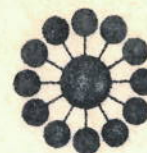




UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



CCC  
AI  
0342

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

## TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO

### PRESENTACION.

El conocimiento actual de los medios de comunicación en México se caracteriza, a pesar de los avances evidentes en este terreno, por la existencia de numerosos "vacíos", verdaderos "hoyos negros", que imposibilitan la comprensión global de los procesos de comunicación en México. Uno de estos vacíos lo constituye el fenómeno radiofónico, particularmente en lo que se refiere a sus manifestaciones en el interior del país.

La ausencia de este conocimiento se ha traducido en la incapacidad para formular propuestas realistas que apunten hacia la transformación de las prácticas comunicacionales que imperan actualmente. La actitud denunciante, que frecuentemente apunta -con justificada razón- hacia las causas estructurales que determinan el modelo vigente, se ha manifestado impotente para elaborar, diseñar, en fin, crear, propuestas pertinentes que puedan llevarse a la realidad.

La necesidad, por tanto, de abocarse al estudio y comprensión de los procesos concretos de comunicación -en este caso la radio-, reviste una importancia vital no sólo en el campo del conocimiento, sino principalmente, en el ámbito de lo propositivo. Conocer para transformar sigue siendo el requisito del quehacer científico.

Uno de los aspectos que ha caracterizado la práctica de la investigación de los medios de comunicación en México es su excesiva dispersión. La vinculación entre los investigadores que enfocan problemas similares, se restringe a lo sumo a su participación en los escasos foros y encuentros nacionales. Es evidente que la realización de tales eventos tiene una importancia que no pretendemos cuestionar, pero es evidente también que la actividad de investigación requiere actualmente incrementar esfuerzos e intentar nuevas formas, audaces e imaginativas, en el abordaje y realización de nuestros problemas de investigación.

La realización del seminario sobre Comunicación Regional celebrado en Xalapa en septiembre de 1988, impulsado por el CONEICC, representa una pauta emergente que es necesario consolidar y multiplicar. La convergencia de los investigadores empeñados en estudios similares redundará en beneficios concretos e inmediatos, tanto a los procesos individuales como a la configuración de la totalidad del problema. Lo regional se funde y determina, indefectiblemente, lo nacional.

Atendiendo a lo anteriormente expuesto, el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara y el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), convocan al TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO.

#### OBJETIVOS.

- Confrontación y discusión de los supuestos teóricos y premisas metodológicas con que se aborda el estudio de la Radiodifusión en México.
- Elaboración de un estado de la cuestión sobre la investigación del fenómeno radiofónico en el país.
- Identificación y promoción de las oportunidades de intercambio y colaboración entre investigadores e instituciones que estudian la radiodifusión en México, tanto a nivel regional como nacional.

#### METODOLOGIA.

La reunión a la que se convoca está planteada en términos de taller. Esto supone la participación activa de todos los asistentes en la exposición de sus procesos y productos de investigación.

En principio se propone la siguiente organización temática de los trabajos:

- Descripción histórica.
  - génesis y evolución de la radiodifusión en México.
  - historia social del fenómeno.
- Análisis programático.
  - análisis de contenido.
  - análisis de significación.
- Análisis de radioaudiencia.
  - usos y gratificaciones.
  - recepción crítica.
- Mediaciones institucionales y práctica radiofónica.
  - análisis de control.
- Estudios jurídicos.
  - legislación y normatividad.

A partir de la presentación de las investigaciones en proceso o concluidas y de su aclaración y discusión, se formulará grupalmente el estado de la cuestión del estudio de la radio en México y se discutirán las posibilidades de apoyo e intercambio.

PARTICIPANTES.

Podrán participar en el taller todos los investigadores, nacionales o extranjeros, radicados en el país que hayan realizado o estén realizando investigación empírica de la radio en México.

LUGAR Y FECHA.

El taller se realizará los días 26, 27 y 28 de abril de 1989 en el Hotel Villa Montecarlo de la Ciudad de Chapala, Jalisco.

INSTITUCIONES ORGANIZADORAS.

- Centro de Estudios de la Información y Comunicación (CEIC), Universidad de Guadalajara.
- Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

APOYOS ECONOMICOS.

Las instituciones organizadoras disponen de 20 becas para apoyar la participación en el taller de los investigadores de la radio en México. Las becas incluyen hospedaje en habitación doble, desayuno y comida durante los días que dure la reunión. La asignación de las becas se hará conforme al orden de inscripción. Cubierto el cupo de becas, los interesados podrán participar asumiendo sus gastos. En el caso de investigaciones en equipo y/o institucionales se asignará sólo una beca al equipo y/o al proyecto institucional.

CUOTA DE INSCRIPCION.

\$ 20,000.00 (VEINTE MIL PESOS).

INSCRIPCIONES.

Los interesados deberán enviar una solicitud de inscripción anexando curriculum vitae, y una breve exposición por escrito de la(s) investigación(es) realizada(s) o en proceso (2 cuartillas por investigación). En el caso de trabajos publicados deberán incluirse las referencias bibliográficas correspondientes. Las solicitudes deberán recibirse antes del 7 de abril. La confirmación de inscripción se hará por vía telefónica.

INFORMES Y RECEPCION DE SOLICITUDES.

FRANCISCO ACEVES.

Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC),  
Universidad de Guadalajara,  
Vidrio No. 2384,  
Apartado Postal 6-216,  
Guadalajara, Jal.  
Tel.: (36) 30-24-19 y (36) 15-78-74.

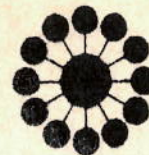
CARLOS E. LUNA CORTES.

Comité de Investigación (CONEICC),  
Fuego No. 1031,  
Col. Jardines del Bosque,  
44520 Guadalajara, Jal.  
Tel.: (36) 31-13-53 y (36) 31-02-97 Ext. 138.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

## TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO

### Programa de Trabajo

Miercoles 26

10:00 Inauguración.

10:15 Pablo Arredondo Ramirez

"La radio: un universo por explorar"

CEIC, Universidad de Guadalajara

11:30 Mesa de Trabajo I

### CUESTIONES HISTORICAS Y DIAGNOSTICOS

Gerardo Cotera Correa

"La radio... mito ó utopía realizable"

Universidad Regiomontana.

Juan Schuster y Carlos Navarrete

"Panorama de la radiodifusión en el estado de Veracruz"

Comunicación Social- Gobierno del Edo. de Veracruz.

14:00 COMIDA

16:00 Adonay de Jesús Hernández Briceño

"Génesis y situación actual de la radio en Yucatán"

Instituto de Ciencias Sociales de Mérida.

Xochilt Herrera Calderón

"La deformación de los valores artísticos y sus transformaciones a través de la difusión de la radio y la televisión, de los años cuarenta a ochenta y su trascendencia social e histórica en Michoacán"

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Francisco de Jesús Aceves González  
"Génesis de la radiodifusión en Jalisco: 1923-1940"  
CEIC, Universidad de Guadalajara

Fátima Fernández Christlieb  
"Relación Centro-Regiones en la radio mexicana"  
UNAM

Jueves 27

10:00 Mesa de Trabajo II

LA RADIO PERMISIONADA

Enrique Velasco Ugalde  
"Las concesiones radiofónicas de julio de 1989"  
UAM - X

José Cisneros Espinosa  
"Los conceptos de educación y cultura y el funcionamiento de nueve emisoras educativas y culturales"  
Universidad de las Américas (Puebla)

Arturo Valencia Ramos  
"La radiodifusión cultural en el noroeste de México. Casos : Sonora y Baja California"  
Universidad Iberoamericana - Noroeste

Edgar Rogelio Ramírez  
"Radiodifusión Cultural en Jalisco"  
Universidad de Monterrey

Ana María Peppino Barale  
"La radio permisionada en el estado de Hidalgo"  
UAM - Azcapotzalco

Cristina Romo Gil  
"La otra radio"  
ITESO

14:00 COMIDA

16:00 Mesa de Trabajo III

ANALISIS DE PROGRAMACION Y AUDIENCIA

Ma. Elena Hernández

"La producción de noticias en una radiodifusora tapatía"  
CEIC, Universidad de Guadalajara

Miguel García de Fernando

"Tribuna Radiofónica, estructura, influencia y credibilidad"  
Universidad de las Américas (Puebla)

Inés Ma. de los Angeles Cornejo Portugal

"Presencia de 'La Voz de la Mixteca' en la comunidad receptora de  
Tlaxiaco, Oaxaca"

Instituto Nacional Indigenista

Fraancisco de Jesús Aceves González

"El perfil de la radioaudiencia en Guadalajara"  
CEIC, Universidad de Guadalajara

Jorge García Negrete

"Verosímil de la radio comercial"  
Universidad Intercontinental

Viernes 28

10:00 Mesa de Trabajo IV

PROPUESTAS DE PROGRAMACION

Ricardo Amann Escobar

"Hacia una programación radiofónica alternativa para el estado de  
Jalisco"

Universidad de Guadalajara

Hugo Sánchez Sánchez

"Detrás de la radio"

Universidad Latinoamericana

Ana María Peppino Barale

"Proyecto de enseñanza informal por radio para grupos chicanos"

UAM - Azcapotzalco

Héctor Gómez Vargas

"La radiodifusión en Leon, Gto."

ITESM - León

12:00 CONCLUSIONES

Chapala, Jal.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

Guadalajara, Jal., mayo 8 de 1989.

C. HECTOR GOMEZ VARGAS.  
Valle de Oaxaca No. 204  
Leon, Gto.

Estimado Colega.:

Por este medio te haremos llegar, conforme a lo prometido lo siguiente:

- 1.- El directorio de los participantes al Taller de Discusión y Análisis de la Radiodifusión en México.
- 2.- La programación del desarrollo del evento.

Aprovecho la presente para recordarte el compromiso de enviar la versión definitiva de tu presentación, a mas tardar, el 31 de mayo. De esta forma podriamos acelerar la elaboración de la memoria.

Asimismo quiero agradecer tu participación al Taller, y espero que sus resultados impacten positivamente tu trabajo.

Con evidente afecto.

LIC. FRANCISCO DE J. ACEVES GONZALEZ.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

## TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO

### Programa de Trabajo

Miercoles 26

10:00 Inauguración.

10:15 Pablo Arredondo Ramirez

"La radio: un universo por explorar"

CEIC, Universidad de Guadalajara

11:30 Mesa de Trabajo I

#### CUESTIONES HISTORICAS Y DIAGNOSTICOS

Gerardo Cotera Correa

"La radio... mito ó utopía realizable"

Universidad Regiomontana.

Juan Schuster y Carlos Navarrete

"Panorama de la radiodifusión en el estado de Veracruz"

Comunicación Social- Gobierno del Edo. de Veracruz.

14:00 COMIDA

16:00 Adonay de Jesús Hernández Briceño

"Génesis y situación actual de la radio en Yucatán"

Instituto de Ciencias Sociales de Mérida.

Xochilt Herrera Calderón

"La deformación de los valores artísticos y sus transformaciones a través de la difusión de la radio y la televisión, de los años cuarenta a ochenta y su trascendencia social e histórica en Michoacán"

Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo

Francisco de Jesús Aceves González  
"Génesis de la radiodifusión en Jalisco: 1923-1940"  
CEIC, Universidad de Guadalajara

Fátima Fernández Christlieb  
"Relación Centro-Regiones en la radio mexicana"  
UNAM

Jueves 27

10:00 Mesa de Trabajo II

LA RADIO PERMISIONADA

Enrique Velasco Ugalde  
"Las concesiones radiofónicas de julio de 1989"  
UAM - X

José Cisneros Espinosa  
"Los conceptos de educación y cultura y el funcionamiento de nueve emisoras educativas y culturales"  
Universidad de las Américas (Puebla)

Arturo Valencia Ramos  
"La radiodifusión cultural en el noroeste de México. Casos : Sonora y Baja California"  
Universidad Iberoamericana - Noroeste

Edgar Rogelio Ramírez  
"Radiodifusión Cultural en Jalisco"  
Universidad de Monterrey

Ana María Peppino Barale  
"La radio permisionada en el estado de Hidalgo"  
UAM - Azcapotzalco

Cristina Romo Gil  
"La otra radio"  
ITESO

14:00 COMIDA

16:00 Mesa de Trabajo III

ANALISIS DE PROGRAMACION Y AUDIENCIA

Ma. Elena Hernández

"La producción de noticias en una radiodifusora tapatía"

CEIC, Universidad de Guadalajara

Miguel García de Fernando

"Tribuna Radiofónica, estructura, influencia y credibilidad"

Universidad de las Américas (Puebla)

Inés Ma. de los Angeles Cornejo Portugal

"Presencia de 'La Voz de la Mixteca' en la comunidad receptora de Tlaxiaco, Oaxaca"

Instituto Nacional Indigenista

Fraancisco de Jesús Aceves González

"El perfil de la radioaudiencia en Guadalajara"

CEIC, Universidad de Guadalajara

Jorge García Negrete

"Verosímil de la radio comercial"

Universidad Intercontinental

Viernes 28

10:00 Mesa de Trabajo IV

PROPUESTAS DE PROGRAMACION

Ricardo Amann Escobar

"Hacia una programación radiofónica alternativa para el estado de Jalisco"

Universidad de Guadalajara

Hugo Sánchez Sánchez

"Detrás de la radio"

Universidad Latinoamericana

Ana María Peppino Barale

"Proyecto de enseñanza informal por radio para grupos chicanos"

UAM - Azcapotzalco

Héctor Gómez Vargas

"La radiodifusión en Leon, Gto."

ITESM - León

12:00 CONCLUSIONES

Chapala, Jal.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

## DIRECTORIO DE PARTICIPANTES EN EL TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO.

- 1.- Francisco de Jesús Aceves González  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C. U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal.
- 2.- Ricardo Amann Escobar  
Av. Américas # 1485 Tel: 421903  
U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal
- 3.- Pablo Arredondo Ramírez  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C. U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal
- 4.- José Cisneros Espinosa  
Sta. Catarina Mártir, Cholula Pue.  
Tel: 470000 ext. 1224  
U. de las Américas- Puebla.
- 5.- Inés Cornejo Portugal  
Tabasco 165-202 Col. Roma Tel: 5146681  
Instituto Nacional Indigenista.  
México, D.F.
- 6.- Gerardo Cotera Correa  
Río de la Plata # 122 Tel: 582811  
U. Regiomontana  
Monterrey, N.L.
- 7.- Fátima Fernández Christlieb  
Apartado Postal 70-480  
México 04510. D.F.  
UNAM.
- 8.- Miguel García de Fernando  
Apartado Postal 482 UDLA-P, Cholula  
Tel: 470000 ext. 1224. C.P. 72820  
U. de las Américas Puebla.

- 9.- Jorge García Negrete  
Insurgentes Sur 1870 Tel: 5346060 ext. 211  
U. Intercontinental  
México, D.F.
- 10.- Héctor Gómez Vargas  
Valle de Oaxaca 204 Tel: 81250  
ITESM, León  
León, Gto.
- 11.- Adonay de J. Hernández Briceño  
Calle 31 "A" # 351 Col. López Mateos  
Tel: 277371  
Instituto de Ciencias Sociales de Mérida  
Mérida, Yucatán
- 12.- Ma. Elena Hernández Ramírez  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C U de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal.
- 13.- Teresa Xóchilt Herrera Calderón  
Mariano de J. Torres # 108-6 Camelinas  
Tel: 4-8057  
U. Michoacana de Sn. Nicolás de Hidalgo  
Morelia, Mich.
- 14.- Ma. Refugio Larios Rodríguez  
Homero # 301 Dto. 103 Tel: 25 50618  
U. Iberoamericana.  
México, D.F.
- 15.- Carlos Luna Cortés  
Francisco Frejes # 183 Tel: 168775  
ITESO-CONEICC  
Guadalajara, Jal.
- 16.- Carlos Navarrete Martínez  
Plan de Ayala # 18  
Comunicación Social, Gob. del Edo. de Veracruz  
Xalapa, Ver.
- 17.- Luis Núñez Gornés  
Bartolache # 1120 Tel: 5591603  
U. Iberoamericana  
México, D.F. 03100
- 18.- Ana María Peppino Barale  
San Pablo # 160 Tel: 382-5000 ext. 202,204  
UAM-Azcapotzalco  
México, D.F.
- 19.- Edgar Rogelio Ramírez  
Savotino # 513  
U. de Monterrey  
Monterrey, N.L.

- 20.- Cristina Romo Gíl  
Santa María # 3089 Tel: 154653  
ITESO-CONEICC  
Guadalajara, Jal.
- 21.- Hugo Sánchez Sánchez  
Av. Santana # 272 Col. Unidad  
Culhuacán Tel: 6561042  
U. Latinoamericana  
México, D.F.
- 22.-Juan Schuster Fonseca  
Libertad 3-2 Coatepec, Ver.  
Tel: 6 2616 C.P. 91500  
IIESCA. U. Veracruzana
- 23.- Arturo Valencia Ramos  
Blud. Agua Caliente y Privada Pinos  
Tel: 862009  
U. Iberoamericana Noroeste.  
Tijuana, B.C.
- 24.- Enrique Velasco Ugalde  
5a. Cerrada de Caliz # 7-A  
Col. El Reloj. 04640 Méx., D.F.  
Tel: 677 13 97  
UAM-Xochimilco.  
México, D.F.



MEMORIA DEL TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA  
RADIODIFUSION EN MEXICO

Sede:

Hotel Villa Montecarlo. Chapala, Jalisco.

Fecha:

26, 27 y 28 de Abril de 1969.

Organizadores:

Centro de Estudios de la Información y la  
Comunicación (CEIC) - Universidad de  
Guadalajara

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

Coordinadores del Taller:

Francisco de Jesús Aceves Glez.

Carlos Eduardo Luna Cortés

Compiladores:

Francisco de Jesús Aceves González

Carlos Eduardo Luna Cortés

\*

\*

\*

## PRESENTACION

Los días 20, 27 y 23 de abril de 1969, en la población de Chapala, Jalisco, se llevó a cabo el TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO, organizado por el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara y el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC).

La convocatoria congregó a 24 estudiosos del fenómeno radiofónico en México, provenientes de 16 universidades, una institución del Gobierno Federal y un Departamento del Gobierno Estatal de Veracruz. Se expusieron un total de 22 reportes de investigación que abordaron las siguientes temáticas. Cuestiones históricas y panorámicas acerca de la radiodifusión, tanto en su ámbito comercial como en el permisionado; análisis y diagnóstico de programación radiofónica y análisis de radioaudiencia.

La presente memoria se integra con 15 trabajos, cuyos avances o resultados se presentaron en el taller, y que se encontraban inéditos al momento de la realización del mismo. Esta selección nos permite conocer cuáles son las temáticas que actualmente preocupan a los investigadores de la radio; desde qué perspectiva y mediante qué instrumental metodológico abordan el objeto de estudio; cuáles son y cuál es la importancia de los resultados

obtenidos. Es decir, que nos permite esbozar un perfil acerca del estado que guarda actualmente -con sus logros, pero también sus carencias- la investigación sobre la radio en México.

El primer apartado, "PARA EMPEZAR. UN DIAGNOSTICO", recoge la exposición de Pablo Arredondo, ponencia inaugural de los trabajos del taller. En ella, el autor precisa en forma acuciosa y puntual, los avances, escasos pero innegables que existen en el campo de la investigación radiofónica, pero también, señala los enormes retos, a la medida de un universo inexplorado, que tiene el mundo de la radio para los estudiosos de la comunicación.

En el segundo apartado, "HACIA UNA COMPRESION HISTORICA DE LA RADIO MEXICANA DESDE LA PERSPECTIVA REGIONAL", se encuentran cinco trabajos, que aunque elaborados desde diferentes enfoques y perspectivas, tienden todos ellos hacia el objetivo común, que resume el título de este apartado.

Fátima Fernández propone para el análisis de la dinámica entre el centro y las regiones, un acercamiento a partir del andamiaje teórico de la geografía social. Su enfoque, constituye un replantamiento a la forma tradicional como se abordaba la problemática de la centralización y la concentración en los medios masivos de comunicación, particularmente la radio y rescata el papel protagónico que en el desarrollo de la industria jugaron los empresarios

radiofónicos de las provincias del país. Una constatación de lo anterior la proporciona el trabajo de Francisco de Jesús Aceves, en el que ilustra el proceso de consolidación de la radio tabasqueña en la década de los años cuarenta. Por su parte, Hector Gómez, establece pautas fundamentales para la comprensión de la génesis de la radio leonesa, destacando igualmente la participación de radiodifusores locales. Adonay de Jesús Hernández, describe en forma precisa, los momentos importantes acaecidos en los primeros tiempos de la radiodifusión yucateca. Finalmente, Carlos Navarrete y Juan Schuster, en un amplio y documentado trabajo, nos proporcionan una panorámica global sobre la situación de la radiodifusión en el estado de Veracruz.

