

Fecha 23.10.2008	Sección Radio	Página 5
---------------------	------------------	-------------



→ la ventana ciega

La tercera generación

●●● De los pioneros radiodifusores que vieron nacer a la radio en México devinieron sus hijos con carácter ya de los concesionarios empresarios; éstos, de los años sesenta a la fecha, transitaron de la radio que semejaba a la revista teatral a la industria de carácter musical, genérica y, sobre todo, publicitaria. Los concesionarios hijos de esta segunda generación son ahora jóvenes de 30 años en promedio, que no sólo respetan las industrias paternas y de sus abuelos, sino que además conocen y buscan las convergencias de la radiodifusión local con las bondades de la internet, el Podcast y la radio con cámaras de televisión. En esta generación de radiodifusores se encuentran tanto Alejandro Laris Rodríguez, presidente saliente de la Asociación de Radiodifusores del Valle de México, como Mauricio Huesca Bustamante, quien asumirá la presidencia de la

ARVM el lunes 27 de octubre próximo. Toca, pues, evaluar qué ha sucedido con la asociación que agrupa a los concesionarios del Valle de México en los últimos dos años, para valorar después cuáles serán los retos y vertientes a seguir para Mauricio Huesca. Alejandro Laris, además de haber laborado con una jovialidad inusitada, ha sido quizá el único presidente de ARVM que pensó en capacitar a los titulares de las oficinas de comunicación social gubernamentales para que se estimulara la comercialización de la radio como medio de difusión del Estado. Ha sido en este periodo cuando hemos pasado una de las crisis más fuertes en lo económico, tanto para la AM como para la FM; sin embargo, también ha sido un periodo de concordancias, de bienestar entre grupos de radio, y conste que las cosas no han sucedido en lo político nada fáciles. Para Mauricio Huesca, quien goza de un carácter estricto en el cumplimiento de compromisos asumidos, llegará una administración de mucho aprendizaje, pues será ésta la de modernización tecnológica; deviene una baja inversión en la AM, mas no la muerte de la amplitud modulada; será, además, un tiempo de buscar alianzas de solidaridad y fusiones empresariales para que transitemos justo estos dos años venideros a la mejora técnica de las emisoras de AM ya trasladadas a la FM. El reto es interesante, y suena del todo atractivo para el carácter de Mauricio Huesca. ■

Pare oreja y opine:

laventanaciega@yahoo.com.mx



Página 1 de 1
\$ 12240.00
Tam: 136 cm2
JUREÑA