

PCIS

## HISTORIA Y SITUACION ACTUAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION REGIONALES

Proyecto de investigación del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación CONEICC.

### INTRODUCCION

Tal vez una de las razones por las cuales se hayan elaborado tan pocas investigaciones sobre los medios de comunicación locales sea la pretensión de analizar no solo los medios sino todas sus posibles mediaciones en todos y cada uno de los municipios de una entidad federativa.

La afirmación anterior es exagerada pero tiene algo de verdad: los investigadores tendemos a analizar varios fenómenos a la vez y a correlacionarlos e interpretarlos exhaustivamente. El resultado no suele ser el conocimiento de la realidad sino su distorsión.

¿Por qué no nos conformamos con describir sencilla y correctamente un solo fenómeno? Respuestas puede haber muchas y muy válidas, pero lo cierto es que en el caso de los medios de comunicación regionales son contados los estudios publicados que nos hablan de lo que ocurre en cada entidad federativa.

Esta investigación se propone averiguar cuándo y cómo surgieron los medios de difusión en cada entidad federativa, para pasar después a describir la situación en la que actualmente se encuentran, mostrando al mismo tiempo los cambios que han sufrido por influencia de acontecimientos sociales o políticos de la región. Es decir al ir narrando la fundación y desarrollo de periódicos y estaciones se explicitarán los hechos que fungen como marco histórico.

Podríamos decir que esta investigación vería cumplido su objetivo si para octubre de 1988 tuviéramos en las manos un texto que diera cuenta de la historia y situación actual de los medios en cada estado de la República. Texto que llevaría un último capítulo o apéndice en el que se enlistaran todas aquellas investigaciones derivadas de lo ahí descrito y que quedarán como propuestas de trabajo para una segunda etapa. O sea, habría un apéndice o colofón con todo lo que se hubiera querido investigar o que en el transcurso de la investigación apareció como relevante, pero que para una primera etapa era demasiado.

### METODOLOGIA

Una investigación tan sencilla como la que se propone no puede reducirse a un mero listado de medios transcrito de un directorio de medios publicitarios mexicanos. Pero tampoco requiere de un rompimiento de cabeza para dar con un sofisticado marco teórico. Un método no es más que un camino para llegar a lo que queremos. Y lo que queremos es comenzar por acercarnos sistemáticamente

al fenómeno de la comunicación social regional, mediante la narración de cómo, cuándo y por qué surgió cada periódico, estación de radio y de televisión en la entidad, así como la joven actividad del video.

Se trata de contar una historia cuyo final sea el momento presente. Hay muchos estilos para contar historias, pero antes de contarlas hay que documentarlas, hay que reconstruir los hechos, hay que reunir la documentación existente.

Podría comenzarse por localizar un directorio o listado de los medios de difusión en la entidad y localizar la fecha de fundación del periódico, de la estación o de la empresa de video. Una vez que se tiene un orden cronológico, podría pasarse a ubicar a las personas que hayan trabajado en los medios durante etapas diferentes. Aquí podría combinarse la técnica de la entrevista con algunos conocimientos de microhistoria.

Para ello podrían resultar útiles estos libros:

- Perdomo Orellana José Luis  
En el surco que abre el otro. (Teoría y práctica de la entrevista)  
Ediciones de comunicación, grupo Ferrer 1987. México.
- González y González Luis  
Investigación a la microhistoria.  
Fondo de Cultura Económica y CREA (Biblioteca Joven) México 1986.

Una vez realizadas las entrevistas con aquellos que presenciaron el surgimiento de los primeros periódicos o estaciones, se coteja la información de varios informantes y se procede a la redacción, intercalando también datos sobre la historia de los medios procedentes de periódicos u otras fuentes. Esto último obliga a tener presentes las investigaciones que ya se han hecho sobre la historia de los medios en la región.