En el tercer apartado, "POR LOS SENDEROS DE LA RADIO CULTURAL", se ubican los trabajos que abordaron algunos problemas relacionados con este importante, aunque descuidado sector de nuestra radiodifusión.

Lo inicia el trabajo de Cristina Romo, en el que a manera de inventario, traza los contornos de la radio permitida en México. En él se encuentran narradas de manera nítida e irrefutable, las frustraciones y desventuras, de quienes se esfuerzan por construir la radio de pretensiones culturales en el país. Edgar Rogelio Ramírez, nos presenta las vicisitudes de una de las estaciones culturales más antiguas de México, la KEJB,

permisionada al gobierno jalisciense. El trabajo de Ana María Peppino, sobre el estado de Hidalgo, nos permite apreciar la diversidad de formas que adopta la radio cultural en los diferentes estados. Ambos trabajos, el de Edgar y el de Ana María, son aportaciones significativas en el campo de la historiografía de la radio permisionada. En esta tendencia se inscribe el proyecto de Arturo Valencia, en su propósito de aproximarse a los avatares existenciales de las radiodifusoras culturales del noroeste. Por su parte, José Cisneros examina la correspondencia que existe entre la forma de conceptualizar la "educación" y la "cultura", con el funcionamiento real de las transmisiones en nueve estaciones culturales. Inés Cornejo retoma en su investigación uno de los aspectos que demandan atención urgente de parte de los estudiosos: el problema de la recepción. En un muy sugerente estudio, Inés nos propone en su acercamiento a una comunidad indígena, el uso de metodologías provenientes del campo antropológico.

El cuarto apartado, "ATISBANDO LOS PROGRAMAS Y LAS AUDIENCIAS", comprende trabajos enfocados sobre la programación radiofónica y el análisis de las audiencias.

A partir de una fructífera experiencia profesional en el campo de la radio comercial, Jorge García Negrete nos adentra con singular precisión, en los laberintos del funcionamiento de la radio comercial. Desde su condición de testigo y actor, desnuda los procesos internos sobre los que

se construyen las realidades de la programación de la radio concesionada. Desde otra óptica y enfatizando el análisis en un elemento particular de la programación, los noticieros radiofónicos, María Elena Hernández plantea en su proyecto algunos de los supuestos en que fundamenta la construcción noticiosa. En el campo de la audiencia, Francisco de Jesús Aceves presenta avances de una investigación mediante la cual pretende aproximarse, a manera de exploración, al conocimiento de algunas características del radioescucha tabatle.

Hemos incluido además, en la parte final de este volumen, una sección que titulamos "CRESTOMATIA", cuya importancia radica en que en ella se reproducen, de manera textual y con las limitaciones que tiene tal procedimiento, algunas de las discusiones que se generaron a lo largo del Taller y que abordan algunos problemas "candentes" de la investigación actual de la comunicación.

Los coordinadores del Taller, queremos hacer una reconocimiento especial a Oralia Arreola Ochoa, por su valiosa colaboración, tanto en el desarrollo del evento como en la recopilación y conformación de la presente memoria. Asimismo agradecemos a Teresa de Jesús Tovar Peña, su paciente y exhaustivo trabajo, en la revisión de los materiales que integran la memoria.

Francisco de Jesús Aceves González

MEMORIA DEL TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA  
RADIODIFUSION EN MEXICO

Presentación

I. PARA EMPEZAR. UN DIAGNOSTICO

La Radio: Un universo por explorar.

Pablo Arredondo Ramirez  
CEIC. Universidad de Guadalajara

II. HACIA UNA COMPRESION HISTORICA DE LA RADIO DESDE LA  
PERSPECTIVA REGIONAL

La Dinámica Centro-Regiones en la Industria de la  
Radiodifusión Mexicana.

Fátima Fernandez Christlieb  
FCPYS. Universidad Nacional Autónoma de México

Consolidación de la Radio Comercial en Guadalajara.

Francisco de Jesús Aceves González  
CEIC. Universidad de Guadalajara

Notas para Entender el Surgimiento de la Radio Comercial en  
León, Guanajuato.

Héctor Gómez Vargas  
ITESM - León

Apuntes para la Historia de la Radio en Yucatán

Adonay de Jesús Hernández Briceño  
Instituto de Ciencias Sociales de Mérida

Panorama de la Radiodifusión en el Estado de Veracruz.

Carlos Navarrete Martínez  
Juan Schuster Fonseca  
Comunicación Social. Gobierno del Estado  
IIESCA - Universidad Veracruzana

III. POR LOS SENDEROS DE LA RADIO CULTURAL

La Otra Radio.

Cristina Romo Gil  
ITESO

La Radiodifusión Cultural en Jalisco.

Edgar Rogelio Ramírez Solís  
Universidad de Monterrey

La Radio Permisada en el Estado de Hidalgo.

Ana María Peppino Barale  
UAM - Azcapotzalco

La Radiodifusión Cultural en el Noroeste de México -Proyecto de Investigación-.

Arturo Valencia Ramos  
Universidad Iberoamericana - Noroeste

Los Conceptos de Educación y Cultura y el Funcionamiento Actual de Nueve Radiodifusoras Educativas y Culturales.

José Cisneros Espinosa  
Universidad de la Américas - Puebla

Presencia de "LA VOZ DE LA MIKTECA" en la Comunidad Receptora de Tlaxiaco, Oaxaca.

Ines Cornejo Portugal  
Instituto Nacional Indigenista

IV. ATISBANDO LOS PROGRAMAS Y LAS AUDIENCIAS

Verosimilitud de la Radio Comercial.

Jorge García Negrete  
Universidad Intercontinental

La Producción de Noticias en un Organización Radiofónica Tapatla. NOTISISTENA.

María Elena Hernández Ramírez  
CEIC. Universidad de Guadalajara

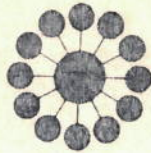
Las Estaciones Preferidas de los Radioescuchas Tapatios.

Francisco de Jesús Aceves González  
CEIC. Universidad de Guadalajara

V. CRESTOMATIA

\* \* \* \* \*





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

TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION  
EN MEXICO

CHAPALA, JAL. ABRIL DE 1989.

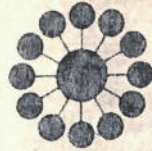
INFORME FINANCIERO.

1. INGRESOS.

-C.E.I.C. U. DE GUADALAJARA.	\$ 3'829,500.00
-CONEICC	1'689,289.00
-INSCRIPCIONES	580,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098,789.00</u>

2. EGRESOS.

-Hotel Villa Montecarlo	\$ 4'721,775.00
-Gastos Generales	477,014.00
-Honorarios:	
Oralia Ochoa	\$200,000.00
Francisco Aceves	350,000.00
Carlos E. Luna	350,000.00
	900,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098.789.00</u>



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

TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION  
EN MEXICO

CHAPALA, JAL. ABRIL DE 1989.

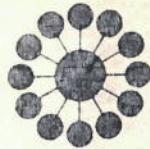
INFORME FINANCIERO.

1. INGRESOS.

-C.E.I.C. U. DE GUADALAJARA.	\$ 3'829,500.00
-CONEICC	1'689,289.00
-INSCRIPCIONES	580,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098,789.00</u>

2. EGRESOS.

-Hotel Villa Montecarlo	\$ 4'721,775.00
-Gastos Generales	477,014.00
-Honorarios:	
Oralia Ochoa	\$200,000.00
Francisco Aceves	350,000.00
Carlos E. Luna	350,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098.789.00</u>



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

TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION  
EN MEXICO

CHAPALA, JAL. ABRIL DE 1989.

INFORME FINANCIERO.

1. INGRESOS.

-C.E.I.C. U. DE GUADALAJARA.	\$ 3'829,500.00
-CONEICC	1'689,289.00
-INSCRIPCIONES	580,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098,789.00</u>

2. EGRESOS.

-Hotel Villa Montecarlo	\$ 4'721,775.00
-Gastos Generales	477,014.00
-Honorarios:	
Oralia Ochoa	\$200,000.00
Francisco Aceves	350,000.00
Carlos E. Luna	350,000.00
	900,000.00
TOTAL:	<u>\$ 6'098.789.00</u>

CONSEJO NACIONAL PARA LA ENSEÑANZA Y LA INVESTIGACION DE LAS CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION

COMITE DE INVESTIGACION

Taller de discusión y análisis de la radiodifusión en México. Informe  
de trabajo.

Del 26 al 28 de abril de 1989 se llevó a cabo en la Cd. de Chapala, Jal. el Taller de discusión y análisis de la Radiodifusión en México. El taller fue convocado y organizado por el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara, y el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC). Tuvo como objetivo el realizar un diagnóstico del estado de la investigación empírica sobre la radiodifusión en México y explorar mecanismos de intercambio y colaboración entre investigadores e instituciones que trabajan en este campo.

Fueron convocados a la reunión investigadores tanto de las instituciones miembros de CONEICC, como de otros centros académicos y profesionales, con el único requisito de tener trabajo empírico de investigación en el campo. Participaron en la reunión 24 investigadores de 17 instituciones, 12 de ellas miembros de CONEICC. (se anexa lista de asistencia).

La mecánica de la reunión estuvo centrada en la presentación y discusión de los trabajos, concluidos o en proceso, de los participantes. Estos trabajos fueron agrupados dentro de las siguientes categorías:

- Estudios históricos y diagnósticos generales.
- Radio cultural y educativa.
- Análisis de programación y audiencias.

- Propuestas de programación.
- Mediaciones institucionales.

Alrededor de cada una de estas categorías se estructuraron las sesiones de trabajo y la formulación y discusión de los problemas teóricos, metodológicos y técnicos implicados en cada tipo de acercamiento. (Se anexa programa de trabajo)

La última sesión de trabajo del Taller estuvo dedicada a la propuesta de conclusiones, sugerencias para la continuidad del trabajo conjunto, los mecanismos posibles de colaboración e intercambio y la evaluación de la reunión.

En términos de evaluación, la reunión fue considerada como muy fructífera, especialmente por la oportunidad que representó de diálogo entre investigadores y conocimiento mutuo del trabajo que se realiza y los problemas que se presentan cotidianamente. Ayudó también a obtener un panorama amplio del estado de la investigación sobre la radio en México, sus tendencias y las líneas que merecen una mayor atención. Quedó también de manifiesto la limitación del tiempo para abordar con mayor profundidad los diversos aspectos que se plantearon.

Dos propuestas concretas quedaron como tarea para las instituciones organizadoras. Primero, la publicación de los trabajos presentados y, segundo, la posibilidad de dar continuidad a reuniones de este tipo. Respecto del primer punto, se trabaja en la edición de la memoria. Se cuenta ya con todo el material revisado y listo para impresión en coedición CEIC-CONEICC. Se espera que la edición esté lista para abril de 1990 y pueda presentarse en el marco del VI Encuentro CONEICC de Comunicación. En relación con la continuidad, se considera que la fórmula de coorganización con el CEIC puede repetirse, ya sea para una segunda reunión sobre radio o sobre algún otro ámbito de la comunicación social (prensa, televisión, cine, etc.). El CEIC ha mostrado, en principio, su disposición para

trabajar con el CONEICC en este tipo de eventos. Se ha convocado también a la AMIC para sumarse a este esfuerzo con respuesta también positiva.

Carlos Luna Cortés  
Comité de Investigación  
CONEICC  
Guadalajara, Jal. Octubre de 1989

## La Radio: Un Universo por Explorar (\*)

Pablo Arredondo Ramirez

No es moda, ni tampoco debería concebirse como una fortuita coincidencia, el que en días recientes se realizara un amplio foro de análisis sobre la radio en la Universidad Nacional, en el cual tomaron parte un gran número de representantes de organizaciones vinculadas a la producción radiofónica junto con miembros de la comunidad académica. Es más plausible suponer que la coyuntura política que vive el país a partir de la crisis, y de manera más aguda desde los pasados procesos electorales, haya reanimado y extendido entre múltiples sectores sociales la preocupación por el estado de cosas que impera en el sistema informativo nacional, dentro del cual la radiodifusión ocupa un lugar de innegable relevancia.

Aun a riesgo de caer en el lugar común, y hasta de evocar ciertos "eslogans" publicitarios, no está de más

---

(\*) Ponencia presentada en la apertura del Primer Taller de Discusión y Análisis de la Radiodifusión en México, organizado por el Centro de Estudios de la Información y la Comunicación (CEIC) de la Universidad de Guadalajara y el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC), en Chapala, Jal, el 26, 27 y 28 de Abril.

enfaticar las características que han hecho de la radio el más popular y penetrante medio de difusión en México. Accesibilidad, relativa sencillez tecnológica, bajos costos de producción, capacidad de accionar la maquinaria imaginativa de los receptores, flexibilidad para el desarrollo de géneros programáticos, etcétera, son tan solo algunas de las bondades inherentes a la radio. Se conjugan con este espectro de características del medio, las realidades sociodemográficas y culturales de la población, que propician su popularidad: altos niveles de analfabetismo funcional; condiciones económicas que hacen de la radio un medio al alcance de prácticamente cualquier individuo; hábitos heredados por una cultura autoctona predominantemente oral; y patrones de adquisición informativa fomentados durante muchas décadas, impactan significativamente la accesibilidad y la popularidad de la radio.

Resulta hasta cierto punto paradójico, pero no inexplicable, que en estas épocas de vertiginosas transformaciones e innovaciones tecnológicas en la comunicación, el medio radiofónico --el más antiguo de los llamados medios electrónicos-- deba ser considerado como un objeto importante de análisis para los estudiosos de la sociedad. Sin embargo, la paradoja no es tal. Si bien compartiendo la atención de los auditorios con la televisión, y de manera creciente con otras tecnologías (vr.g. el video casero, las nuevas modalidades televisivas



como la tv-cable y la antena parabólica), la radio sigue ocupando un lugar preponderante en el uso del tiempo libre y en la obtención de información noticiosa.

Por otra parte, habrá que reconocer que la radiodifusión mexicana ha experimentado cambios paralelos a los de nuestra sociedad; no tratamos hoy en día con el mismo medio que hace cuatro o cinco décadas comenzara a invadir de manera ampliada los hogares y las fantasías de la población. Una sociedad más diferenciada --urbanizada, modernizada, relativamente más educada, y sin duda masificada-- ha exigido, en cierta forma, el desarrollo de una radio de similares características; los géneros y los contenidos no ha quedado tampoco al margen de los cambios; y aún así, resulta claro que nuestra radio se debate entre importantes contradicciones, siendo la más notoria de ellas la que surge de sus potencialidades con sus prácticas concretas. ¿Denuncismo simplificador?, tal vez hasta cierto grado, pero es innegable que no obstante sus bondades, las prácticas radiofónicas predominantes (no hablamos de las honrosas excepciones) están lejos de responder a nuestras más evidentes necesidades de entretenimiento, información y educación. Las causas de ello son múltiples y complejas. Estructuras de propiedad, condicionantes del sistema y las relaciones de poder prevalecientes, intereses económicos, deformaciones profesionales, carencia de recursos humanos, configuración y aplicación de los marcos legales, bajos

niveles de participación social que se traduzcan en demandas inmediatas hacia el medio, cultura política, etc., podrían ser solo algunas de las explicaciones. De hecho, indagar estas y otras posibles conjeturas es sin duda el reto de los llamados comunicólogos.

Con todo, conviene resaltar que la radio, apesar de su ya larga historia, mantiene un carácter de fenómeno sociológico poco estudiado. Usemos como indicador de ello, el trabajo de sistematización documental realizado por Raúl Fuentes Navarro (1988), cuya base es el acervo del Centro de Documentación del CONEICC.<sup>2</sup> De los 877 estudios analizados por Fuentes, cubriendo un periodo de treinta años (1956-1986), solamente el 5% se refieren de manera específica y exclusiva a la radiodifusión. Más aún, de estos 40 estudios registrados, sólo tres son libros y el resto se dividen en cuadernos de trabajo, artículos dentro de otros libros y una buena cantidad son ponencias inéditas. Esto, sin duda, nos habla de la baja intensidad que han ocupado los estudios sobre la radio en México.

El problema parece ser todavía mayor, sin nos referimos al estudio de la radio en la llamada provincia mexicana, cuya condición de periferia se refleja consistentemente en la investigación de problemas comunicativos en general. Un análisis posterior de los datos reportados en el trabajo de

2.- Fuentes Navarro, Raúl (1988). La Investigación de Comunicación en México. Sistematización Documental 1956-1986. Ediciones de Comunicación, S.A. México, D.F.

Ramón Fuentes (cfr. Sánchez Ruiz, 1988)<sup>3</sup> señala que de los estudios sobre comunicación que especifican un ámbito geográfico nacional (254 del total) apenas un 28% tienen como su foco de atención a los estados de la república, que la capital del país concentra el 24% de las investigaciones, mientras los estudios de carácter nacional/general abarcan el 44% y los regionales el 4%. Debe mencionarse, además, que en relación a las investigaciones cuyo referente son los estados (o alguna de sus localidades), se manifiestan desequilibrios y tendencias centralizadoras; así por ejemplo, diez de los estados del país están prácticamente ausentes de la investigación comunicativa, mientras que estados como Jalisco, Veracruz, y en menor medida Chihuahua, Sonora, Michoacán y Guanajuato, resultan favorecidos en el contexto. Tales desequilibrios han significado, también, que muchos de los estudios elaborados sobre localidades y estados de la república hayan sido diseñados y realizados por investigadores externos a la región bajo estudio.

Para el caso de las investigaciones sobre radio, tomando la misma fuente informativa, se puede sostener que sólo el 37% de los 40 estudios incluidos, tienen como ámbito de referencia a los estados y sus regiones. En suma, los estudios sobre la radio en "provincia" representan apenas el

---

3.- Sánchez Ruiz, Enrique (1988) *La investigación de la comunicación y el análisis social en Latinoamérica y en México*, en La Investigación de la Comunicación en México. Logros, Retos y Perspectivas. Universidad de Guadalajara & Edicom, S.A. México, D.F.

1.7% del total reportado en la sistematización documental mencionada.

Por otra parte, en un análisis que recientemente publicamos sobre la investigación radiofónica en México (Arredondo, 1988),<sup>4</sup> encontramos algunas tendencias que vale la pena mencionar sintéticamente. A partir de una muestra de 73 estudios se percibió que en efecto, la radio ha tendido, a lo largo de varias décadas, a incrementar su condición de objeto de estudio. Así, del total de las investigaciones analizadas el 5.4% fueron elaboradas antes de los años sesentas, el 15.06% entre 1960 y 1969, el 32.8% en la década siguiente, y el 46.5% durante los primeros seis años de la presente década.

Una clasificación de temáticas generales, arrojó los siguientes resultados. Los estudios de carácter legal (es decir referentes a la normatividad del medio) representaron el 12.5% del total, siendo ésta la temática menos favorecida. Por su parte, el 19.4% de las investigaciones fueron ubicadas en la categoría de estudios históricos sobre la radio. En orden de importancia, siguieron los llamados estudios sobre "usos alternativos", es decir aquellos referidos al desarrollo de experiencias radiofónicas con

---

4.- Arredondo Ramirez, Pablo (1988) *La radio como objeto de estudio en México*, en Enrique Sánchez (compilador) La Investigación de la Comunicación en México. Logros, Retos y Perspectivas. Universidad de Guadalajara & Edicom, S.A. México, D.F.

finalidades educativas, de desarrollo socioeconómico, y de organización política. Estos representaron el 33.3% del total. Finalmente, la llamada categoría de los estudios "coyunturales", que para los fines del trabajo reseñado se definían como "aquellos que pretenden describir y/o analizar el estado que guarda el proceso de producción, distribución y consumo de mensajes radiofónicos en un momento determinado", concentró cerca del 35 por ciento.

Cierto es que la taxonomía utilizada adolece, como toda clasificación, de cierta arbitrariedad. Así, en los estudios llamados "coyunturales" lo mismo se incorpora un análisis de la estructura del sector radiofónico que el análisis de contenidos radiofónicos. Los estudios de "usos alternativos" lo mismo hablan de programas educativos dedicados a la comunidad infantil, que de proyectos encaminados a promover la difusión de innovaciones en el medio rural. En fin, la diferenciación entre áreas temáticas, niveles de análisis y puntos de interés específicos no muestra en detalle, los verdaderos perfiles que prevalecen en el estudio de este medio.

