# CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

El desarrollo y fomento de las tecnologías de información (TI) en el mundo, vienen impulsando dos tendencias en la comunicación: la optimización en los medios ya existentes y la creación de nuevas técnicas comunicativas. Así, los sistemas de comunicación acreditados y en uso desde épocas anteriores, han sido sustituidos por las nuevas tecnologías, o mejorados con ellas (televisión de alta definición, sonido digital, informática amigable, transmisión satelital, radio digital, etcétera). Este perfeccionamiento de los medios de comunicación, proporciona al usuario mayores beneficios en cuanto a la elaboración, transporte y aprovechamiento de la información; acelerándose por consecuencia los procesos de captación, almacenamiento y registro.

Con el impulso de las TI, en la segunda mitad de la década de los ochenta, hay una creciente necesidad por desarrollar una nueva tecnología denominada Radiodifusión Sonora Digital, mejor conocida como DAB: *Digital Audio Broadcasting*. Dicha tecnología, despertó un interés primordial en nuestro país, a fin de dar respuesta al público radioescucha para crear una radiodifusión de alta calidad que permitiera recobrar al auditorio de la AM y FM, que comenzó a preferir otros sistemas de entretenimiento como el disco compacto y los cassetts digitales, –y más tarde la telefonía celular y el iPod–, siendo que penetraron el mercado con intensidad desde el año de 1990.

Las características de esta propuesta –impulsada inicialmente en Europa– fueron las de lograr una calidad similar a la del disco compacto; eliminar los efectos de multitrayectoria, lograr la misma

calidad en las recepciones fija y móvil y en los servicios diurno y nocturno; usar más eficientemente el espectro; emplear rellenadores de sombra, es decir, colocar repetidores en zonas donde no llega la señal, pero usando la misma frecuencia del transmisor principal y proporcionar servicios adicionales de datos.

Bajo este panorama, el tema de la digitalización, se ha reducido, por el momento, al aspecto técnico –por cierto, poco incluyente para la mayoría de las radiodifusoras independientes que operan en el país–, manejado primordialmente por el Comité Consultivo de Tecnologías Digitales para la Radiodifusión creado en julio de 1999 y algunos técnicos y radiodifusores que participan activamente con la COFETEL. Así, se ha pospuesto la reforma a las leyes primarias existentes en la materia: la Ley Federal de Radio y Televisión y La Ley Federal de Telecomunicaciones, mientras no se decida el sistema digital que adoptará el Estado mexicano (*IBOC, Eureka o DRM*).

Respecto del sistema de Radio Digital que se implementará en México, la decisión estará entre el modelo norteamericano IBOC el cual tiene un menor costo económico de implementación y permitirá el uso de frecuencias ya existentes ó el Eureka 147 que en base a criterios técnicos, es el único sistema que puede aspirar a la actual convergencia para dar otros servicios de valor agregado, lo cual no pasa no pasa lo mismo con el IBOC el cual se plantea mucho más limitado en la entrega de servicios adicionales.

Dentro de estos escenarios, para la radiodifusora XEPA, se presentan dos situaciones que deberán atenderse en el corto y

mediano plazo: la primera de ellas, enfocada a buscar un financiamiento oportuno y relativamente barato, con el fin de realizar adecuaciones a toda la infraestructura en equipo de producción, transmisión, edición y captación de información; o en su caso hacer las sustituciones necesarias con el fin de enfrentar el cambio digital que se avecina.

La segunda, que no puede ni deber ser impostergable, es la relativa al análisis cuidadoso del mercado local y nacional, tanto cuantitativamente como cualitativamente. Esto en virtud de que debe ganar mayores audiencias y *ratings*, a fin de garantizar utilidades inmediatas y permanentes en los ejercicios fiscales venideros.

Las estadísticas analizadas a lo largo de la presente investigación, demuestran el bajo nivel de audiencias de la Amplitud Modulada, frecuencia por cierto, en la cual transmite la XEPA.

Si no se realizan, además, los cambios a los formatos y programación radiofónica de la estación, es predecible su desaparición. En este sentido, las alianzas, los convenios para trabajar con los Grupos Radiofónicos más fuertes del país o las fusiones, en último caso, pueden ser salidas, que permitan la permanencia de la XEPA en el mercado.

En sí, el cambio digital, para la XEPA, puede quedar parcialmente resuelto al darle cabida a todas y cada una de las recomendaciones que se mencionan. Sin embargo, las preferencias en cuanto al uso de la radio, solo dependen del público radioescucha. Si éste, no está satisfecho con la programación, la transmisión y la señal, definitivamente optará por otros medios.

Por otro lado, el problema del otorgamiento de una frecuencia *combo* FM, para la XEPA, esta resultando complicado. Al parecer los planteamientos y necesidades de la XEPA, señalados ante las autoridades del SCT y la COFETEL, no han sido del todo fructíferas. No es previsible tener una FM, en el mediano plazo. En ese sentido, la radiodifusora debe trabajar, sólo sobre aquellas condiciones, que sí puede resolver en este momento.

La transformación digital por si misma, se considera, la puede realizar la XEPA, con la salvedad de que es ajena, a las medidas que posibiliten la pronta penetración de equipo receptores –de carácter digital– en la población, a través de la intervención directa de las empresas involucradas en la materia (*Sony, Aiwa, Philips, Samsung*, entre otros) y de aquéllas implicadas con el suministro de equipos portátiles para la industria automotriz.

Lo cierto es, que el evidenciar resultados inmediatos en la radiodifusora XEPA, implica proporcionalmente inyectarle más recursos tanto financieros, técnicos y humanos: mejores comentaristas, analistas políticos, una adecuada y variada programación musical y noticiosa, la atracción del público radioescucha a través de promociones y concursos. La publicidad permanente en otras emisoras y medios masivos de comunicación, la intervención constante de patrocinadores, son factores que deben ir de la mano con el cambio tecnológico digital, que requiere y debe propiciarse en la XEPA.

Bajo las conclusiones y recomendaciones señaladas, en términos generales la presente investigación, constituye una

aportación valiosa para todos aquellos radiodifusores y profesionales, interesados en conocer los cambios que se están suscitando a raíz de la era digital.

Reflejando así las implicaciones que tiene el tema de la digitalización en la Radiodifusión en México como institución, teniendo como desafió el ganar terreno como medio de comunicación llevado de la mano de los avances tecnológicos. Y la situación para los pequeños radiodifusores de AM, que no cuenten con los recursos económicos necesarios para efectuar el cambio, sencillamente desaparecerán, sí es que el Estado no establece el sistema adecuado que permita operar a la radio en igualdad de circunstancias.

Estos son factores que pueden alentar a estudios particularizados dentro de las radiodifusoras que intentan transformarse para continuar como negocios rentables.