#### SELECCION DEL OBJETO DE ESTUDIO

Dado que se trata de una narración sencilla y no de una investigación exhaustiva, es posible cubrir la historia de la prensa, la radio, la televisión y el video. En algunos estados como Nuevo León, donde hay cuatro universidades, sería factible que cada una cubriera un medio y los resultados de las investigaciones se publicaran en el mismo libro. En cambio, en aquellos estados en los que sólo hay una o dos universidades habría que elegir un medio o quizás un aspecto de varios medios. Esta decisión habría que tomarla en función del material y los recursos disponibles.

Más vale contar bien pocas historias que presentar datos deshilvanados sobre todos los medios de difusión de la entidad. Como ejemplo de una investigación descriptiva sumamente sencilla, podríamos dar la realizada en la Universidad de Guadalajara con la colaboración de la Asociación Mexicana de investigadores de la Comunicación (P. Arredondo. Los medios de comunicación en Jalisco. U. de G. 1986, 62 p.). En este estudio se hace una presentación general de la historia y de la situación actual de los medios sin profundizar particularmente en ninguno de ellos,

Decidir qué medio, qué aspecto o qué período se va a investigar es algo que compete a cada una de las universidades.

## ASPECTOS NO INVESTIGADOS DE LA PRENSA

La mayor parte de las entidades federativas cuentan con algún estudio histórico gráfico de su prensa; algunas poseen también análisis de las posiciones políticas o ideológicas de los periódicos. Para esta investigación resulta indispensable registrar la bibliografía y hemerografía que existe al respecto, para publicarla en un anexo. Apartir de este material pueden determinarse aquellos aspectos no estudiados.

Hay muchos aspectos no trabajados y que podrían ser objeto de la presente investigación. Mencionamos tres:

### 1. Incorporación de nuevas tecnologías en la prensa local.

A partir de una lista de los periódicos que se editan en el estado, puede procederse a hacer un estudio del tipo de tecnología que utilizan en la producción del diario. Es probable que de aquí derivemos la existencia de varios tipos de periódicos. Por ejemplo: a) los que aún componen con linotipo e imprimen con rotativa. b) los que componen en frío a través de foto-composición e imprimen en offset. c) los que para componer usan videoterminal y fotocomponedora e imprimen en offset con comando automático. d) los que mezclan técnicas modernas de composición e impresión generando su propio proceso de producción.

Una vez realizado un estudio comparativo entre los periódicos del estado se podría plantear otra investigación acerca de los efectos de la incorporación de las nuevas tecnologías en los hábitos de los periodistas o en el empleo. Tanto esta fase como la anterior conviene realizarla a partir de entrevistas a directivos, administradores, periodistas y trabajadores de talleres.

### 2. Distribución de la prensa local.

Prácticamente no hay estudios sobre la forma en que se distribuyen los periódicos en cada entidad federativa. Sería importante registrar las diferencias que en este terreno se dan entre un estado y otro; así como entre los estados del norte y la capital de la República. Habría que ver si en los estados se han gestado organizaciones semejantes a la Unión de voceadores y Expendedores que opera en el D.F.

Igualmente convendría analizar que porcentaje de los periódicos se distribuyen mediante repartidores en casa y cuántos se venden en puestos. No hay duda que la distribución en el D.F. es una forma de control político, habría que ver si el esquema se repite o se rompe en los estados fronterizos del norte.

### 3. Organización de los periodistas locales.

En los últimos años se han multiplicado las asociaciones gremiales en todo el país; algunas por iniciativa de los periodistas locales, otras como afiliadas a organizaciones nacionales. Algunas agrupan únicamente a trabajadores de la prensa escrita otras a trabajadores de los medios electrónicos; algunas tienen relación estrecha con los sindicatos del ramo, otras no. Conocer el carácter y objetivos de las que operan en los estados fronterizos colaboraría a una mejor descripción del panorama general de los medios de difusión.