Pero tal vez más importante, sea el hecho de que los estudios elaborados (por lo menos aquellos a los que tenemos más fácil acceso, sea por la vía de su publicación o porque han sido capturados en alguna biblioteca o centro de documentación), manifiestan desniveles sustanciales en su

rigor teórico y metodológico. Es común encontrar que en su gran mayoría, las investigaciones no exceden la dimensión de lo descriptivo. Y sin ser esto un defecto, la realidad es que sus características metodológicas dejan mucho que desear tomando en consideración las pretensiones científicas de la investigación radiofónica, o si se quiere la de la investigación de la comunicación en general. Junto a ello, habría que tomar en cuenta que si bien los 73 estudios analizados sólo representan una muestra de la investigación sobre radio en México, tal muestra no es una mínima parte, sino la parte mayoritaria de las investigaciones realizadas. En tal sentido, la muestra excede por mucho su representatividad. Por tanto, no deberíamos soslayar el hecho de que en menos de un centenar de estudios (repito, de muy disímil calidad) se ha concentrado el conocimiento de un medio de comunicación que tiene más de sesenta años de operar regularmente en México, y al que comunmente calificamos como el más popular y accesible de los aparatos de difusión masiva.

Entonces, si juzgamos por los indicadores aquí mencionados, no nos queda sino reconocer que la investigación sobre la radio en México, es todavía, un territorio inexplorado, o escasamente explorado. Ahí radica, la importancia de este seminario de análisis. Es decir, en la posibilidad de incorporar nuevos conocimientos sobre la estructura, funcionamiento e impacto de la radio en muy

diferentes contextos sociales de esta unidad tan diversa culturalmente que llamamos nuestra nación.

La tecnología informativa y con ella los modernos medios de comunicación, seguirán evolucionando de manera vertiginosa. Habrá, en el futuro, un indiscutible desplazamiento de ciertos medios por otros, y con el tiempo el sueño "tecnológico" de una sociedad informatizada podrá, quizás, arraigarse en ciertos sectores de la población (muy seguramente en los más favorecidos por nuestro desigual desarrollo capitalista). Pero con todo, no está claro que la radio vaya a perder el estatus que hasta la fecha conserva en el conjunto de los medios de difusión. Además de las modificaciones tecnológicas que en el corto plazo impactaran al medio (vr.g. la ampliación de la banda de AM, o el desarrollo de un sistema estereofónico en la misma banda), es evidente que son muchas las modalidades de organización radiofónica y de interacción del medio con la sociedad que quedan por explorar. No se trata sólo de seguir ubicados en la dualidad "radio comercial" vs "radio cultural", se trata de proponer e impulsar nuevas formas de hacer radio, siempre a partir de un conocimiento sistemático y riguroso de sus condiciones actuales (históricas, estructurales y coyunturales).

Quisiera terminar citando algunas de las conclusiones a las que llegamos después de analizar los 73 estudios a los

que me he referido: "Es obvio que existen áreas del quehacer radiofónico escasamente estudiadas y que ello demanda un esfuerzo serio de los llamados "comunicólogos", si es que tal disciplina está dispuesta a avanzar en nuestro medio. Poco sabemos, por ejemplo, de la manera en que se organizan los procesos de producción en las instancias emisoras. Los estudios del contenido de la radiodifusión se han limitado en su mayoría a dar cuenta de las tendencias cuantitativas que predominan en los esquemas programáticos...pero más allá de tales tendencias no hemos sido capaces de indagar la estructura de los mensajes y, por tanto, la carga ideológica de los mismos. Las motivaciones últimas (o gratificaciones) que llevan al pueblo receptor a exponerse con cierta intensidad a la radio son, todavía, una "caja negra" para los analistas de la comunicación de nuestro país. Las vinculaciones entre estructuras sociales y políticas con los mecanismos de control del medio radiofónico en regiones específicas del territorio nacional está prácticamente ausente de la investigación de la comunicación. En el mismo sentido, el estudio de la radio en lo que contradictoriamente se llama el "interior de la república" (asumiendo que la capital representa por tanto el "exterior") ha sido prácticamente subestimado. En fin, podemos considerar que...un medio tan "viejo" como la radio reclama aún la atención prioritaria de quienes desean no solamente entender la complejidad de los fenómenos informativos, sino también de quienes están convencidos de



que los medios de difusión juegan un papel importante en los procesos de transformación social..."

RELACION CENTRO -REGIONES EN LA RADIO MEXICANA

Fátima Fernández Christlieb.

La investigación pretende analizar algunas diferencias regionales que se dan en la actividad radiofónica en México y mostrar, al mismo tiempo, como - pese a la diversidad geográfica y cultural que existe entre las regiones del - país hay denominadores comunes en los orígenes y el desarrollo de su actividad radiofónica.

El trabajo intentará articular los elementos nacionales con los regionales que surjan del análisis de la actividad radiofónica de los emisores en algunas regiones del país.

Hoy, la industria de la radio en México podría caracterizarse, a grandes rasgos, como privada, central, oficial y con alto grado de concentración de concesiones. Un análisis detallado del ejercicio de la actividad radiofónica revela que "lo-privado" está constituido por una amplia gama de empresarios que van desde quienes poseen grandes fortunas asociadas a actividades extra-radiofónicas hasta la posesión de una sola emisora como patrimonio familiar único.

Asimismo, este análisis manifiesta que el centralismo y el oficialismo son relativos y que rigen en circunstancias muy precisas (v. gr: vencimiento de concesiones o campañas electorales).

Este trabajo pretende romper con la visión centralista tradicional que describe a la actividad radiofónica como una industria monopólica en manos de un solo hombre e integrada al modelo norteamericano comercial. Dicho rompimiento comprende obviamente las propias investigaciones realizadas con esta visión.

Si bien es indudable que hay un nombre que inmediatamente se asocia con la industria radiofónica mexicana -el de Azcárraga Vidaurreta- este nombre no era un pulpo cuyos tentáculos pudieran abarcar dos millones de kilómetros cuadrados.

Este hombre se apoyó en muchos otros hombres y mujeres de las distintas regiones del país para organizar sus cadenas radiofónicas, mismas que en los años cincuenta descuidó.

Esta investigación quiere, no sólo contar algunas de las historias locales de resistencia al centro sino mostrar también como los elementos nacionales en la radio son, muchas veces, sólo formales y que el grueso de la actividad radiofónica está fincada en intereses y ámbitos locales de diversa índole.

Este estudio se propone analizar comparativamente varias zonas de la República Mexicana atendiendo al desarrollo que tuvo la actividad radiofónica en cada una de ellas. Es probable que lo anterior permita dilucidar las relaciones internas de poder que condicionaron a la industria de la Radio en cada zona y tal vez así, poder mostrar que algunas regiones han seguido la dinámica que les han marcado sus propios procesos sociales o la ubicación político-económica de sus concesionarios, sin que ello las haya convertido en discordantes respecto a los proyectos del capital central ni a los de la clase política estatal o federal. Asimismo se pretende explicitar la relación que cada zona ha tenido con el centro, visto éste tanto desde el Poder Ejecutivo Federal como desde los organismos privados con sede en el D.F., como sería la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión.

Por lo que toca al referente espacial, las zonas que se están estudiando son el Estado de Sonora, algunos estados del Altiplano central y la Península de Yucatán, por ser regiones muy distintas entre sí y porque parece que en conjunto dan una visión completa del mosaico nacional.

En lo que concierne a la dimensión temporal, se analizarán cuatro momentos en los que es muy factible que los concesionarios de radio de las zonas elegidas hayan externado su parecer ante eventos inscritos en la relación nación-región.

Estos cuatro momentos son:

- 1.- El conflicto que se generó entre febrero y mayo de 1955 a causa de la instala-  
ción de estaciones repetidoras de las grandes cadenas radiofónicas del Distrito  
Federal. Los concesionarios que en provincia operaban una sola estación no po-  
dían competir con las mencionadas cadenas, por lo que solicitaron a la Cámara de  
la Industria de Radiodifusión que hiciera gestiones ante la Secretaría de Comuni-  
caciones y Obras Públicas. La Cámara no lo hizo y las protestas se fueron exten-  
diendo a lo largo del país.
- 2.- La negociación que suscitaron los impuestos decretados en diciembre de 1968 por  
el Gobierno Federal y que afectaron severamente a los concesionarios. Durante --  
seis meses la Cámara negoció con la SCOP y propuso una distinta forma de pago pa-  
ra los impuestos. Estos se sustituyeron, en Julio de 1969, por el actual 12.5% -  
de tiempo a que tiene derecho el Estado en cada estación concesionada.
- 3.- De febrero a agosto de 1980 volvió a encenderse la polémica respecto a otra medi-  
da jurídica: la reglamentación del artículo sexto de la Constitución. Este artí-  
culo había quedado modificado en 1977 junto con las demás disposiciones constitu-  
cionales sobre el proceso electoral. En el marco de esa reforma política se dis-  
cute por primera vez la función social de los medios de difusión, en particular-  
los electrónicos. El debate tuvo entonces un alcance nacional.
- 4.- Durante la campaña electoral previa a las elecciones federales de 1988 los candi-  
datos de oposición reclamaron su derecho a expresarse a través de la radio, mien-  
tras que la gira del candidato del partido oficial tuvo amplia cobertura radiofó-  
nica. Es probable que esta situación haya despertado actitudes diversas entre --  
los concesionarios de las zonas muestreadas.

Los tres últimos momentos mencionados son fundamentalmente de carácter político y muestran un alto grado de semejanza entre sí, mientras que el primero obedece a conflictos entre capitales privados.

#### JUSTIFICACION DEL TEMA ELEGIDO

La mayoría de los estudios regionales sobre medios de difusión tienden, por una parte, a aislar a la entidad federativa o zona estudiada del resto de la nación o por otra conciben a la región como una reproductora de las relaciones de poder que se generan en el centro.

Obviamente ni una ni otra visión dan cuenta del fenómeno regional en el marco nacional. En el terreno de la radiodifusión no se ha intentado hacer un análisis que tenga como hilo conductor la relación nación-región. No digamos en lo que se refiere a la apropiación de contenidos o mensajes por parte de los receptores, ni en lo que toca a la eventual contribución de este medio en el refuerzo de la identidad regional o nacional, lo cual implicaría estudios complejos e interdisciplinarios, sino que ni siquiera contamos con trabajos que describan cómo y por qué fué que ciudadanos de diversas regiones del país tuvieron interés en convertirse en radiodifusores y cómo se fueron articulando en torno a una actividad que por su naturaleza tiene una doble jurisdicción federal: la legal y la política.

Amplia es la gama de interrogantes sobre estas cuestiones, este trabajo se propone comenzar a responder algunas de ellas, por ejemplo las siguientes: ¿Qué tipo de relación establecieron los concesionarios sonorenses y yucatecos con los distintos gobiernos de su respectiva entidad federativa y con los poderes centrales? ¿Qué posición tuvieron unos y otros en los diferentes momentos en que se generaron conflictos centro-regiones o poder político-capital privado?.

¿Cómo reaccionaron las emisoras sonorenses y yucatecas de los años cincuenta -- cuando el capital de Azcárraga Vidaurreta se enfrentó a las pequeñas emisoras lo cales agrupadas en el Comité Coordinador de Radiodifusoras de los Estados?

¿Tomaron partido con las cadenas de la XEW y la XEQ o apoyaron la protesta de -- los concesionarios de provincia encabezados por los veracruzanos? ¿o ni una ni -- otra, ya que Sonora y Yucatán por su lejanía y/o autonomía no se sentían involu-- crados en este tipo de conflictos? ¿o fue la fuerza económica de los sonorenses -- y la no necesidad de expansión fuera de su Estado lo que los mantiene al margen?

Una década después, ¿cómo reaccionan estos mismos concesionarios y cómo nego-- cian con el centro, cuando el gobierno de Díaz Ordaz grava inesperada y fuerte-- mente a los concesionarios? ¿Se unen a la presión que la Cámara de Radio y Tele-- visión lleva a cabo contra el gobierno, o por el contrario: no participan?

Y en el marco de la reforma política de 1977 ¿los empresarios de la radio sono-- rense y yucateca toman posición a favor o en contra de la reglamentación del de-- recho a la información, como lo hicieron los radiodifusores del altiplano cen--- tral?

En el período electoral federal de 1988 ¿cuál fue su actitud hacia el candidato del partido oficial y hacia los candidatos de la oposición? ¿Hubo presión por -- parte del PRI para abrir los micrófonos durante la campaña de Salinas de Gortari o ante el temor de no ver renovada su concesión en 1989 cedieron su tiempo sin -- mayor negociación?

Aquellas estaciones que pese a la presión de Clouthier -- como la XEA de Campeche -- no vendieron espacio al PAN ¿lo hicieron voluntariamente o por presiones? Fuera de los tiempos oficiales ¿qué estaciones abrieron sus micrófonos a la oposición? ¿Hubo represalias desde el centro hacia Radio Joya y Sistema de Radio de Yucatán por abrir las puertas de los estudios a Clouthier? ¿Ocurrió lo mismo con la XEOX de Ciudad Obregón y Radio KENY de Nogales, estaciones que también lo hicieron?

En cada una de las entidades federativas estudiadas se pudo hablar de una posición asumida por el gremio de los radiodifusores o cada concesionario actuó por su cu  
en  
ta?

Las anteriores preguntas y muchas más que no están respondidas se refieren única--  
mente a la relación entre concesionarios y entre éstos y el Estado. Esta investiga--  
ción no pretende dar cuenta de lo que ocurre en el ámbito de los radioescuchas. --  
Por el momento, se considera importante y suficiente comenzar a plantear la rela--  
ción nación-región únicamente en la esfera de los emisores y del estado. Esto qui--  
zás pueda contribuir a estimular más adelante la investigación en los terrenos del  
receptor, también desde la perspectiva nación-región.



La Radiodifusión Cultural en el Noroeste de México: Casos, Sonora y Baja California.

Arturo Valencia Ramos.

De 1962 a 1987 han transcurrido 25 años, durante los cuales han nacido cinco estaciones de radio de las comúnmente llamadas culturales. La primera en nacer fue XEUS, Radio Universidad de Sonora, en 1962; la más reciente es XHITT, Radio Tecnológico Cultural.

Partimos en nuestro estudio de que, a pesar de existir coincidencias programáticas y de producción, también se dan entre ellas diferencias que pueden ser sustanciales o, por qué no decirlo?, aparentes.

El asunto es ubicar dónde se encuentran estas diferencias, si es que las hay, y donde las similitudes, de existir éstas.

Un punto en el que podemos coincidir es que hasta la creación del IMER y su estación en Tijuana (XHUAN, 1986), esta radiodifusión no emitía anuncios comerciales dentro de su programación. Esta característica le había dado un sello distintivo a las estaciones que tratamos.

Otra convergencia entre las mismas ha sido el entorno sociocultural y económico en el cual nacieron. En primer lugar por que el nacimiento de las estaciones no es lineal, y distan entre ellas algunos años en sus fechas de creación. Radio Universidad de Sonora nace 14 años antes que su similar bajacaliforniana; y entre Radio Universidad Autónoma de Baja California y Estereo Frontera hay un período de 10 años. La circunstancia económica y social durante estos años ha variado en forma considerable y ha influido en alguna manera en la creación de las estaciones.

También es probable que existan más similitudes entre Hermosillo y Mexicali, que entre esta ciudad y Tijuana, a pesar de que las últimas son fronterizas y pertenecen al mismo estado.

La configuración de las clases sociales en cada una de ellas se opera en forma desigual, sin embargo, es más probable que haya más similitud entre Mexicali y Hermosillo, dado que en ambas la agroindustria ha sido un factor fundamental en su desarrollo; no así en Tijuana donde los servicios desde un principio han marcado la historia de su desenvolvimiento. No pretendemos con ésto ser determinadas o determinantes, queremos tan sólo acortar algunas de las características propias de las ciudades donde han nacido y se han desarrollado las estaciones difusoras. Por otro lado, la radiodifusión comercial en cada caso ha tenido un desarrollo diferente y ha influido de distinta forma en quienes hacen la radio cultural. Cuando nació Radio Universidad de Sonora la tecnología aún era precaria en términos de radiodifusión; cuando nace Estereo Frontera, 24 años después de que aquélla, el disco laser ya estaba en operación no sólo en la radio comercial tijuanaense sino en la de San Diego, California, frontera con México y de la cual recibimos señal las 24 horas del día en ambas frecuencias.

Así, las ciudades donde nacen las estaciones de radio -digamos, en principio, culturales- son: Hermosillo, Mexicali y Tijuana.

No es fortuito que las primeras estaciones en radiar su señal fueran universitarias.

Radio Universidad de Sonora nace en 1962 con las siglas XEUS; su potencia es a la fecha de 1000 watts y transmite en amplitud modulada en los 850 khz. Dos años después la misma estación comienza a operar una frecuencia en onda corta en la banda internacional de 49 metros. La programación en ambos casos es la misma. La Universidad de Sonora cuenta también con un canal de televisión aproximadamente desde -

las mismas fechas. Sustancialmente la programación ha estado encaminada a transmitir la música formal, con variaciones de jazz y blues, así como música tradicional de diversos países del mundo. También hay que anotar que dentro de sus bloques de programación diaria se incluían programas enviados por las embajadas de algunos países, o directamente por estaciones como la BBC de Londres, la Deutsche Welle, Radio Netherland y otras, además de las colaboraciones de Radio UNAM, y, tiempo después, de Radio Educación y del IMER. En 1985 se promueve un cambio en la programación y un incremento en el horario de transmisión lo cual repercute en una variación de los bloques diarios para incluir música latinoamericana, popular mexicana, y otras que hasta ese momento eran poco programadas.

XHBA, Radio Universidad Autónoma de Baja California, nace en 1976. Inicia sus transmisiones con 250 watts de potencia, misma que eventualmente se incrementa a 10,000. Transmite en los 104.1 mhz., en frecuencia modulada. Al igual que su similar sonoreense, esta radio ha orientado su programación a la difusión de la música formal, aunque también ha tenido diversos intentos por transmitir música popular. A diferencia con XEUS que contaba con una fonoteca mínima para iniciar sus transmisiones, XHBA transmite con material que el entusiasmo de quienes la crearon proporcionaba, de tal forma que paulatinamente se fue creando su acervo musical. En 1987, Radio UABC instala una estación repetidora en el puerto de Ensenada. Esta emisora transmite en frecuencia modulada en los 95.5 mhz, con 250 watts de potencia. La programación de esta repetidora es diferida de XHBA.

Tanto XHBA como XEUS han padecido los cambios de administraciones universitarias; ambas han tenido directores interinos; ambas han tenido hasta 1987 cuatro directores; y ambas han vivido los problemas de buscar opciones para tener auditorio, el cual no siempre es universitario, y otras cuestiones que son motivo del presente estudio.

Radio Sonora nace en 1982. Transmite en los 94.7 FM, con 1000 watts de potencia. Con esta emisora, la radiodifusión cultural en Hermosillo, y en todo el estado de Sonora cobra un nuevo giro. Tanto su programación como su esquema de producción - están encaminadas a cumplir el lema de "Una voz para la cultura popular". Sus producciones aunque no son sofisticadas tienden a generar y transmitir en distintos bloques y para todo público. Se crea un equipo de productores (algunos con experiencia, otros sin ella) que, con bastante entusiasmo hacen de Radio Sonora una nueva opción en el cuadrante. Aquí ya no se transmiten transcripciones sino programas de Radio Educación, cuyos formatos se convierten en parámetros de calidad para las realizaciones locales. La radiodifusión cultural de Hermosillo eleva con esto su nivel de calidad.

Con el Mundial de Fútbol México 86, Tijuana inicia una nueva forma de radiodifusión: se crea Estereo Frontera, que para agosto de ese mismo año inicia sus transmisiones normales en los 102.5 en FM, con 50,000 watts de potencia. Esta radiodifusora depende del IMER, que para ese tiempo ya tiene tres años de creado, y ha establecido convenios con algunos estados de la República y con algunas universidades. Con Estereo Frontera lo que se hace es continuar con la expansión del Instituto hacia la frontera norte del país. Para elaborar los bloques de programación se realizó un estudio de audiencia, con la pretensión de cubrir a todo el público en todas las edades; es decir: se buscó un auditorio internacional. La programación cubre así todos los géneros musicales y se transmiten programas proporcionados por el centro de producción del IMER. La estación para estas fechas cuenta -- apenas con un año de edad.

