernes?

¿Cuántas horas al día acostumbra usted escuchar la radio el fin de semana?

En su opinión, ¿el principal objetivo de la radio debe ser informar o entretener a su auditorio?

¿Dónde acostumbra usted escuchar la radio: en su casa, en su trabajo, en su escuela, en su automóvil, en el transporte?

¿Qué acostumbra usted hacer mientras escucha la radio?

¿A qué horas acostumbra usted escuchar la radio?

¿Qué temas le interesa a usted que se traten por radio?

¿Con quién acostumbra usted escuchar la radio?

¿Cuál es su estación favorita en la radio?

El día de ayer, ¿a qué horas escuchó usted la radio?

¿Acostumbra usted escuchar noticias por la radio? En caso afirmativo, ¿con qué frecuencia acostumbra usted escucharlas?

¿Qué noticiero acostumbra usted escuchar en la radio?

¿Con qué frecuencia acostumbra escucharlo?

¿Cómo calificaría usted en general a los noticieros que pasan por radio?

¿Qué tan completa le parece a usted

la información que pasan los noticieros de la radio?

¿Qué tan creíble le parece a usted la información que pasan los noticieros de la radio?

¿Qué conductor de noticieros en la radio le parece a usted que transmite la información más completa?

### RESPONSABLES DEL OPERATIVO

Dirección General:  
Ricardo de la Peña y  
Rosario Toledo Laguardia

Coordinación Operativa:  
Nahúm Toledo Ramírez

Coordinación de Oficina:  
Miguel Ángel Sánchez y  
Beatriz Sánchez Olivo

Coordinación de Sistemas:  
Ismael Cariño Romero y  
Arturo Tejeda Alfaro

## Conductores de noticieros de radio con información más completa y creíble