## RADIO

La historia de la radiodifusión local no ha sido aún contada; existen únicamente datos aislados sobre las primeras estaciones. Habría que relatar cómo se armaron las primeras programaciones y quienes fueron los primeros anunciantes, cuántos de éstos lo han sido ininterrumpidamente hasta hoy. Cómo fue que los concesionarios fueron incorporándose a cadenas nacionales e igualmente podría investigarse qué estaciones se rehusaron a ello. Sería conveniente tener un registro de las fechas de caducidad de las concesiones, así como una mínima descripción del perfil de cada concesionario en cada una de las localidades de la entidad.

## TELEVISION.

Lo dicho para la radio es válido para la televisión, ya que esta historia tampoco ha sido contada. Igual que en el caso podría comenzarse con las estaciones más antiguas hasta llegar a las recientemente concesionadas o permisionadas, sin olvidar que así como en radio hay que abarcar tanto las estaciones de AM como las de FM., en televisión hay que hacer lo mismo con las de VHF y con las de UHF .

Respecto a esta última banda conviene recordar que incluye 70 canales (del 14 al 83) y ocupa el segmento del espectro electromagnético que va de los 470 a los 890 megahertz. Los canales 70 al 83 están destinados a enlaces de los servicios de televisión rural y televisión por cable.

Esto último según el Acuerdo emitido por la Dirección General de Telecomunicaciones de la SCT el 22 de marzo de 1974. De aquí que haya que investigar cuáles son los canales de esta banda de UHF destinados a televisión comercial, cuáles a televisión rural y cuáles se usan para cable.

En los casos en que el gobierno del Estado opere alguna estación de televisión sería pertinente narrar el proceso mediante el cual surgió y describir a grandes rasgos su programación. Si la televisión forma parte junto con la radio u otro medio de un sistema de comunicación social estatal, habría que describir origen, objetivos y realizaciones hasta el momento presente.

## VIDEO

En el caso del video todo está por narrarse; habría que comenzar por mencionar en qué año aparece la primera empresa distribuidora de video y señalar su origen. Después distinguir las distintas modalidades de empresas de video que han ido apareciendo en la entidad, señalando cuáles pertenecen a cadenas que operan con el mismo modelo en toda la república. Mencionar qué establecimientos son de carácter local, cuáles se dedican exclusivamente a la renta y cuáles venden cintas. Igualmente habría que señalar la procedencia del material que ofrecen a indicar si existen videos producidos localmente.

Una vez levantados estos primeros datos descriptivos podría alternarse la investigación con encuestas de opinión entre el público usuario.



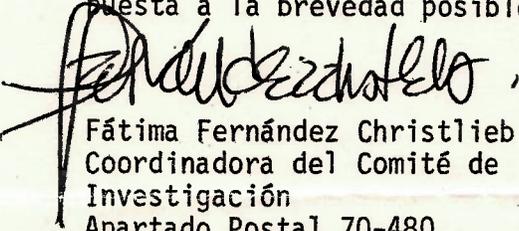
---

Consejo Nacional  
para la Enseñanza y la Investigación  
de las Ciencias de la Comunicación  
CONEICC

---

Me permito enviarle el proyecto de investigación "Historia y situación actual de los medios de comunicación regionales" con la finalidad de saber si la Universidad a la que usted pertenece estaría interesada en participar en el estudio de los medios de comunicación en su entidad federativa.

El proyecto que anexo es un primer-borrador que sería corregido y ampliado en una reunión de trabajo con las universidades interesadas y posteriormente realizaríamos un seminario en el que discutiremos los aspectos metodológicos de la Investigación. Como se explica en el texto, CONEICC se propone coeditar con la universidad responsable y eventualmente con algún otro patrocinador, un libro que describa la historia y la situación actual de los medios de comunicación en cada estado de la República, edición que pretendemos quede concluida en octubre de 1988. De aquí que dada la premura, le agradecería su respuesta a la brevedad posible.

  
Fátima Fernández Christlieb  
Coordinadora del Comité de  
Investigación  
Apartado Postal 70-480  
México 04510, D.F.