XHITT, Radio Tecnológico Cultural nace en 1987. Transmite con 1000 watts en los - 88.7 FM. Esta es la radiodifusora más joven del noroeste, de tal manera que ape-- nas comienza a estructurar sus esquemas de producción y programación. Para reunir fondos a efecto de crear la estación se creó un patronato pro construcción, mis-- mo que se encargó de realizar todos los eventos posibles a fin de conseguir desde el terreno hasta algo de la infraestructura técnica que haría posible que la esta-- ción se inauguraré oficialmente el 29 de octubre de 1987. Aún hay poco que decir-- de Radio Tecnológico, de tal manera que habría que esperar a que pase un poco más el tiempo, para ver si en verdad realiza los objetivos y los fines para los cua-- les fue creada.

Esta breve descripción de los orígenes de la radiodifusión cultural en el noroes-- te de México nos puede permitir observar que, en lo general, cada una de las esta-- ciones ha tenido un origen diferente. El estudio tiende a encontrar dónde están - las similitudes y las diferencias, y en qué consisten, para poder rastrear si con el transcurso del tiempo han respondido a los objetivos para los cuales fueron - creadas.

## CONSOLIDACION DE LA RADIO COMERCIAL EN GUADALAJARA (2)

por Francisco de Jesús Aceves G.

Se puede afirmar, sin lugar a dudas, que los cimientos de la moderna industria de la radiodifusión jalisciense, se encuentran en los años finales de la década de los treinta. En efecto, en las postrimerias de 1938 y durante el año siguiente, surgen en el ámbito local nuevas radiodifusoras y con ellas ingresan al negocio de la radio, diversas personas que jugarían un papel importante en el desarrollo posterior del medio en nuestra entidad.

Dos factores que desempeñaron un papel relevante en el desarrollo de la industria radiofónica a nivel nacional, habrían de contribuir decisivamente a esta consolidación. Nos referimos particularmente a la gestación de redes nacionales de estaciones radiodifusoras y a la promulgación de la nueva legislación sobre Vías Generales de Comunicación.

### Gestación de las cadenas radiofónicas

En lo que respecta a las cadenas habría que recordar que uno de los rasgos distintivos de la industria radiofónica de México, es su correspondencia y asimilación en su desarrollo, con el modelo estadounidense de radiodifusión. Se han señalada los nexos entre Emilio Azcárraga Vidaurreta -sin duda el más importante empresario mexicano de la radio-, con la empresa transnacional Radio Corporation of America (RCA). Así como también, ha sido señalada, la participación determinante que jugó, la subsidiaria de esta transnacional, -The Mexico

-----

(2) El presente escrito está realizado por fragmentos de un trabajo mas amplio que con el título "Génesis de la Radiodifusión Jalisciense. 1923-1940", será publicado en breve por la Universidad de Guadalajara.

Music Co.-, en la fundación de la XEW y la vinculación de ésta, desde su nacimiento, con una de las redes que conformaban la estructura de la radiodifusión norteamericana: la National Broadcasting Company (NBC), propiedad de la división radio de la RCA.

A finales de 1929, existían en los Estados Unidos, dos cadenas enfrascadas en una feroz pelea por conquistar la hegemonía en la industria radiofónica. La mencionada NBC y la Columbia Broadcasting System (CBS) -de la cual el 50.3% de las acciones pertenecían a William S. Paley-. La CBS contaba con 47 estaciones mientras que la NBC controlaba a 58 (Arriaga, Patricia; 1980). Es obvio que el ámbito de sus confrontaciones no se circunscribió a sus límites nacionales, sino que la expansión internacional del fenómeno radiofónico, correspondió también a las necesidades de crecimiento de dichas cadenas.

Así, en los inicios de la década de los treinta, a través de la XEW, la NBC inicia su penetración en la radiodifusión mexicana, incorporando a su red, a diversas estaciones localizadas en el interior del país. Hacia 1938, año en que se funda la XEQ, estación mexicana de la CBS, la cadena XEW-NBC contaba con 14 estaciones afiliadas, en tanto que la XEQ-CBS contaba a fines de 1940, con 4 estaciones en otras tantas ciudades del país. Por su parte, la estación pionera CYB -ya entonces XEB- había logrado constituir su propia cadena, afiliando a una veintena de estaciones a lo largo del país (De Noriega y Leach; 1977 y Fernández Ch. Fátima; 1982).

Sin embargo, los impulsos decisivos hacia la conformación de cadenas radiofónicas a nivel nacional, se aprecia más claramente en las postrimerias de la década de los treinta y es importante señalar que en este proceso jugaron un papel destacado, las pequeñas estaciones enclavadas en el interior del país, las cuales ante las dificultades que afrontaba su existencia, "planteaban la

necesidad de encadenarse para poder competir en mejores condiciones ante las grandes estaciones que, por su poder económico, tenían mayor oportunidad de transmitir una mejor programación y acaparar, por lo tanto, la atención del público y de los anunciantes" (Mejía Barquera; 1981).

Quizá uno de los intentos pioneros en esta modalidad, fué el realizado, en junio de ese año, en torno al programa "Conciertos ARGENTINOS", por las estaciones XEH, XET, XEX, XEFB y XEC de Monterrey; XES de Tampico, XED de Guadalajara; XEBT de Torreón; XEE de Durango; XEEZ de San Luis Potosí y XEBO de Irapuato, las cuales se enlazaban un día a la semana, de las 20:15 a las 20:45, cubriendo en el lapso de media hora, un importante espacio regional (INF 22-66-39).

#### La nueva legislación

El otro aspecto que resultó determinante en el desarrollo posterior de la radiodifusión comercial, lo constituyó la promulgación de la Ley de Vías Generales de Comunicación, a finales de 1939.

Aunque el proyecto de Ley, elaborado por el entonces titular de la SCOP Francisco J. Núgica, fué entregado a la Cámara de Diputados el 28 de septiembre de 1937, la que de inmediato lo turnó a la Comisión respectiva para que lo dictaminara, misma que demoró mas de dos años para rendir su informe. Para entonces la situación en el seno de la SCOP había sufrido importantes modificaciones. El Gral. Núgica, severo impugnador de la radio comercial, se encontraba involucrado en la sucesión presidencial y su puesto había sido "ocupado por el Ing. Melquiades Angulo Gallardo quien había nombrado subsecretario del ramo al señor Modesto C. Rolland" estrechamente vinculado con los radiodifusores comerciales y que había sido el fundador y primer presidente de la Liga Central Mexicana de Radio (Mejía Barquera; ibid).



La Comisión dictaminadora, presidida por el diputado Luis Lombardo Toledano, realizó una serie de modificaciones al proyecto original, ya que a su juicio "el proyecto del Ejecutivo encerraba problemas que... hubieran causado graves perjuicios, tanto al sector patronal como al sector de trabajadores" (ibid). Sin embargo, aunque las modificaciones realizadas "beneficiaban altamente a los industriales de la radio", al ser sometida dicha Ley a discusión en la Cámara de Diputados, solamente encontró oposición crítica en el diputado Ismael Falcón, el cual afirmaba que la versión final de la LVGC contradecía en los hechos el criterio del Ejecutivo de defender los intereses del proletariado "porque establecía enormes beneficios a los empresarios que usufructuaban las vías generales de comunicación". Y concluyó su intervención, con una sentencia lapidaria no exenta de ironía: "Así, resulta que Emilio Azcárraga, propietario de la XEW y del Cine Alameda es proletario, y es capitalista y enemigo del proletariado, el que tiene sólo un camión que vale cuatro o cinco mil pesos"(ibid).

Empero, al ser sometida a discusión los artículos relacionados con la radio, no suscitaron ninguna intervención. Enviada al Senado y regresada por éste sin modificaciones sustanciales, la Ley fué aprobada por unanimidad el 30 de diciembre de 1939.

Entre los beneficios otorgados a los industriales de la radiodifusión por esta nueva Ley, se encontraba uno que se constituía en "factor decisivo para la expansión de la industria radiofónica" y que se refería a la disposición jurídica que establecía que "las estaciones radiodifusoras podrían gozar de las franquicias para la importación, libre de impuestos, de equipos, refacciones y accesorios" (ibid). Circunstancia que en palabras del Lic. José Luis Fernández, alto dirigente de la Cámara de la Industria de la Radiodifusión, "significó una gran ayuda en el desarrollo y mejoría de las instalaciones"(ibid).

Este apoyo gubernamental hacia el desarrollo de la radiodifusión comercial, se manifestaba también en la actitud conciliadora que habían adoptado los sectores oficiales frente al uso mercantil del medio radiofónico. Agustín Vázquez escribía en un órgano periodístico oficial:

" No es que se pretenda substraer al comercio este vehículo de propaganda; sino que tal finalidad se subordine a los mas altos intereses de la salud del pueblo y que la misma propaganda mercantil, realice una campaña educativa que no está reñida con los intereses bursátiles, como meridianamente lo demuestran algunos ensayos aislados que en nuestro país han podido realizarse; tal carácter de aislamiento ha sido la causa del fracaso; rivalidades comerciales no sujetas por el poder público dan al traste con las buenas intenciones que al fin son obligadas a seguir la corriente de vulgaridad que asfixia el negocio".

El futuro gobernador de Jalisco, advertía entonces la necesidad de realizar una serie de acciones que impidieran a la radio, deslizarse en la pendiente comercialista, entre las cuales señalaba en que "deberían revisarse las concesiones y cuidar que éstas quedaran debidamente garantizadas por personas de solvencia moral y cultural. Debería procederse a la elaboración de un Reglamento que tocase no sólo el lado técnico, sino principalmente el fondo y la forma culturales de esta expresión del pensamiento" (El Nacional, 5 de agosto de 1939; cit. por Mejía Barquera). Vale la pena destacar que 21 años después se concretaría una legislación específica sobre la materia y tras 34 años aparecería el Reglamento solicitado por el político jalisciense.

No obstante, el carácter contradictorio entre los intereses de los radiodifusores comerciales y sus

radioescuchas, eran percibidos con asombrosa lucidez por algunos observadores del desarrollo del medio. Como se evidencia en los planteamientos que externaba el autor de la columna "Radio", que se publicaba en el órgano oficial, y cuyas afirmaciones tienen en la actualidad una indudable vigencia. Escribía:

"En radiofonía hay dos intereses legítimos: el de los emisores y el de los radioyentes. Aquellos crean a los segundos pero éstos sostienen a los primeros...

"La opinión de millares de radioyentes no pesa, no tiene gravitación alguna sobre las estaciones... de modo que los ingresos de las estaciones cuyo fundamento es el auditorio multiplicado por el número de oyentes, quedan al margen de éstos, con despreocupación por parte de las empresas y hay que reconocer que ... sin el auditorio la estación nada significa.

"Y resulta peregrino que en México nadie haya tratado de fundar la Asociación Nacional de Radioyentes para defender derechos que nadie puede negarles" (El Nacional, 25 de octubre de 1939: cit. por Mejía B.)

Sin embargo, el modelo radiofónico comercial consolidaría su hegemonía, acusando una expansión espectacular a finales de la década de los treinta. En efecto, de 72 estaciones comerciales que existían en 1938, hacia 1940 su número se había incrementado a 113, lo que significaba un crecimiento del 57% en solamente dos años.

Estas circunstancias, aunadas a la consolidación y la rentabilidad que evidenciaban las estaciones radiofónicas en diferentes localidades del país, impulsaron a empresarios de provincia a incidir en una actividad que aparecía como un atractivo negocio.

### Surqimimiento de nuevas estaciones

En este contexto, don Eladio Sauza decide infundirle un nuevo impulso a la XED, que se había caracterizado por un desarrollo plagado de altibajos. Así, en los primeros días de agosto de 1938, inaugura sus nuevos y flamantes estudios, localizados en la Av. 14 de septiembre 307, con una serie de programas especiales a lo largo de una semana, los que concluyeron con la participación de los maestros Manuel H. Ponce y Alfredo Carrasco, quienes sustentaron sendas conferencias aderezadas con sus obras musicales (LN 8-08-38). Además, entregó la Gerencia al señor Alfredo Levy y la Dirección Artística a don Ricardo Bell.

Por otra parte, el 8 de noviembre de 1938, el señor Timoteo Salvador Núñez González y la señorita Carmen Villaseñor constituyen una sociedad en nombre colectivo, denominada Radiodifusora de Occidente, con el objeto de explotar una estación radiofónica en Guadalajara. Su capital social es de siete mil pesos, de los cuales el señor Núñez aporta cinco mil, en maquinaria y equipo de radio, en tanto la señorita Villaseñor cubre su aportación con dos mil pesos en efectivo.

Casi un año después de haber constituido la sociedad, los accionistas Salvador Núñez y Carmen Villaseñor, inauguran el primero de agosto de 1939, los trabajos formales de XEHK -Radioemisora de Guadalajara-, con la participación estelar de "El Niño de la Gloria", considerado como el rival de Angelillo "El Jilguero de España; así como de la soprano Delfina Gutierrez Vallejo, el Profesor Juan Nuño Chavez, el Cuarteto Clásico-Típico, el trio "Rhin" y la declamadora Angélica Chacel, en una programación que abarcaba de las 8 a las 23 horas. La nueva difusora transmitía en la frecuencia de los 1230 Kcs. de onda larga, contaba con un transmisor de 250 Watts de potencia y sus estudios se localizaban en la calle Pedro Moreno 756 (INF 1-08-39).

Finalmente, a finales de noviembre de 1938 inicia sus transmisiones de prueba la XELW "Radio Occidental", en la frecuencia de los 1340 Kilociclos de onda larga y cuyos estudios se localizaban en la calle Morelos 367. El concesionario de la nueva estación era Salvador "Papy" Gelindo, vinculado a la radio local y antiguo colaborador de la XED en la cual había creado al célebre personaje radiofónico Mister Bananas, "que era un alemán queriendo hablar en español, muy chistoso, así como al Abuelo Talito, que narraba cuentos infantiles (Referencia, febrero de 1936). El viernes 23 de diciembre se inaugura "solemnemente la Radio Difusora Comercial XELW", habiendo sido invitados al acto "numerosas personas, principalmente los comerciantes e industriales de esta plaza" (LN 21-12-38).

#### Inauguración de la DK

El 13 de abril de 1940, se inaugura la XEDK, con un programa musical que transmite de las 19 a las 0.30 horas. Entre los participantes destacan la Orquesta de Toño Yañez, el dueto Las Chachas, el trío Ascensio del Río, el cantor Che Olivares, el compositor Manuel Esperón quienes alternaron con exponentes de la música "culta" como la soprano Dolores Pedrozo y el Tenor J. Guadalupe Delgadillo, aderezados con la participación del poeta Benjamin D. Castillo / la declamadora Laura Angelina Diaz. Su cuerpo de locutores lo integraban Batis, Chavira y Lozano. Entre los patrocinadores se encontraban la Lotería Nacional y H. Steele y Cia (INF 13-04-40).

La XEDK "Radio Sonido de Occidente", pertenecía a los hermanos Salvador y Alfredo Vazquez Tello, el primero de los cuales era el concesionario, fungiendo el segundo como gerente de la estación. Contaba con un transmisor de 500 Watts de potencia, transmitía en los 1490 Kcs. y sus instalaciones se localizaban en la Avenida Hadero 1044 (ibid y López Diaz; s/f).

El ímpetu con que hace su aparición se manifiesta por una parte en su patrocinio a un concurso local, en colaboración con la revista Reflejos, para elegir a la "Estrella de Radio 1940". El concurso en cuestión convocaba a los cantantes aficionados que estuvieran interesados en figurar entre los artistas de la radio, a que enviaran su fotografía y se sometieran a las pruebas "que el caso amerita", en los estudios de la XEDK (Reflejos, abril 1940). Por otra parte, los avisos promocionales de la emisora, destacaban su "alta calidad de sonido" que garantizaba una "recepción fiel de los conciertos de música sinfónica grabada especialmente para el radio" (INF 18-04-40).

#### La estación favorita de los tapatíos en 1940

Un dato que resulta interesante, sobre todo por la ausencia de testimonios acerca de las preferencias de los radioescuchas tapatíos por las radiodifusoras locales, lo constituye el resultado de una encuesta realizada por el diario local "El Informador", para determinar los artículos y las empresas que resultaban favorecidas por el público consumidor. Al ser cuestionados por la marca de radios que reuniera las mejores características, los consumidores tapatíos se inclinaron por la RCA Victor y ante la pregunta de: ¿Cuál es la Difusora local predilecta por su clara tonalidad y variados programas?, los radioescuchas seleccionaron a la XEWL (INF 22-04-40).

Esta confrontación entre las diversas emisoras locales por conquistar la preferencia de los radioescuchas tapatíos había surgido con la inauguración de la mismas. Paralelamente a ésta, se había desarrollado también, otra competencia que incidía decisivamente en la sobrevivencia de las empresas, en virtud que constituía la fuente de su financiamiento: la lucha por controlar los patrocinadores comerciales. Esta pugna mercantil se había manifestado claramente cuando apenas "había dos estaciones y aún en

tan pequeño número andaban siempre arrebatándose a los clientes. Una de ellas -XEÁ-, trabajaba con dos Gerencias y los gastos del negocio se repartían como buenos hermanos entre los dos Gerentes, pero los clientes se los arrebataban uno al otro" (Micrófono, julio 1954, No. 21).

Con el advenimiento de nuevas estaciones, el incremento en la competencia impactó severamente a las emisoras pioneras, al grado que la XEÁ había desaparecido en 1940 y unos años después, a pesar del respaldo económico de una de las industrias tequileras más importantes del estado, la XED desaparecería también.

Los esfuerzos de los radiodifusores por incrementar sus auditorios, los llevaban a ensayar los más diversos recursos, uno de los cuales, que recibió amplia promoción fué el denominado Radio Regalo Diario "ARGENTINOS" por el cual las difusoras locales XED, XELW y XEDK obsequiaban hasta con la cantidad de cinco pesos, a quien fuese el primero en acudir, al establecimiento comercial, cuyo nombre se daría a conocer por las estaciones mencionadas a una hora determinada (INF 9-06-40).

#### El arribo de Alejandro Diaz Guerra

Finalmente, el 29 de abril de 1940, los señores Epifanio Arzate Jr. vinculado a la industria refresquera y Alejandro Diaz Guerra, constituyeron la empresa Radio Anunciadora Kisl, sociedad de responsabilidad limitada con un capital de cinco mil pesos (RPP-JAL, Libro 508). La empresa explotaría comercialmente la estación XEAD, radiodifusora concesionada al señor Diaz Guerra, quien la había fundado en 1936 en la ciudad de Aguascalientes, de la cual era originario. Equipada con un transmisor de 100 Watts, con estudios localizados en la calle López Calilla 374, la XEAD se encontraba a principios de julio de 1940, transmitiendo por los 1310 Kcs, para el auditorio tapatio.

Las siglas finales -AD- de la identificación de la estación correspondían a las iniciales de quien llegaría a ser, sin duda alguna, el radiodifusor más importante del estado: Alejandro Diaz. El nombre de la empresa, la emparentaba con la embotelladora de refrescos "Kist", pero también denotaba una concepción cualitativamente distinta sobre la utilización de la radio, a la que imperaba entre los demás empresarios.

En este aspecto, Radio Anunciadora, especificaba de entrada las pretensiones netamente mercantiles de sus propietarios. Decía su cartel promocional:

"Señor Anunciante: inyecte Ud. vida y actividad en sus negocios por medio del anuncio. Radio Anunciadora Kist hará que cada centavo que Ud. gaste en anuncio de radio se le convierta en peso (INF 9-07-40).

La puesta en operación de la XEAD, marcaba entonces, el surgimiento de una nueva radiodifusión jalisciense, orientada hacia la búsqueda de rentabilidad mediante la utilización preferencial del medio radiofónico, como vehículo de difusión publicitaria.

#### El salario de los radio-artistas

La transformación mercantil del medio radiofónico, se traslucía también en la modificación de las relaciones, que hasta entonces se habían establecido entre los propietarios de las estaciones y los trabajadores -artistas y locutores-, de las difusoras. De constituir una actividad que otorgaba prestigio y ante la cual los artistas estaban siempre dispuestos a proporcionar gratuitamente tiempo y talento, la radiodifusión, al enfatizar su tendencia hacia la rentabilidad, a través de la conversión del medio en vehículo publicitario y de las estaciones en verdaderas



empresas comerciales, redefiniò éstas relaciones, destacando básicamente su carácter laboral.

Los salarios que ofrecían las estaciones radiodifusoras, distaban en mucho de corresponder a la dimensión "estelar" con que promocionaban a sus intérpretes. Los pagos fluctuaban entre los 20 y los 33 centavos por canción, los cuales si los comparamos con el salario mínimo vigente en esa fecha -\$1.85-, nos proporciona una idea de su precariedad, ya que para obtener al menos este salario mínimo, supongamos un trio, tenía que interpretar al menos 18 canciones ante los micrófonos de la estación contratante. Situación que hizo exclamar a un periodista: "¡Esto ya es el colmo!, ganan más los vagabundos que cantan en los pórticos de los cines en México, que los desdichados cancioneros tapatíos que son vilmente explotados en algunas radiodifusoras de la localidad" (Reflejos, junio 1940).

Este malestar constituiría el germen de las luchas reivindicativas de los trabajadores de la radio, que empezarían a manifestarse unos años después frente a "los explotadores de las radiodesastredifusoras tapatías".

#### Viñeta conclusiva

A finales de 1940, la radiodifusión se había consolidado definitivamente en el estado de Jalisco, que tenía una población de 1.418,310 habitantes, de los cuales se asentaban en la ciudad de Guadalajara 229,235, apenas un 16.2%. Se encontraban en funcionamiento 5 estaciones de onda larga y una de onda corta, además era inminente la aparición de las estaciones del estado. El número de sus estaciones representaba el 4.4% del total nacional, pero lo más importante, fué que se habían sentado las bases sobre las cuales se desarrollaría una de las industrias radiofónicas más significativas a nivel nacional.

Por otra parte, a 17 años de sus primeras manifestaciones, el fenómeno radiofónico había provocado en los radioescuchas jaliscienses, un conjunto de sentimientos y reflexiones. Estas percepciones se encuentran espléndidamente expuestas en el artículo de un autor cuasi-anónimo, cuyas iniciales son MEB y que sirve de poético colofón al estudio.

Escribía MEB:

" Nunca pensamos los que vimos el nacimiento del radio que algún día su esencia, se espíritu mismo, se metería como el polvo dorado de la luz por todos los ámbitos de nuestro diario trafegar. Nunca pensamos que el portento serviría para todo, lo mismo para llenar un vacío sentimental en horas de soledad que para transmitir un informe, una orden que se traduzca en destrucción y masacre; que lo mismo serviría para suplir la música de baile cara en los hogares humildes que para proporcionarnos un dolor de cabeza; que lo mismo sería campo para el arte puro, el diálogo ingenioso, que para sufrir una crispación de nervios por efectos de la irritante repetición de una mala canción cursi...

" ... podemos decir mucho en favor de la radio, y alejándose de una apología en la que los argumentos expuestos serían inútiles por lo obvio, en que pudiéramos olvidar la publicidad manida, incongruente, tediosa, que comercialmente y para el sostenimiento de la empresa es necesario insertar en las transmisiones de radio, citar solamente momentos, breves momentos en los que el silencio propicio, de circunstancias propicias, en la comodidad y dulce far niente del hogar, sin derroches de luz, llega hasta el espíritu decentrado por los pasajes de la lucha diaria y el diario contacto con

la vida de egoísmos y de gangsterismos, las notas calmantes y absorbentes de la "Sinfonía" de César Frank, "Les Nuages" de Debussy, enviados desde los estudios lejanos de un país remoto... entonces, bendecimos la hora y nos maravillamos del más grande de los inventos humanos. Los nervios aflojan su tensión y se adormecen, y el espíritu descorre las sombras de nuestro materialismo, se suaviza el cansancio y vivimos como en una isla flotante en el infinito, envueltos en luz de estrellas... hasta que las notas mueren o hasta que alguna estación local mal cuidada, con un cristal como pedernal, ó con una instalación indigna de un aprendiz nos mande un chorro discordante de estética... Pero si apagamos el receptor en ese preciso momento, todavía existe la probabilidad de conservar el recuerdo dulce y el espíritu quieto... y maravillarnos con gratitud infinita hacia el milagro del Radio" (MCEB; 1940).

Guadalajara, julio de 1933.

\* \* \* \* \*

ABREVIATURAS

INF El Informador. Diario local.  
LII Las Noticias. Diario local.  
RPP-JAL Registro Público de la Propiedad, Jalisco.

BIBLIOGRAFIA

ARRIAGA, Patricia (1980). Publicidad, Economía y Comunicación Masiva, Ed. Nueva Imagen/CEESTEN.  
DE HORIEGA, Luis Antonio y Frances Leach (1979). Broadcasting in Mexico. Ed. Routledge & Kegan Paul, London.  
FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima (1982). Los Medios de Difusión en México. Ed. Juan Pablos.  
LOPEZ DIAZ, Manuel (s/f). "La Radio en Guadalajara" en Directorio de Guadalajara.  
H.E.B. (1940). "Es el Radio Maldición o Bendición" en Pantallas y Escenarios, diciembre de 1940.  
MEJIA BARQUERA, Fernando (1981). La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano. Tesis Profesional, UNAH.

\* \* \* \* \*

PANORAMA DE LA RADIODIFUSION EN EL  
ESTADO DE VERACRUZ

JUAN SCHUSTER FONSECA  
I.I.E.S.C.A.U.V.

CARLOS NAVARRETE MARTINEZ  
C.I.D.- COMUNICACION SOCIAL  
GOBIERNO DEL ESTADO.

XALAPA, ABRIL DE 1989.

## PANORAMA DE LA RADIODIFUSION EN VERACRUZ.

### INTRODUCCION.

Las presentes notas corresponden a un avance de la investigación que sobre la Historia y Situación Actual de los Medios de Comunicación en el Estado de Veracruz emprendimos un grupo de investigadores (1) a principios del año pasado.

El objetivo de esta investigación es el de obtener la información necesaria para hacer una descripción lo más completa posible del surgimiento y desarrollo de los medios en el Estado. Con ese motivo se programaron los trabajos en 2 etapas; en la primera se llevaría a cabo una encuesta por cuestionario a todos los representantes de los medios existentes -- (Prensa, Radio y TV) y en la segunda se elaborarían monografías de aquellos medios cuya historia fuera particularmente significativa.

La primera etapa ya fué cubierta y la información que presentamos en este trabajo es producto, en su mayoría, de la encuesta. La segunda etapa, la elaboración de monografías, se lleva a cabo actualmente, con la participación de estudiantes de los últimos semestres de la Facultad de Ciencias y Técnicas de la Comunicación de la Universidad Veracruzana.

---

1) Edelmira García, Leticia Erehzweig, José Luis Cerdán, Fredes Vázquez, Carlos Navarrete y Juan Schuster.

La meta es publicar en un pequeño librito o en una serie de pequeños cuadernos la historia o historias que resulten.

1.- Breve Panorama Histórico.

No es nuestra intención exponer en este corto espacio una historia que está por hacerse: la historia social de la radio en Veracruz. Pero pensamos que es importante ofrecer un panorama del surgimiento y desarrollo de este medio, basándonos en la cronología adjunta (ver también Cuadro No.1 Surgimiento de la Radio en Veracruz).

La radiodifusión se inicia en Veracruz a principios de la década de los 30. La primera estación que se fundó fue la XEU, en 1930 en el puerto de Veracruz. El concesionario: Eco de Sotavento (Familia Pazos ).

Posteriormente, surgen también en Veracruz-- la XETF, en 1934; la XEAG, de la Familia Ferrández, en Córdoba en 1935 y la XEZL en Xalapa en 1938.

En la siguiente década, se fundan 8 radiodifusoras, de las cuales 3 se sitúan en la ciudad de Xalapa y 2 en Veracruz. Cabe mencionar que la radiodifusora que hoy conocemos como Radio Universidad Veracruzana (XERUV) surgió bajo otras siglas y con permiso a nombre de Diseño y Producción AC., en 1948. También se fundan radiodifusoras en Tuxpan (XETL, la primera en el norte del Estado) y 2 en Orizaba.

En la década de los 50, las estaciones se distribuyen más en el interior del Estado. Surge así, la primera radiodifusora en la zona sur (XEGB, en Cotzacoalcos); se establecen emisoras en Poza Rica (2), Cosamaloapan, Tierra Blanca,-

San Andrés Tuxtla, Papantla, Martínez de la Torre, 2 más en Xalapa, 1 más en Veracruz y otra en Córdoba. De este modo, a fines de esta década existían ya 23 estaciones en 12 localidades del Estado.

En la década siguiente (1960-69) se fundan 18 radiodifusoras, 9 de ellas en nuevas localidades: Acayucan, Jaltipan, Gutiérrez Zamora, Huatusco, Huayacocotla, Minatitlán (2), Tempoal y Teocelo. Cabe mencionar como una característica de esta época el surgimiento de las llamadas radios culturales: XEJN Radio Huayacocotla y XEYT Radio Teocelo, ambas fundadas en 1965. Su creación vino a romper el esquema de la radio difusión existente hasta entonces, dominado por la radio comercial.

La década de los 70 es particularmente significativa en lo que se refiere al crecimiento de estaciones, -- pues tan sólo en este período se fundan más radiodifusoras que en la primera tres décadas: 26 entre 1970 y 1979 contra 23 entre 1930 y 1950 (ver cuadro No.1) También se hace notar que el total de emisoras fundadas en la década de los 70 constituía casi la mitad (45%) de las existentes en 1979.

Otra característica de este período es la tendencia a la concentración geográfica, pues de las 26 nuevas radiodifusoras sólo 8 se establecen en nuevas localidades: Alamo, Cd. Cardel, Las Choapas, Misantla, Pánuco, Perote Piedras Negras y San Rafael; mientras que 7 se ubican en Veracruz y 4 en Coahuila.

En la presente década (1980-89) se fundan 8 radiodifusoras, ninguna de ellas en una nueva localidad: 3 en la ciudad de Xalapa, de las cuales 2 pertenecen al Grupo AVANRADIO de la Familia Ferrández. Este Grupo se constituye en 1983 y actualmente pertenecen a él 9 radiodifusoras (Ver cuadro No.4. 2 Grupos Radiofónicos en el Estado de Ver.)



## 2.- Situación Actual.

En 1989 existen en el Estado de Veracruz 75 radiodifusoras de las cuales 59 (78.6%) transmiten en la banda de AM, mientras que 16 (21.3%) lo hacen en la de FM.

Respecto al tipo de concesión o permiso establecido por la Ley, 27(36%) son del tipo A (Personas Físicas), 39 (52%) son del tipo B (Sociedades Mercantiles) mientras que solo 3(4%) son permisionadas. (Ver cuadros 2.1., 2.2 y 2.3.).

## 3.- Distribución Geográfica.

Como ya se señaló, las 75 radiodifusoras se encuentran establecidas en 28 localidades del Estado. Sin embargo, 57 de aquellas (76%) se concentran en 11 localidades, que al mismo tiempo constituyen cabeceras de los municipios más poblados que concentran a más de la tercera parte de los 7 millones de habitantes con que cuenta el Estado. (Tuxpan, Poza Rica, Papantla, Martínez de la Torre, Xalapa, Córdoba, Orizaba, Veracruz, Cosamaloapan, Minatitlán y Coatzacoalcos).

La concentración es también por zonas, ya que la zona centro (integrada principalmente por ciudades como Veracruz, Xalapa, Orizaba, Córdoba, Cosamaloapan, etc) con 11 localidades (39%) concentra 4 radiodifusoras (58.6%). mientras que la zona norte con 10 localidades (36%) cuenta con 17 radiodifusoras (21.3%).

Por lo que se refiere al sur, 7 localidades cuentan con 14 radiodifusoras (18,6%).

#### 4.- Grupos Radiofónicos en la Entidad.

De las radiodifusoras que existen en la Entidad, la mayoría forman parte de los diferentes grupos radiofónicos que existen a nivel Nacional, mientras que otras radiodifusoras están integradas a grupos regionales o se declaran independientes (Ver cuadro No.4).

Veámoslo detenidamente. De las 75 Radiodifusoras que existen en la actualidad en el territorio veracruzano, el 73.3% pertenece a un grupo o Cadena de Radiodifusoras a Nivel Nacional y el resto, pertenece a un grupo regional (2) o bien, - no pertenece a ninguno (3).

Así tenemos que en el Estado, existen 11 grupos Radiofónicos que agrupan a las diferentes radiodifusoras, pero la distribución entre estos es desigual, pues tan sólo tres grupos: Grupo ACIR; Organización Impulsora de Radio y Radiorama, agrupan al 54.5% de las 55 radiodifusoras que integran los once grupos (Ver cuadro No. 4.1.)

El Grupo ACIR participa con el 21.81%; Organización Impulsora de Radio tiene el 14.54% y Radiorama el 18.18.

Es importante señalar que estos tres grupos tienen distribuidas 30 radiodifusoras a lo largo de todo el ---

- 
- 2) Por ejemplo el grupo Regional AVAN RADIO formado por 9 Radiodifusoras, de las cuales 6 están ubicadas en la Ciudad de Xalapa y el resto se encuentran en Veracruz. (Ver cuadro 4.2.)
  - 3) De las que no pertenecen a ninguna Asociación Nacional o Regional podemos mencionar a Radio Universidad Veracruzana, Radio Teocelo; Radio Huayacocotla, Radio Naolinco, Etc. (Ver cuadro 4.2).

Estado cubriendo de esta manera la totalidad del territorio, - las cuales están distribuidas en 15 principales ciudades más importantes: Alamo, San Andrés, Tuxtla, Coatzacoalcos, Minatitlán, Xalapa, Cosamaloapan, Veracruz, Córdoba, Huatusco, Acayucan, Cosoleacaque, Jaltipan, Cardel, Papantla y Poza Rica. Cabe Hacer la aclaración de que además de cubrir esas ciudades, cubre las zonas cercanas en una extensión de 40 Kms. a la redonda.

El Grupo ACIR tiene doce radiodifusoras en 7 ciudades, las cuales son: Alamo, San Andrés Tuxtla, Coatzacoalcos, Minatitlán, Xalapa, Cosamaloapan, y Veracruz.

Organización Impulsora de Radio cuenta con 8 Radiofisuras que se encuentran ubicadas en: Xalapa, Córdoba y Huatusco.

El grupo Radiofónico Radiorama, agrupa diez radiodifusoras que se encuentran en Acayucan, Coatzacoalcos, Cosoleacaque, Jaltipan, Minatitlán, Cardel, Papantla, Poza Rica y Veracruz.

A nivel local, existen dos grupos Radiofónicos en la entidad: el grupo AVAN RADIO y el Grupo FM, agrupando ambos a 14 Radiodifusoras ubicadas en Veracruz, Coatzacoalcos y Xalapa (Ver cuadro No. 4.2).

El Grupo FM cuenta con cuatro Radiodifusoras en Veracruz y una en Coatzacoalcos: Cinco en total.

El Grupo AVAN RADIO tiene 9 Radiodifusoras en total, las cuales están ubicadas de la siguiente manera: 6 en Xalapa y 3 en Veracruz.

Tomando en cuenta que cada grupo radiofónico

tiene el interés de captar más radioescuchas para poder difundir sus anuncios y así poder atraer más publicidad a su empresa sería interesante el poder ver la forma en que cada grupo radiofónico y cada Radiodifusora estructura su programación Radiofónica para tener más "raiting". Lo cual es una de los aspectos de la investigación que están por hacer.

#### 5.- Las Radiodifusoras y el Satélite Morelos.

Una de las preguntas contenidas por el cuestionario aplicado en la encuesta se refería al uso del Satélite por las Radiodifusoras. De las radiodifusoras encuestadas: 61 ( 81% del total) sólo 7( 11.4 % ) declararon utilizarlo. De éstas 5 declararon subir señal, mientras que las otras 2 manifestaron que solo "bajaban" o "recibían" la señal. (Ver cuadro No. 5).

La mayoría de estas radiodifusoras se ubican en el Puerto de Veracruz y pertenecen a concesionarios del tipo B (Sociedades Mercantiles).

CUADRO No. 1 SURGIMIENTO DE LA RADIO EN VERACRUZ.

LOCALIDAD	AÑOS						TOTAL
	1930-39	1940-49	1950-59	1960-69	1970-79	1980-89	
1.- ALAMO.....					1		1
2.- ACAYUCAN.....				1			1
3.- CORDOBA.....	1		1	2	1	1	6
4.- COSOLEACAQUE-JALTIPAN..				1			1
5.- COATZACOALCOS.....			1		4	1	6
6.- CIUDAD CARDEL.....					1		1
7.- COSAMALOAPAN.....			1		1		2
8.- GUTIERREZ ZAMORA.....				1			1
9.- HUATUSCO.....				1			1
10.- HUAYACOCOTLA.....				1			1
11.- LAS CHOAPAS.....					1		1
12.- MARTINEZ DE LA TORRE...			1	1	1		3
13.- MINATITLAN.....				2		1	3
14.- MISANTLA.....					1		1
15.- ORIZABA.....		2		1			3
16.- PANUCO.....					1		1
17.- PAPANTLA.....			1		1		2
18.- PEROTE.....					1	1	2
19.- PIEDRAS NEGRAS.....					1		1
20.- POZA RICA.....			2	1	1		4
21.- SAN ANDRES TUXTLA.....			1				1
22.- TUXPAM.....		1		1			2
23.- SAN RAFAEL.....					1		1
24.- TEMPOAL.....				1			1
25.- TEOCELO.....				1			1
26.- TIERRA BLANCA.....			1				1
27.- VERACRUZ.....	2	2	1	2	7	1	15
28.- XALAPA.....	1	3	1	1	2	3	11
<b>T O T A L</b>	<b>4</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>18</b>	<b>26</b>	<b>8</b>	<b>75</b>

CUADRO No. 2.1 CONCESIONES TIPO A.

<u>CONCESIONARIOS</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>LOCALIDAD</u>
Calixto Almazán Barzón.	XETL	Tuxpan
Elvira Ferrer de Almazán.	XEBY	Tuxpan
Diego Arrazola Becerra.	XEUZ	Martínez de la Torre.
Hilario Avila Serrano.	XEPT	Misantla
Pedro Manterola Rojas.	XEHU-FM	Martínez de la Torre.
Manuel Bernal Mejía.	XEVO	San Rafael.
Luz Ma. Musset de Castro.	XEGF	Gutiérrez Zamora.
Arnulfo Aguirre Salamanca.	XEFU	Cosamaloapan
Carmen Romero de Bravo.	XEJF	Tierra Blanca
Laura Escamilla Decuir.	XEJV	Jáltipan
Carlos Ferráez Matus.	XEOV	Orizaba
Raymundo Martínez Domínguez.	XEVZ	Acayucan
	XHPT-FM	Fortín-Córdoba.
Carmen Fariña González.	XHPG-FM	Córdoba
Arturo Alonso González.	XEYV	Huatusco
Zoila Muñoz de Aguirre.	XEQO	Cosamaloapan
René Molina Romero.	XEBE	Perote
Samuel Reyes Zúñiga.	XEBD	Perote
José Luis Oliva Meza.	XETP	Xalapa
Mario Malpica Valverde.	XHRN-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde.	XHPR-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde.	XHCS-FM	Veracruz
Carlos Ferráez Matus.	XEUY	Coatzacoalcos
Oscar Bravo Santos.	XEMTV	Minatitlán
	XEDQ	Sn. Andrés Tuxtla
Mario Malpica Valverde.	XHTD-FM	Coatzacoalcos
Mario Malpica Valverde.	XHPV-FM	Veracruz.

CUADRO No. 2.2 CONCESIONES TIPO B.

<u>CONCESIONARIOS</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>LOCALIDAD</u>
Radiodifusora Elea, S.A.	XEDZ	Córdoba
Radio Córdoba, S.A.	XEVC	Córdoba
XEAG, S.A. (Carlos Ferráez).	XEAG	Córdoba
Radio Fortín, S.A.	XEKG	Córdoba
La Voz de Orizaba, S.A.	XEPP	Orizaba
Radio Orizaba, S.A.	XETQ	Orizaba
Radio Sensación, S.A.	XEAVR	Veracruz
XETQ, S.A.	XETQ	Veracruz
Eco de Sotavento, S.A.	XEU	Veracruz
Radio Costera, S.A.	XEQRV	Cardel
Radio Heroica, S.A.	XEHV	Veracruz
Radio Jarocha, S.A.	XELL	Veracruz
Radiofónica Veracruzana, S.A.	XEOD	Veracruz
XHTS, S.A.	XHTS-FM	Veracruz
Emisoras Mexicanas de Veracruz, S.A. (Omar Béjar).	XEzs	Coatzacoalcos
XHNE-FM, S.A. (Omar Béjar).	XHNE-FM	Coatzacoalcos
Radio Coatzacoalcos, S.A. (Omar Béjar).	XEOM	Coatzacoalcos
Radio Coatzacoalcos XHOM-FM, S.A.	XHOM-FM	Coatzacoalcos
Radiodifusora XEGB, S.A. (Adrián Pereda).	XEGB	Coatzacoalcos
Radio Mina, S.A. (Oscar Bravo -- Santos).	XEKM	Minatitlán
XEJH, S.A.	XEJH	Xalapa
Radio Visión LIS, S.A.	XEOZ	Xalapa
Radiodifusión Moderna, S.A.	XEzL	Xalapa
Radio Xalapeña, S.A.	XEKL	Xalapa

<u>CONCESIONARIOS</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>LOCALIDAD</u>
Radio Fiesta, S.A.	XEJA	Xalapa
XEGR, S.A.	XEGR	Xalapa
XHOT, S.A.	XHOT	Xalapa
XHWA, S.A.	XHWA	Xalapa
XHTZ, S.A.	XHTZ	Xalapa
Radio Tropical, S.A.	XEHU	Martínez de la Torre.
Radio Tajín, S.A.	XEEV	Papantla
Radio Club, S.A. (Núñez Keith).	XEPV	Papantla
XEMI, S.A. (Carlos Ferráez Matus).	XEMI	Minatitlán
Radio A o B, S.A.	XEPW	Poza Rica
Radio de Poza Rica, S.A.	XEXK	Poza Rica
Radio Tropicana, S.A.	XEJD	Poza Rica
Cía. Radiofónica, S.A.	XEPR	Poza Rica
Radio Comunicación Alamo, S.A.	XEID	Alamo.



CUADRO No. 2.3 PERMISOS.

<u>PERMISIONARIOS</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>LOCALIDADES</u>
Radio Universidad Veracruzana	XERUV	Xalapa
XEJN-OC	XEJN	Huayacocotla
Centro de Promoción Social y Cultural.	XEYT	Teocelo.

CUADRO No. 3 DISTRIBUCION GEOGRAFICA DE LAS RADIODIFUSORAS

LOCALIDAD	<u>No. DE RADIODIFUSORAS</u>	<u>%</u>
1.- ALAMO.....	1	1.33
2.- ACAYUCAN .....	1	1.33
3.- CORDOBA .....	6	8.0
4.- COSOLEACAQUE-JALTIPAN..	1	1.33
5.- COATZACOALCOS.....	6	8.0
6.- CIUDAD CARDEL.....	1	1.33
7.- COSAMALOAPAN.....	2	2.66
8.- GUTIERREZ ZAMORA.....	1	1.33
9.- HUATUSCO.....	1	1.33
10.- HUAYACOCOTLA.....	1	1.33
11.- LAS CHOAPAS.....	1	1.33
12.- MARTINEZ DE LA TORRE...	3	4.0
13.- MINATITLAN.....	3	4.0
14.- MISANTLA.....	1	1.33
15.- ORIZABA.....	3	4.0
16.- PANUCO.....	1	1.33
17.- PAPANTLA.....	2	2.66
18.- PEROTE.....	2	2.66
19.- PIEDRAS NEGRAS.....	1	1.33
20.- POZA RICA.....	4	5.33
21.- SAN ANDRES TUXTLA.....	1	1.33
22.- TUXPAN.....	2	2.66
23.- SAN RAFAEL.....	1	1.33
24.- TEMPOAL.....	1	1.33
25.- TEOCELO.....	1	1.33
26.- TIERRA BLANCA.....	1	1.33
27.- VERACRUZ.....	15	20.0
28.- XALAPA.....	11	14.66
TOTAL	75	100.0

CUADRO No. 4 GRUPOS RADIOFONICOS EN LA ENTIDAD VERACRUZANA.

RADIO VENTAS DE PROVINCIA, S.A.

Carlos Ferráez Matus.	XEOV	Orizaba
Radio Córdoba, S.A.	XEVC	Córdoba
Riodifusoras Elea, S.A.	XEDZ	Córdoba
Carmen Fariña González.	XHPG-FM	Córdoba
Radio Fortín, S.A.	XEKG	Fortín-Córdoba
XEAG, S.A. (Carlos Ferráez)	XEAG	Córdoba

GRUPO ACIR

Radio Comunicación Alamo, S.A.	XEID	Alamo
	XEDQ	San Andrés Tuxtla
Emisoras Mexicanas de Veracruz, S.A.	XEZS	Coatzacoalcos
XHNE-FM, S.A.	XHNE-FM	Coatzacoalcos
Radio Coatzacoalcos, S.A.	XHOM-FM	Coatzacoalcos
Radio Coatzacoalcos, S.A.	XEOM	Coatzacoalcos
Radio Mina, S.A.	XEKM	Minatitlán
XEJH, S.A.	XEJH	Xalapa
Radio Visión LIS, S.A.	XEOZ	Xalapa
Riodifusión Moderna, S.A.	XEZL	Xalapa
Arnulfo Aguirre Salamanca.	XEFU	Cosamaloapan
	XETF	Veracruz

ORGANIZACION IMPULSORA DE RADIO, S.A.

Radio Xalapeña, S.A.	XEKL	Xalapa
Radio Fiesta, S.A.	XEJA	Xalapa

XEGR, S.A.	XEGR	Xalapa
XHOT, S.A.	XHOT-FM	Xalapa
XHWA, S.A.	XHWA-FM	Xalapa
XHTZ, S.A.	XHTZ	Xalapa
Radio Fortín, S.A.	XEKG	Córdoba
Arturo Alonso González.	XEYV	Huatusco

## RADIORAMA

Raymundo Martínez Domínguez	XEVZ	Acayucan
	XEUY	Coatzacoalcos
Radiodifusoras XEGB, S.A.	XEGB	Coatzacoalcos
Laura Escamilla Decuir	XEJV	Cosoleacaque-Jáltipan
Eduardo Martínez Celis.	XEMI	Minatitlán
Radio Costera, S.A.	XEQRV	Cardel
Radio Tajín, S.A.	XEEV	Papantla
Radio Club, S.A.	XEPV	Papantla
Radio A o B, S.A.	XEPW	Papantla-Poza Rica.
Radio Sensación, S.A.	XEAVR	Veracruz

## RADIODIFUSORAS ASOCIADAS, S.A.

Radiofónica Veracruzana, S.A.	XEOD	Veracruz
Compañía Radiofónica, S.A.	XEPR	Poza Rica
Calixto Almazán Barrón.	XETL	Tuxpan
Radio Orizaba, S.A.	XETQ	Orizaba
Elvira Ferrer de Almazán.	XEBY	Tuxpan
Carmen Romero de Bravo.	XEJF	Tierra Blanca.

## CORPORACION MEXICANA DE RADIODIFUSION, S.A.

Radio de Poza Rica, S.A.	XEXK	Poza Rica
--------------------------	------	-----------

RADIO PROGRAMAS DE MEXICO, S.A.

Eco de Sotavento, S.A.	XEU	Veracruz
	XEVW	Veracruz
Radio Heroica, S.A.	XEHV	Veracruz
Radio Jarocha, S.A.	XELL	Veracruz.

SOCIEDAD MEXICANA DE RADIODIFUSION.

La Voz de Orizaba, S.A.	XEPP	Orizaba
-------------------------	------	---------

RADIODIFUSORES ASOCIADOS DE INNOVACION Y ORGANIZACION, S.A.

	XHPT	Fortín
Luz Ma. Musset de Castro.	XEGF	Gutiérrez Zamora.

NUCLEO RADIO MIL.

Mario Malpica Valverde.	XHCS-FM	Veracruz.
-------------------------	---------	-----------

RADIO CADENA NACIONAL (RCN).

Hilario Avila Serrano.	XEPT	Misantla
Diego Arrazola Becerra.	XEUZ	Martínez de la Torre.
Pedro Manterola Rojas.	XEHU-FM	Martínez de la Torre.
Radio Tropical, S.A.	XEHU	Martínez de la Torre.
Manuel Bernal Mejía.	XEVO	San Rafael

## GRUPO FM

Mario Malpica Valverde	XHRN-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHPR-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHCS-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHTD-FM	Coatzacoalcos
Mario Malpica Valverde	XHPV-FM	Veracruz

## GRUPO AVANRADIO.

XEKL, S.A. (Carlos Ferráez).	XEKL	Xalapa
XEJA, S.A. (Carlos Ferráez).	XEJA	Xalapa
XEGR, S.A. (Carlos Ferráez).	XEGR	Xalapa
XHTZ-F.M., S.A. (Carlos Ferráez).	XHTZ-FM	Xalapa
XHWA-FM, S.A. (Carlos Ferráez).	XHWA-FM	Xalapa
XHOT-FM, S.A. (Carlos Ferráez).	XHOT-FM	Xalapa
XEFM, S.A. (Carlos Ferráez).	XEFM	Veracruz
XEQT, S.A. (Carlos Ferráez).	XEQT	Veracruz
XEAVR, S.A. (Carlos Ferráez).	XEAVR	Veracruz

## RADIODIFUSORAS ORGANIZADAS DEL GOLFO, S.A.

Carmen Fariña González	XHPG-FM	Córdoba
XEAG, S.A. (Carlos Ferráez).	XEAG	Córdoba
Radiodifusora Elea, S.A.	XEDZ	Córdoba
Radio Córdoba, S.A.	XEVC	Córdoba
Radio Fortín, S.A.	XEKG	Córdoba
Carlos Ferráez Matus.	XEOV	Orizaba
Radio Orizaba, S.A.	XETQ	Orizaba

CUADRO No. 4.1 DISTRIBUCION DE LAS RADIODIFUSORAS POR GRUPOS RADIOFONICOS NACIONALES

GRUPO	<u>NUM.DE RADIODIFUSORAS</u>	<u>%</u>
RADIOVENTAS DE PROVINCIA S.A.	6	10.90
GRUPO ACIR	12	21.81
ORGANIZACION IMPULSORA DE RADIO	8	14.54
RADIORAMA	10	18.18
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS S.A.	6	10.90
CORPORACION MEXICANA DE RADIODIFUSION	1	1.81
RADIOPROGRAMAS DE MEXICO S.A	3	5.45
SOCIEDAD MEXICANA DE RADIODIFUSION	1	1.81
RADIODIFUSORAS ASOCIADOS DE INNOVACION Y ORGANIZACION S,A	2	3.63
NUCLEO RADIOMIL	1	1.81
RADIO CADENA NACIONAL	5	9.09
TOTAL	<u>55</u>	<u>100.00</u>

CUADRO No. 4.2 GRUPOS RADIOFONICOS REGIONALES

<u>GRUPO F.M</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>CIUDAD</u>
Mario Malpica Valverde	XHRN-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHPR-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHCS-FM	Veracruz
Mario Malpica Valverde	XHTD-FM	Coatzacoalcos
Mario Malpica Valverde	XHPV-FM	Veracruz

GRUPO AVAN RADIO

XEKL, S.A (Carlos Ferráez)	XEKL	Xalapa
XEJA, S.A (Carlos Ferráez).	XEJA	Xalapa
XEGR, S.A (Carlos Ferráez).	XEGR	Xalapa
XHTZ-FM S,A (Carlos Ferráez).	XHTZ-FM	Xalapa
XHWA-FM,S.A (Carlos Ferráez).	XHWA-FM	Xalapa
XHOT-FM,S.A (Carlos Ferráez).	XHOT-FM	Xalapa
XEFM,S.A. (Carlos Ferráez).	XEFM	Veracruz
XEQT, S.A (Carlos Ferráez).	XEQT	Veracruz
XEAVR,S.A (Carlos Ferráez).	XEAVR	Veracruz

RADIODIFUSORAS ORGANIZADAS DEL GOLFO S.A.

Carmen Fariña González	XHPG-FM	Córdoba
XEAG, S.A (Carlos Ferráez)	XEAG	Córdoba
Radiodifusora Elea, S.A	XEDZ	Córdoba
Radio Córdoba, S.A.	XEVC	Córdoba
Radio Fortín, S.A	XEKG	Córdoba
Carlos Ferráez Matus	XEOV	Orizaba
Radio Orizaba, S.A.	XETQ	Orizaba

X  
v



CUADRO No. 4.3 RADIODIFUSORAS INDEPENDIENTES

	<u>SIGLAS</u>	<u>CIUDAD</u>
ARNULFO AGUIRRE SALAMANCA	XEQO.	COSAMALOAPAN
LIC.JOSE LUIS OLIVA MEZA	XETP	XALAPA, VER.
HOMERO BARRENECHEA DOMINGUEZ	XEMCA	PANUCO
SAMUEL REYES ZUÑIGA	XEBD.	PEROTE
PROFR.RAUL MOLINA ROMERO	XEBE	PEROTE
GILBERTO ALARCON RUIZ	XEGN	PIEDRAS NEGRAS
RADIO TROPICANA S.A	XEJD	POZA RICA
RADIODIFUSION S.A.	XETI	TEMPOAL
	XEIL	VERACRUZ
GUILLERMO AGUILAR MORENO	XHPS-FM	VERACRUZ
ING.BALTAZAR PAZOS DE LA TORRE	XHTS-FM	VERACRUZ
	XHVE-FM	VERACRUZ
RADIO UNIVERSIDAD VERACRUZANA	XERUV	XALAPA
XEJN-OC	XEJN-OC	HUAYACOCOTLA
CENTRO DE PROMOCION SOCIAL Y CULTURAL	XEYT	TEOCELO

CUADRO No. 5 RADIODIFUSORAS QUE DECLARARON UTILIZAR EL SATELITE MORELOS.

<u>CONCESIONARIO</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>LOCALIDAD</u>
Eco de Sotavento, S.A.	XEU	Veracruz (sube)
Radio Heroica, S.A.	XEHV	Veracruz (sube)
Mario Malpica Valverde.	XHPS-FM	Veracruz (baja)
XEFM, S.A. (Carlos Ferráez ).	XEFM	Veracruz (baja)
XEQT, S.A.	XEQT	Veracruz (sube)
Radio Jarocha, S.A.	XELL	Veracruz (sube)
Radio de Poza Rica, S.A.	XEXK	Poza Rica (sube)

ANEXOS

## ANEXO No. 1

CRONOLOGIA QUE MUESTRA EL SURGIMIENTO DE LAS RADIOFUSORAS EN  
EL ESTADO DE VERACRUZ

	AÑO	SIGLAS	LOCALIDAD
1	1930	XEU - XEVW	LA BOTICARIA-VERACRUZ
2	1934	XETF	VERACRUZ, VER.
3	1935	XEAG	CORDOBA, VER.
4	1938	XEZL	XALAPA, VER.
5	1940	XEHV	VERACRUZ, VER.
6	1941	XETL	TUXPAN, VER.
7	1941	XETQ	ORIZABA, VER.
8	1941	XEPP	ORIZABA, VER.
9	1942	XELL	VERACRUZ, VER.
10	1942	XEJA	XALAPA, VER.
11	1942	XEKL	XALAPA, VER.
12	1948	XERUV	XALAPA, VER.
13	1952	XEGB	COATZACOALCOS
14	1951	XEDZ	CORDOBA, VER.
15	1953	XEPR	POZA RICA, VER.
16	1955	XEOD	VERACRUZ, VER.
17	1955	XEFU	COSAMALOAPAN, VER.
18	1956	XEJF	TIERRA BLANCA, VER.
19	1956	XEDQ	SAN ANDRES TUXTLA, VER.
20	1957	XEPV	PAPANTLA, VER.
21	1957	XEGR	XALAPA, VER.
22	1958	XEHU	MARTINEZ DE LA TORRE
23	1958	XEJD	POZA RICA, VER.
24	1960	XEOZ	XALAPA, VER.
25	1960	XEVZ	ACAYUCAN, VER.
26	1960	XKEG	CORDOBA, VER.
27	1960	XEVC	CORDOBA, VER.
28	1961	XEMI	MINATITLAN, VER

	AÑO	SIGLAS	LOCALIDAD
29	1961	XEGF	GUTIERREZ ZAMORA, VER.
30	1963	XEFM	VERACRUZ, VER.
31	1964	XEJV	COSOLEACAQUE, VER. (JALTIPAN)
32	1965	XEKM	MINATITLAN, VER.
33	1965	XEUZ	MARTINEZ DE LA TORRE, VER.
34	1965	XEPW	POZA RICA, VER.
35	1965	XETI	(TUXPAN, VER.) TEMPOAL
36	1965	XEJN-OC	HUAYACOCOTLA, VER.
37	1965	XEYT	TEOCELO, VER.
38	1967	XEOV	ORIZABA, VER.
39	1968	XEBY	TUXPAN, VER.
40	1969	XEYV	HUATUSCO, VER.
41	1969	XEQT	VERACRUZ, VER.
42	1970	XEHU-FM	MARTINEZ DE LA TORRE, VER.
43	1970	XHVE-FM	VERACRUZ, VER.
44	1970	XHPV-FM	VERACRUZ, VER.
45	1970	XHPS-FM	VERACRUZ, VER.
46	1970	XEVO	SAN RAFAEL, VER.
47	1970	XHTZ-FM	XALAPA, VER.
48	1971	HXTS-FM	VERACRUZ, VER.
49	1971	XEBE	PEROTE, VER.
50	1971	XEUY	LAS CHOAPAS, VER.
51	1972	XEXK	POZA RICA, VER.
52	1972	XEQO	COSAMALOAPAN, VER.
53	1973	XHPT-FM	CORDOBA, VER.
54	1973	XEGN	PIEDRAS NEGRAS, VER.
55	1973	XHPR-FM	VERACRUZ, VER.
56	1975	XHRN-FM	VERACRUZ, VER.
57	1977	XEEV	PAPANTLA, VER.
58	1977	XETP	XALAPA, VER.

	AÑO	SIGLAS	LOCALIDAD
59	1978	XEID	ALAMO, VER.
60	1978	XEAVR	ANTON LIZARDO, VERACRUZ, VER.
61	1978	XEQRV	(LA ANTIGUA, VER.) CARDEL
62	1979	XHNE-FM	COATZACOALCOS, VER.
63	1979	XEZS	COATZACOALCOS, VER.
64	1979	XEOM	COATZACOALCOS, VER.
65	1979	XEMCA	PANUCO, VER.
66	1979	XHOM-FM	COATZACOALCOS, VER.
67	1979	XEPT	MISANTLA, VER.
68	1980	XEBD	PEROTE, VER.
69	1980	XEJH	XALAPA, VER.
70	1982	XHPG-FM	CORDOBA, VER.
71	1983	XEMTV	MINATITLAN, VER.
72	1983	XHCS-FM	VERACRUZ, VER.
73	1987	XHWA-FM	XALAPA, VER.
74	1987	XHOT-FM	XALAPA, VER.
75		XHTD-FM	COATZACOALCOS, VER.

ANEXO No. 2

CONCESIONES QUE VENCEN EN 1989

Número de radiodifusoras: Comerciales 72 Culturales 2 Total 74% Nacional 7.96  
 Grupos radiofónicos que predominan: Ravepsa 15 Radiorama 13 ACIR 13 O IR, RASA, Radio Programas de México 5c/u Radio  
 Somer 4c/u Firmesa, Frecuencia Modulada Mexicana, Grupo FM 2c/u Número de concesiones que se vencen: 33

INDICATIVO	BANDA	FRECUENCIA Khz/Mhz	POTENCIA Wts	CONCESIONARIO	GRUPO	UBICACION
1						
2	AM	930	5,000	Suc.de Fernando Pazos Sosa	RPM	Veracruz
3	AM	1280	1,000	Luz Ma.Zúñiga de San Migue	IRavepsa	Córdoba
4	AM	1360	1,000	Elvira Ferrer de Almazán	RASA	Tuxpan
5	AM	1360	1,000	Radio Onda de los Tuxtias	ACIR	San Andrés Tuxtla
6	AM	630	5,000	Arnulfo Aguirre Salamanca	ACIR	Cosamaloapan
7	AM	1420	500	Luz Ma. Musset de Castro	Radio S.A	Gutiérrez Zamora
8	AM	1040	1,000	Radio Favorita S.A.	OIR	Coatepec-Jalapa
9	AM	610	1,000	XEJA, S.A.	OIR	Jalapa
10	AM	1450	1,000	Radio Tropicana,S.A	Radiorama	Poza Rica
11	AM	1350	1,000	Carmen Romero de Bravo	RASA	Tierra Blanca
	FM	104.5	1,000	Radio Tropical S.A	Ravepsa	Martínez de la Torre
12						
13	AM	1310	1,000	Radio Heroíca, S.A	RPM	Veracruz
14	AM	1420	1,000	Laura Escamilla Decuir	Radiorama	Jaltipán
15	AM	820	1,000	Radio Fortín, S.A	Ravepsa	Fortín-Córdoba
16	AM	550	1,000	XEKL, S.A	Ravepsa	Xalapa
17	AM	1450	1,000	Radio Mina	Corp.M.Radio Minatitlán	
18	AM	1430	1,000	Radio Jarocho S.A	RPM	Veracruz
19	AM	1070	1,000	Eduardo Martínez Celiz	Radiorama	Minatitlán
	AM	1090	1,000	Radiofónica Veracruzana	ACIR	Veracruz-Boca del Río
20						
21	AM	1240	1,000	Carlos Ferraez Matos	Ravepsa	Orizaba
22	AM	1590	1,000	Hilario Avila Serrano	Ravepsa	Misantla
23	AM	1450	1,000	Radio Club, S.A	Radiorama	Papantla
24	AM	1200	250	Oscar Lozano Luna	Radiorama	Poza Rica
25	AM	1250	1,000	Isabel Diaz	ACIR	Veracruz
26	AM	1430	1,000	Radiodifusión S.A	RPM	Tempoal
27	AM	1390	1,000	Calixto Almazán	RASA	Tuxpan
28	AM	850	10,000	Radio Orizaba, S.A	Ravepsa	Orizaba
	AM	1330	1,000	Diego Arrazola Becerra	Ravepsa	Martínez de la Torre
29	AM	700	500	XEVC, S.A	Ravepsa	Córdoba
30	AM	1490	1,000	Raymundo Martínez Domínguez	Radiorama	Acayucan
31	AM	1130	10,000	Radiodifusión Moderna, S.A	ACIR	Xalapa
32	AM	1170	500	Carlos A. Caballero	ACIR	Coahuila

*Truente Velasco, Enrique. Concesiones que vencen en 1989.  
 Revista Mexicana de Comunicación No 3*

## SITUACIÓN DE LA RADIO COMERCIAL (\*)

por JORGE GARCÍA NEGRETTE

### INTRODUCCION

Desde el principio del trabajo inicié con una metodología, porque honestamente este reporte de investigación, es un reporte de una práctica de radio.

Es decir, que este reporte no se está haciendo estrictamente a una metodología de investigación por consiguiente, también tengo que aclarar, que esto no es un reportaje, sino una práctica. La práctica a la que me refiero es algo que se convierte en un verosímil que es el manejo de la radio comercial.

Tomando como objeto de estudio lo que los compañeros de la radio, afirman que es un modelo muy dominante dentro de la radio comercial: la programación musical, por ser este uno de los contenidos primordiales del cuadrante de la radio comercial.

Este tema es un reporte del contenido radiofónico y lo podría considerar como una línea continua dentro de la producción simbólica que se transmite a través de la radio.

### COBERTURA DE RADIO MIL

Para empezar, me gustaría hablar de la cobertura. Realmente al núcleo Radio Mil le interesa cubrir el área metropolitana; ciudad de México y la zona conurbada, sin embargo, por la potencia que tiene, que son 20,000 wats, y por la frecuencia en que opera podemos observar que llega a partes del estado de Hidalgo, estado de México, estado de Tlaxcala, Morelos y el Distrito Federal.

Para explicar el modelo de la radio o la propuesta de los radiodifusores, existen algunos criterios que forman

(\*) Transcripción de su exposición. Los subtítulos se incluyeron posteriormente para facilitar la lectura del texto.



parte de un proceso de licitación, que aunque en este caso no es específicamente el de la Radio Mil, ya que en ese entonces no se sometieron estos documentos, sin embargo, este tipo de procedimientos y de principios para la radiodifusión comercial son los que en muchas ocasiones se han usado para licitar las estaciones del mismo grupo en el interior, y creo que en cierta forma reflejan el sentir del grupo.

### RADIODIFUSION CONCESIONADA Y PROGRAMACION

Voy a proceder a leer rápidamente algunos de ellos que son muy interesantes. Esto es lo que ofrece el radiodifusor concesionario ante el gobierno para obtener la concesión.

- 1.- Se llevarán a cabo encuestas sobre los programas que se transmiten, sean de tipo cultural, social, cívico, deportivo, etc., a fin de renovarnos a las necesidades de nuestro público.
- 2.- Tendremos que estar en constante actualización en los conocimientos y adelantos de la ciencia y la tecnología a fin de difundirlos.
- 3.- Del resultado de las encuestas podremos determinar cuáles son los programas que despiertan más interés en el público.
- 4.- Se buscará la forma de introducir en nuestro auditorio aquellos programas de interés social y cultural, adecuado al gusto y forma de idiosincrasia (idiosincrasia, ¡qué horror!).
- 5.- Contaremos con un equipo de técnicos constante que nos permita mejorar la calidad de las transmisiones. El personal técnico vigilará constantemente el diámetro de la estación, a fin de evitar la suspensión de las transmisiones.
- 6.- Mantendremos una constante comunicación con las instituciones educativas para obtener la intervención de

acreditados profesores y especialistas en las materias que se difundirán por este medio.

7.- Muestras discotecas y cintotecas estarán en constante renovación, mediante la adquisición de discos y cintas nacionales e internacionales del momento.

8. Es también importante tener un archivo de grabaciones sobre los acontecimientos históricos más sobresalientes.

9.- Se pretende adquirir un equipo de control remoto que permita transmitir todos aquellos acontecimientos de gran importancia, tanto culturales, sociales, políticos y deportivos. En tanto debemos efectuar las transmisiones en vivo desde los lugares donde se lleve a cabo.

10.- La estación dispondrá de un equipo de grabación móvil, que permita transmitir con posterioridad el evento del que se trate.

Para tratar de entender un poco este modelo, me encontré con un estudio de audiencia realizado en 1984. Aparte de la revisión mensual de los reportes de INRA se hizo un estudio que consistió en un PANEL. Cuando yo asistí a este estudio casi me desmayo, porque eso solamente lo había visto en las películas. Se trataba de reunir a gente (eran 10-15 personas) hiperseleccionada, de lo que se encargó un bufet psicológico externo. Se les convocó con motivo de hacer cualquier otra cosa, como preguntarles sus opiniones acerca de un nuevo pantalón que iba a salir al mercado, pero ya que se les tenía ahí, se les iba induciendo para preguntarles sobre la radio. Hubo cosas muy interesantes, lo que les digo, aunque de repente me parecía medio mercenario que detrás de esa ventana estábamos nosotros viendo las reacciones de los demás (y esas cosas que había visto yo en películas de Ciencia Ficción).

Sin embargo, de las conclusiones que se obtuvieron estaba una estación ideal propuesta por ellos, precisamente, y que se consideró mucho para hacer la estructura de programación de ésta nueva Radio Mil.

## LA PROGRAMACION "IDEAL"

El público, así en general, (esto es cruzando todos los niveles socioeconómicos, edades y sexo) pedía que hubiera un alto porcentaje en las transmisiones de música. Concretamente se mencionó la cifra de 80% de música en las transmisiones. Que hubiera máximo tres noticiarios diarios (no les interesaba mucho la noticia, aparentemente). Que hubiera pocos concursos y que los que hubieran fueran de tipo cultural, pero cultural a nivel del auditorio. Que hubiera también programas especiales, pero se insistió mucho que éstos no fueran diario, sino de vez en cuando, entre los cuales hubiera mesas redondas, entrevistas a todo tipo de personajes, audiciones en vivo, un noticiario musical, un noticiario deportivo, una hora para permitir el grabar, porque se quejaban mucho (no se si conocen el formato de que en mitad de la canción a veces sueltan seguros), que retiraran los seguros y que el locutor no hablara, sino que las canciones pasaran enteritas para que las pudiera grabar el auditorio. Y otra razón muy importante, que se estableciera una especie de radio-guia como por ejemplo tele-guia, porque la gente no conoce los programas de la radio.

Aparte de esto me gustaria explicarles rápidamente cual es el perfil programático de Radio Hil para que veamos más o menos de lo que estamos hablando.

## PERFIL PROGRAMATICO DE RADIO HIL

Radio Hil transmite de las seis de la mañana a las doce de la noche. De seis a siete tiene un programa que se llama "La Hora Juvenil", que es programación musical normal nada más; de siete a siete treinta, tiene un programa que se llama "Una de Café y Una de Azúcar", que transmite programación normal; de 7:30 a 7:45 tiene el primer servicio informativo, con el noticiario "Primera Plana";

luego de 7:45 a 8:30 continua con programación musical; de 8:30 a 8:45 hay un noticiero de la segunda edición de Primera Plana, que es prácticamente lo mismo; de 8:45 a 10:00 AM, está el horóscopo musical de Radio Mil, donde se leen los mensajes zodiacales, con programación musical normal; de 10:00 a 11:00 AM, está el "Salón de la Fama", que es programación musical normal; de 11:00 a 12:00 del día, "Las Inmortales de Radio Mil", que este es uno de los tipos de audiencia. Aquí se maneja música de catálogo, es el mismo perfil de la música de Radio Mil pero de los 50s, 60s, y 70s; de 12:00 a 13:00 PM, la misma fórmula "Las Inmortales y las Actuales", una antigua y una contemporánea; de una a dos de la tarde "Preguntas y Sorpresas", donde es programación musical normal, el locutor hace preguntas, el auditorio contesta, y se les da un premio; de 14:00 a 14:15 PM, está el núcleo de noticias de la tarde, esta hora se llama "Quince a las dos"; dentro de este nuevo formato de la realidad actual; de 14:15 a 15:00 hrs. "Dos a las Dos" y "Adivina la que Sigue", al público se le pide que adivine la siguiente canción, si adivina se le da un premio; de 15:00 a 16:00, está "Risas Mil" en donde se explota uno de los centros de Radio Mil, que son los chistes, durante toda la hora se van alternando chistes y música; de las 16:00 a 17:00 hrs. está "Circo, Maroma y Teatro", que es un espacio generalmente destinado, lunes, martes y miércoles, a promocionar artistas como lo veremos más adelante, y el resto del tiempo se dedican a leer la sección de espectáculos de los diarios y decir los últimos chismes de los artistas; de 5:00 a 6:00 de la tarde está "La Hora Juvenil" segunda edición, que es programación musical normal; de las 6:00 a las 8:00 de la noche está "Las Inmortales y las Actuales" en donde se pasa la fórmula esa que les decía, música antigua y música contemporánea; de las 8:00 a las 9:30 de la noche pasa el núcleo de noticias de la noche; de 9:30 a 10:00 PM. esta

RTC, de lunes a viernes; de las 10:00 a las 12:00 de la noche no hay ningún programa y es programación musical normal.

Programas especiales, solamente aparte de los noticiarios que les mencionaba, los lunes a las 11:00 PM, pasan un programa que se llama "Diálogos al Desnudo", que en alguna época tuvo cierta relevancia periodística y actualmente se ha convertido en mucho, en una exposición de los intereses de la empresa para entrevistar a funcionarios o agentes con los que interesa quedar bien.

Hay un perfil diseñado por el propio gerente de la estación, en el cual plantea qué es la estación, y creo que es muy interesante, porque de ahí vamos a partir para hacer ese desmontaje del cual he estado hablando.

La programación de Radio Mil está basada en primer lugar, en música moderna en español, que abarca desde la balada con sus grandes intérpretes como: Juan Gabriel, José José, etc. En segundo lugar, otra parte importante de nuestra programación es la música rítmica, donde participan artistas como Timbiriche, Flans, Lorenzo Antonio, etc. La tercera parte está conformada actualmente por los grupos de Rock and Roll, que han logrado una fuerte penetración en las últimas fechas, entre ellos tenemos a los "Hombres G", Vini vidi vichi, bla bla, etc. Una cuarta audición que trabajamos en la programación de Radio Mil, son los temas que incluimos en lo que ha sido el programa de mayor rating del medio en los últimos años y que es lo que les comentaba, el programa de "Los Inmortales", con música de grupos románticos como: Fredys, Solitarios, Bukis, Terrícolas, etc. Aquí dice que para elaborar la programación general y los programas específicos de la estación, contamos con un departamento especializado de mercadotecnia, que nos proporciona quincenalmente reportes como son: gusto de hogares, escuelas y reportes de ventas de

discos, a los cuales se agrega el resumen que surge de las llamadas redes telefónicas.

Estas fuentes de información las vamos a ver ahorita con más detalle.

A todo esto aplicamos el criterio que nos da la experiencia y posteriormente manejamos los distintos sistemas de repetición, para finalmente obtener la lista con la que trabajamos, tanto la programación general, como la de programas específicos.

Otra de las cosas interesantes es el perfil del auditorio de Radio Mil, tal y como lo ve el propio gerente de la estación. Aunque el grueso de nuestra audiencia se localiza entre los 13 y 24 años, con un promedio socioeconómico de clase social alta. Sin embargo hay la aparición de otros sectores y aquí está lo interesante, entre los 13 y 24 años e ingresos económicos. Todo esto de acuerdo a los criterios de INRA.

Con respecto a la cobertura y al alcance, ya les había mencionado cuál es la cobertura. Tenemos una potencia de 20 kilowatts, y es una de las únicas emisoras del área metropolitana que transmite en estereofonía en AM, lo cual no dice nada absolutamente. Una vez hablando de este perfil musical y hablando de ésta propuesta que a mí en lo personal se me hace demasiado verosímil. Les voy a dar algunos otros datos que a lo mejor nos ayudan a conformar bien como está el contenido de la transmisión total.

Como les digo solamente me voy a detener en lo que es la música. Posiblemente ya tienen el tiempo vendido. Esto de los tiempos es muy interesante, porque generalmente la crítica de la radio comercial presiento que se gasta mucho en este sentido.

Estos resultados que les doy son de este lunes que acaba de pasar, y creo que nos dicen mucho.

#### PERFIL DE PROGRAMACION Y TIEMPO PUBLICITARIO

El tiempo vendido del lunes de esta semana, que es muy significativo porque es un día promedio, es el 17% del tiempo total comercializable. El tiempo del gobierno, (el tiempo que se utilizó el gobierno), de 12.5% fue tan sólo de 7%. Tiempos de cortesía, que tradicionalmente Núcleo participa con mensajes culturales, mensajes sociales, mensajes de apoyo a Universidades, etc.

El lunes solamente un 4% de éste tiempo estaba utilizado y lo que es muy interesante, el tiempo no usado de lo que se puede transmitir desde el tiempo usado. No musical, estaba un 72% de tiempo no utilizado. Entonces si se dan cuenta, creo que la radio de repente no transmite tanto comercial como se cree, quiero recalcar una cosa que es bastante importante, Radio Mil es una de las estaciones más comercializadas del área metropolitana, y es la que más comerciales transmite en cada bloque. Sin embargo aquí vemos que hay un 72% del tiempo no usado.

Y algo que no sé si sea muy relevante, pero que ya que lo tenía a la mano se los quiero decir. Los ingresos de este lunes 24 fueron de 12,590,000 pesos. (Ingreso bruto).

#### LA PROGRAMACION MUSICAL

Una vez teniendo ésta panorámica general de lo que es ésta estación, a mí me gustaría descender hacia lo que es la programación musical en este respecto. Es muy interesante, me voy a adelantar un poco... Esto es una programación musical, no sé si más o menos lo logren apreciar todos, pero es una cuadrícula en donde hay diez espacios hacia adelante, y hacia abajo son las horas de transmisión, donde cada número que está aquí se corresponde al número del catálogo de cada disco, y la manera en que se va vaciando esto, es muy estable.

Este sistema que quiero que analicemos porque creo que en esta construcción es donde están las vías para

destronar este esquema precisamente. Ahora les quiero decir una cosa, no toda la radio del área metropolitana, ni toda la radio comercial de la República mexicana hace lo mismo. Pero más o menos si tengo idea de que los principales grupos del área metropolitana, comerciales, de competencia, al estilo de las Radio Mil, por ejemplo, manejan este esquema de las listas de popularidad.

Esto que está aquí es lo que siento que es, éste verosímil de que al público se le dá lo que él pide. Vamos a ver si realmente se le dá. Lo terriblemente negativo de esto es que creo que si vamos a encontrar lo que pide, pero vamos a ver porqué. Si hicieramos un dibujo en el espacio, yo me imagino que la música, la producción musical que hay, al menos de la balada en español, o del Rock en español, o lo que haya en español que esté de modo ahorita, sería más o menos de aquí a acá. Si pudiéramos saber de la programación musical todo lo que se hace en español (sería de aquí acá). La radio no sería posible (de aquí acá), es decir jamás podrá en ésta cuadrícula no haber de aquí acá. Y a los radiodifusores, al gerente de la estación, fíjense bien, aquí muchas veces no se manejan por el dueño o por la legislación, o por otros haberes que se han estado manejando acá, que son interesantes para entender el fenómeno de la radio. Pero al respecto de la programación musical muchas veces el criterio del programador es el decisivo (el programador artístico, el director artístico o como le quieran llamar). De acá no exhibe todo, sino por ciertos compromisos de repente puede exhibir nada más esto, y de repente si al público, después de estarle pasando todo esto con cierta repetición, le preguntamos qué quieres escuchar.

Estoy en contra de la alienación, de la manipulación y otras teorías facilistas. Sin embargo creo que si nada más les presentamos esto, lo más probable es que nos siga



pidiendo eso. Entonces ya nuestro asesor dice, le estoy dando lo que piden, ya ves qué fácil es esto?

#### FUENTES DE INFORMACION PARA LA PROGRAMACION MUSICAL

Sin embargo no es así. Vamos a empezar a revisar las fuentes de información que hay detrás de esa condensación que está circulando en desorden, no hay ninguna que sea más importante, todas son muy importantes.

En primer lugar hay una tabulación. En las estaciones de radio, en esta Radio Mil, existe una tabulación, una lista de las canciones más populares. El locutor, aparte de las labores que tiene que hacer anota ahí una rayita a las canciones por cada petición que le hagan por teléfono, de esta manera cada semana, cada quince días, se tiene una tabulación de lo que la gente nos está pidiendo. Ahora, en este sentido, sería muy simple decir al público si se le da lo que pide. Sin embargo yo quisiera mencionar anécdotas. Todo esto es un rastreo bien práctico, bien pragmático, (como les digo, no es tan seria mi investigación, sino es una práctica), y en este sentido va a estar llena de anécdotas. Por ejemplo, para la tabulación, hay un fenómeno de inflación de los votos, y que se debe a muchos sectores de la sociedad. Podemos poner en primer lugar a las disqueras.

La mayor parte de las disqueras importantes del área metropolitana tienen un departamento especializado en tener contratados mujeres, niños, hombres (maduros y jóvenes), para que llamen a las estaciones y que pidan las canciones de los artistas de su elenco, para que se inflen. Porque saben que en la medida que haya más peticiones más se programan.

Otro sector son los locutores, y en este respecto quisiera explicar algo que yo bauticé como la "raya de oro". Se institucionalizó más o menos de una manera

informal un premio para los locutores, que le llamamos la "Raya de Oro", ¿por qué? porque los locutores muchas veces están metidos (sobre todo en una estación como Radio Mil) en una cantidad de papeles tal que no se ponen a contestar el teléfono, así lo dejan que suene, ¿y qué pasa?, antes de entregar su turno, como hay que entregar una cuota más o menos estable de votos (no está definida tampoco, es informal), entonces para que no vayan a decir que no estaban trabajando, se ponen a llenar votos al azar. Un día se hizo una trampa y en las listas se insertaron tres o cuatro canciones que no existen, con intérpretes que no existen, y recibieron votos. Por eso era la "raya de oro", porque se pusieron a hacer rayas como locos.

A esto también tenemos que añadir los clubes de admiradores. Es gente tal vez con muy buena intención, que saben perfectamente bien, sobre todo los que están más cerca de las radiodifusoras que mientras más pidan la canción más se les va a programar, y de repente, muy inocentemente, empiezan a hablar a todas las estaciones donde esté su artista para inflar sus números.

Existen, aparte de estos clubes inocentes, los institucionalizados, a los que las disqueras les pagan para que hagan lo propio.

Aparte de todo esto, están los familiares, amigos y todos lo demás de los artistas, que también se dedican a estar hablando por teléfono. Ya en el terreno de la anécdota nos vamos al terreno del chisme, por ejemplo, los familiares de Oscar Athie y Anamía se dedicaban a hablar por teléfono para pedir sus canciones, al detectarse esto, los temas se retiraron de la programación.

Sin embargo esto es una práctica bien cotidiana, todo esto se cruza. Ahora, no es culpa de la audiencia ni de los sectores de la audiencia, que hagan esto, sino que es una especie de responsabilidad compartida, porque la radio al

dar a conocer ésta metodología para programar, está incitando a cualquier sector para que le inflen los temas.

Hay una segunda fuente de información de la que les quisiera hablar, es la promoción. Sólo las compañías disqueras tienen un servicio de promoción, y su trabajo más inocente sería empezar a surtir a las radiofusas del nuevo material discográfico que hay en su perfil, y darles información del disco, decirles cuál es el tema que se va a promocionar. Si quieren ayudar, se le pide al radiodifusor que ayude, en fin. El objetivo primordial de la disquera, en el sentido ya de una industria cultural sería que su disco se toque, y el artista que quiera promover se transmita.

Y en este sentido hay un sistema que se llama, cuadrar canciones. Un promotor que logra hacer que su disco y sus canciones se toquen en todas las emisoras del mismo perfil, generalmente llevan un incentivo. Ahora también, este trabajo resulta muy inocente, ¿por qué? porque es un trabajo que cualquier persona puede realizar. Sin embargo, también tiene su contraparte, ¿por qué? porque se pueden dar casos de que el promotor se hace amigo del director artístico y empieza a incidir contra una serie de valores subjetivos, y de ahí nos podemos ir hasta la parte más negativa de la radio, que yo creo es la que ha hecho que muchos esquemas radiofónicos estén donde están los musicales, que es la falla que todo mundo conoce, y que es una práctica bien cotidiana.

De esto ya podemos hablar, de la práctica institucional de la promoción, ¿por qué? porque en los discos ya viene marcado de impresión el tema que se va a promover. Entonces muchas veces el trabajo llega con el director artístico, se le deja el disco que está marcado y lo programa (no escucha el disco, ni hace nada, este es el peor de los casos) o las entrevistas, que es otra de las prácticas promocionales que han cobrado un valor institucional, que en verdad a mí me dejan con la boca

abierta, muy grande, ¿por qué? porque ya es entrevista, ya es un género, casi un género periodístico este tipo de entrevistas, en donde generalmente es la disquera quien maneja el contenido de la información.

No les digo que llegue el promotor y diga como se hacen las cosas, no, pero ya los locutores, la radio, todos en gran complicidad, que generalmente se habla ¿cuál es el tema que vas a promover? ¿dónde lo grabaste?, etc. Es toda una construcción de promoción nada más, es un aspecto de la promoción, y les digo que aquí habría una veta de dispersión para investigar, porque esto muchas veces incide. Si la radio acepta ciertos estilos o ciertos artistas, esto incide en la producción musical, incide en producción de los temas, las letras de las canciones, los arreglos, los géneros que se están tocando y en los artistas que pueden funcionar o no funcionar. Y así, de repente, los baladistas fueron baladistas. Funciona el ranchero, se forma el "arte" ranchero. Funciona el rock en español, se forma el "arte" rock. Y Tatiana y todo mundo hace rock.

Una tercera fuente de información son las listas de revistas especializadas, donde generalmente hay listas de popularidad para saber cuáles son los artistas más populares del momento, esas listas son editadas por revistas especializadas. Sin embargo, y también a modo de anécdota, es muy evidente el vínculo que existe entre las principales revistas que sacan estas listas y la televisión, algunas radiodifusoras, tiendas de discos o grabadoras de discos muy concretas, entonces la lista sale muy alterada, por ejemplo, Televisa en un programa llamado el "mundo del espectáculo" nos hablaba a nosotros para que les diéramos los diez primeros lugares de la programación, por cierto pudor del gerente de Radio Mil, la lista nunca se daba bien, siempre se les daba en desorden, agarraba del último lugar y se los ponía ahí. Y cuando veía yo en televisión a algún

artista, me daba cuenta de que ninguna estación estaba confesando realmente lo que hacía, porque aquí traigo los reportes de las programaciones y nadie daba la lista de los diez en su orden, salvo los de Televisa. Entonces agarrar listas que están viciadas tampoco ayuda de mucho.

Hay otro reporte, una cuarta fuente de información, son las ventas, los reportes de ventas. ¿Cuáles son los discos que más se están vendiendo? Generalmente se establecen canales informales de cooperación con las discotecas. Las tiendas de discos más importantes, en éste caso el área metropolitana, para que quincenal, semanal o mensualmente nos mande los reportes de lo que está vendiendo más. Aquí vamos a encontrar el mismo problema. Muchas veces nos da la información la gente que anda por ahí (los empleados).

Esto de las ventas está trucado mucho con las compañías disqueras. Seguro que todos ustedes saben el sistema éste del Disco de Oro, disco de Aluminio, de Platino, etc. Antes había un tope de venta y se les daba un reconocimiento, ahora no, ahora aunque no llegue a ese tope se le da reconocimiento, se inflan las ventas y se dicen muchas cosas que no son.

Hay una quinta fuente de información, que son los monitoreos, esto es lo más divertido (todo es muy divertido) los monitoreos de la competencia. Todo mundo hace lo mismo y yo, para hacer mi programación me voy a basar también en lo que hace la competencia. Es como si estuviera frente al espejo de Blanca Nieves (si no me contestas que soy el más bello te rompo), entonces está obligado a contestar lo mismo. En este caso, creo que los monitoreos tampoco ofrecen mucho.

Y finalmente, aunque con esto no se acaban las fuentes de información, están los reportes de INRA, los ratings. Aquí está el Mediometro más reciente, de marzo, realmente son bellísimos los resultados que ofrece, aquí viene toda

la explicación de la investigación, la muestra, cómo está estratificada y nos da aproximadamente 29 gráficas diferentes, que van desde el global, es decir, mezclando todos los niveles socioeconómicos, todas las edades y los sexos; del lunes a domingo, hasta ya cosas más específicas, como sábado o domingo de ciertos horarios y por edades y amas de casa. Adentro viene el cuestionario que utiliza INRA, y a lo mejor les sirve a ustedes; lo que les quiero decir, es que los principales grupos radiofónicos del centro, tienen superiores constantemente en esta empresa, porque siempre se encuentran problemas, siempre.

Este es un estudio que nadie cree en él, aunque desafortunadamente todos los criterios publicitarios parten de él. Cualquier empresa o agencia de publicidad al momento de hacer selección de medios utiliza esto y de repente por este criterio a los que hacen radio se nos obliga a que luchemos por rating, sobre esto vamos a regresar ahorita.

#### EL VEROSIMIL DEL PERFIL DE LA AUDIENCIA

Hay un artículo de Raymundo Nier (que no sé dónde lo leí) en donde hablaba de un concepto que decía de la necesidad del otro, la construcción de la necesidad del otro. Me pareció muy interesante, porque es cierto: a mí de nada me sirve saber qué edad tiene el auditorio, qué nivel socioeconómico y qué sexo tiene, porque platicando con los gerentes, sobre todo los viejos gerentes de estaciones del núcleo Radio Mil, de repente me sacan verosímiles como éstos: niveles socioeconómicos bajos, hombres maduros escuchan música tropical. Eso no me lleva absolutamente a ningún lado, y eso aparte de la aportación que hacían hace poco de que en ciertos sectores, no es cierto que sea uniforme el nivel socioeconómico. Y aquí acudo también, a la participación de Carlos Milatés, en un seminario que dieron en el ITESO, donde hablaba sobre la

lectura de los mensajes. El tener resultados a nivel cuantitativo de la audiencia no me dice qué es lo que hace el receptor con los mensajes que le estoy emitiendo. Todo el proceso simbólico de internalización del mensaje no lo conozco, entonces esos números solamente me sirven para construir este verosímil de la programación musical.

### LA MECANICA DE LA PROGRAMACION

Ya que tengo todas estas fuentes de información lo que hago es cruzarlas, ya las tengo, tengo las listas y todo lo que más se escuchó, o lo que más pide el público. Con base a esto hago una lista del 1 al "x", en donde voy poniendo en orden de importancia las canciones que más o menos me darían resultados como éste: las canciones que más se escuchan y las canciones que menos se escuchan. Ya que tengo esto empiezo a clasificarlas por grupos. Los grupos que normalmente se trabajan en una programación al estilo de Radio Mil, es un grupo que se llama grupo de promoción; grupo "A" que serían los Hits; grupo "B", que serían Hits que van de salida o que van descendiendo en el listado de popularidad; el grupo "c" que es un grupo de catálogo, como el de "Los Inmortales" que les comentaba. En este sentido, a cada grupo se le asigna un número determinado de canciones y de ahí no se puede mover, es decir, si se le asignó al de promoción siete, a lo mejor puedo meter nueve o seis, pero siempre alrededor de éstas constantes. Entonces la programación son números si se dan cuenta. En promoción por ejemplo a lo mejor puedo meter seis, en el grupo "A" meto nueve, en el grupo "B" meto cinco y el catálogo lo dejo abierto para que no se repita en todo el día, son canciones viejas que supuestamente otro de los verosímiles es de en cualquier momento que yo suelte una de catálogo a la gente le va a gustar, porque son canciones que más o menos cubrieron la ruta.

Esto de promoción A, B y C, si viéramos una gráfica sería más o menos la curva de popularidad de la canción cuando esté en promoción, apenas ascendiendo, es decir, la piden poco porque no la conocen; cuando está en la cresta es el grupo "A", cuando es más pedida, cuando va descendiendo la cresta es el grupo B y finalmente ya canciones que van para afuera. El catálogo se encuentra por fuera de todo esto. El catálogo son canciones que pasaron bien su vida de popularidad y pueden funcionar muy bien, tal vez es el grupo más definido.

Ahora, una estación por ejemplo la Radio Mil, que va un público juvenil, trata de equilibrar éstos grupos y centra su programación en las canciones de promoción y las del grupo A, catálogos del grupo B los utiliza como refuerzo, programándolos menos veces, de tal forma que se hacen guías de programación.

En la cuadrícula están marcadas letras, éstas letras, si nosotros hiciéramos por ejemplo... si yo meto seis canciones de promoción y en mi guía meto uno, dos, tres espacios para promoción, entonces esto me va a dar para que el grupo de promoción se me repita cada dos horas. No sé si me entiendan la relación, entre el número de canciones, entre la colocación de la guía y los ciclos de repetición, que es cuando sale por primera vez y cuando se vuelve a repetir.

Es necesario que haga un paréntesis. Son diez los espacios en las hojas de cuadrícula, porque el tiempo espacio de la radio está completamente especificado para aprovechar al máximo. Aquí ¿qué pasa? que si ustedes dibujaran un reloj que es lo que se usa mucho en radio, y primero dividieran en diez partes, y en esas diez partes incluyen una canción y corte comercial, ustedes se van a dar cuenta que tenemos 30 minutos de música; otra coincidencia de la radio sobre la industria discográfica, si las canciones se exceden de 3 minutos, entonces ya no es justo



darles espacio en la radio, y si se exceden de tres minutos vamos a ver que se dice.

Y a nivel anécdota. Estoy seguro que no me van a creer, porque yo mismo no lo creí cuando lo vi, cuando lo reporté en la junta: "La séptima Luna" de Emmanuel se tuvo que quedar en la cuarta o la tercera porque no entró en el tiempo y se tuvo que cuadrar a tres minutos.

### LA RADIODIFUSION Y LA INDUSTRIA DISQUERA

El análisis histórico a lo mejor nos diría cómo fué que se hermanaron, pero ahorita yo no me quiero meter en eso. Sin embargo el vínculo aquí es muy estrecho. Entonces que pasa, la industria disquera hace exactamente las canciones como las necesita la radio, parte en cuestión de espacio y tiempo. Si yo tengo 10 espacios y 10 canciones de tres minutos, tengo los cortes comerciales saturados, que por diez de dos minutos máximo tengo veinte minutos de cortes comerciales, eso me dá un total de 50 minutos; si yo incluyo mi mini noticiario de máximo 5 minutos tengo 55 minutos ya programados, me sobran 5 minutos para producir, es cierto o no porque llegan los "jingles", los comentarios de los locutores, etc. Entonces es ahí donde entraba la ocupación, ¿dónde voy a producir?, ¿qué espacio tengo para producir?, si este esquema es el que me heredaron.

### EL VEROSIMIL DE LA RADIO

Ahora lo que quiero decir es esto, que no es una voluntad, así poderosa, única, centro de poder la que dijo, toma y haz las cosas así; no, lo más curioso de esto es que no fueron éstas mentes maquiavélicas, si no que fueron desde abajo, desde la cotidiana, las personas que hacían la música las que empezaron a construir este modelo y de repente se constituye en una condensación cultural dominante, y todo mundo se la empieza a creer; entonces todo

mundo tiene que hacer las cosas así porque así es como funcionan y es aquí donde empieza el enfrentamiento con este tipo de esquemas.

Realmente tiene que ser así, no hay otra manera de hacer las cosas; y entonces a partir de esto es que empezamos a pensar en que la radio se viene a hacer de esta forma, porque son éstas las fuentes y porque son éstos los mecanismos y éstos los sistemas, y nos estamos dando cuenta que esto no tiene un sustento, ni teórico ni lógico, sino que todo es producto del azar.

Aquí quisiera pasar a otro terreno, alguien me hacía una pregunta con respecto a las mujeres, no se cuál sea la reacción en el interior, pero por ejemplo en D.F. de que de repente ¡niña no puedes llegar después de las dos de la mañana a tu casa!, y cuando le pregunta a la mamá porqué, pues porque sí, es decir, cómo es posible que un saber de repente se convierta en una regla homogénea, autoritaria, que no se pueda transformar, porque si no tiene razón, y porqué tenemos que hacer esta radio tampoco tiene razón. Entonces es cuando nos empezamos a cuestionar. Ahora, esta historia que les conté es demasiado rosa, ¿por qué? porque no se trata de que ¡Ay fljese lo que descubrí! que las cosas se están haciendo con supuestos y no tienen ni una fase lógica, ni ningún sustento cultural, ni ninguna correspondencia con respecto a la posición social que debiera cubrir la radio.

#### HACIA UN NUEVO VEROSIMIL

Por ejemplo, en el caso concreto de Radio Mil, que es un veta para otra investigación, se dieron una serie de cosas coyunturales que facilitaron, que pudieramos cierto grupo de personas empezar a cuestionar estos modelos, y lo verdaderamente interesante fué cuando se empezaron a lanzar proyectos al aire, de la radio comercial, en donde lo

primero que hicimos fue tirar todo esto a la basura; inclusive un día nos llamó el director general furioso porque su heroico departamento de mercadotecnia, había dicho que tirábamos los reportes sin leerlos, ¡es cierto!. Rock 101, les quiero decir, que a lo mejor parte de otro verosimil más; a lo mejor destruimos uno y estamos construyendo otro, porque Rock 101 ni siquiera se basa en esto, Rock 101 se basa en otros criterios totalmente diferentes, no se basa ni en las investigaciones de IHRA, ni en los reportes de audiencia.

Los criterios de repetición están dados en función de la popularidad, de tal forma que yo voy a programar más veces la música que más me pidan o la música que aparece en los primeros lugares de esto.

Hay unos proyectos muy concretos que se están realizando ahorita, allá, y que se están alejando mucho de esto, y que es muy interesante porque en su alrededor han condensado a una serie de personas que tradicionalmente no existían en la radio. Por decirles algo, éste concierto radiofónico, aquí pongo ayuda, porque la verdad es que no tiene una base teórica que lo sustente en firme, si no que tiene una serie de intuiciones muy empíricas, con fines muy programáticos, con fines de que esto no funciona y tenemos que hacer otra cosa, con fines de que no es posible que hayamos destapado a alguien y sigamos tan compantes diciendo que estamos emitiendo la realidad tal cuál. Entonces, ahí si creo que sería bien conveniente la participación de investigadores y otro tipo de personas con mucho mayor solidez para decidir qué es lo que tiene que hacer la radio; nosotros, se los juro, a veces no sabemos ni por dónde tirarle, y vemos que la investigación sobre esto, está muy limitada en nuestro país.

\* \* \* \* \*

# LOS CONCEPTOS DE EDUCACION Y CULTURA Y EL FUNCIONAMIENTO ACTUAL DE NUEVE RADIODIFUSORAS EDUCATIVAS Y CULTURALES

José Cisneros e.  
Puebla-Puebla  
abril, 1989.

**Resumen:** En este trabajo se presentan los principales resultados de una investigación sobre radiodifusión educativa y cultural efectuada de enero de 1987 a diciembre de 1988. Previa discusión de los conceptos de Educación y Cultura, se describen los modelos generales de operación de nueve emisoras del centro del país (Veracruz, Distrito Federal, Estado de México, Michoacán y Guanajuato) estableciendo una distinción entre emisoras universitarias, gubernamentales y civiles. Se analizan principalmente las barras programáticas, el empleo de formatos radiofónicos participativos y la respuesta de la audiencia. Asimismo, se comenta el estancamiento de las radiodifusoras universitarias y el desarrollo de emisoras que han incorporado la participación sistemática de las audiencias en la elaboración y difusión de sus programas radiales.

## PRESENTACION:

El trabajo que a continuación voy a presentar se refiere a "los principales... (ver resumen)". El objetivo central de esta investigación era contribuir al logro de un diagnóstico mínimo de la situación de la radiodifusión educativa y cultural de nuestro país, para alimentar el trabajo académico en el área de Radio Educativa de la carrera de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de las Américas-Puebla.

## INTRODUCCION:

Hablar de radiodifusión educativa y cultural en México, para el ciudadano común, alejado del ambiente académico, es hablar de una práctica social desairada, marginada o decadente. Desde el punto de vista económico es pensar en subsidios o números rojos; desde el enfoque político significa promover una supuesta pluralidad ideológica y el manejo de datos que legitimen la obligación del estado por apoyar el desarrollo de la cultura, y desde la perspectiva social implica, para una mayoría, la indiferencia ante una programación aburrida; para una minoría, el apropiarse de un prestigio intelectual que separa en vez de unir. Esta es la cara del fenómeno, la apreciación común.

## **LOS CONCEPTOS DE EDUCACION Y CULTURA:**

Para penetrar un poco más en el fenómeno señalado, habría al menos que esclarecer, si no definir, el uso de los conceptos de Educación y Cultura.

**¿QUE ES EDUCACION?, ¿QUE ES CULTURA?**

EDUCACION Y CULTURA son dos conceptos no unívocos difíciles de definir por sus implicaciones sociales, políticas, económicas e ideológicas. Son, sin embargo, conceptos que necesitan esclarecerse al menos en función de las prácticas sociales que pretenden analizar, fundamentar o justificar, como es el caso de las prácticas de radiodifusión que ahora nos ocupan.

Por otra parte, los conceptos antes mencionados pueden ser analizados desde diferentes áreas del conocimiento, como pueden ser la economía, la política, la psicología o la sociología. En el caso presente abordaremos los conceptos de Educación y Cultura desde el punto de vista sociológico, dado que es en la dimensión social en la que nos interesa entender y manejar el funcionamiento de la radiodifusión educativa y cultural.

Empecemos por analizar el concepto de EDUCACION:

Existen diversas apreciaciones sociológicas del fenómeno de la educación. No obstante, la mayor parte de estas aproximaciones pueden ubicarse más o menos claramente en dos tendencias generales: Una, que podríamos denominar Reproductora, y otra que podríamos llamar Transformadora. En la primera podemos considerar a todos aquellos autores que conciben la educación como un mecanismo que contribuye principalmente a la reproducción de las estructuras y las prácticas sociales, como es el caso de Emile Durkheim o Karl Mannheim. Y en la corriente Transformadora podemos incluir a pensadores como Bertrand Russell o Paulo Freire, quienes piensan que la educación ha de ser fundamentalmente un proceso de transformación de las estructuras y prácticas sociales en la búsqueda de la libertad y la justicia.

Analicemos en primer lugar las concepciones de algunos pensadores de la corriente Reproductora:

Talcott Parsons (Sociólogo y antropólogo cultural norteamericano, 1955) considera que la Educación en general, y la

escuela en particular, cumplen en el infante básicamente tres funciones:

- Socializar al niño fuera del ámbito familiar.
- Asignarle nuevos roles y status, distintos y simultáneos a los que desempeña en el hogar.
- Interiorizarle nuevas normas y valores acordes con la sociedad en su conjunto (Gras:1980:53-60).

Karl Mannheim (Sociólogo húngaro, 1944) afirma que "... sólo puede entenderse adecuadamente la educación si la consideramos como una de las técnicas para influir en la conducta humana y como un medio de control social ". Más aún, agrega que "... la técnica educativa más eficaz está condenada al fracaso a menos que se la ponga en relación con las restantes formas de control social ". (De Ibarrola:1985:64).

Emile Durkheim (Pedagogo y sociólogo francés, 1974) concibe la educación como "la acción ejercida por las generaciones adultas sobre las que no están aún maduras para la vida social. (De Ibarrola:1985:22-27).

Como puede observarse, en estos pensadores existe una percepción común de la función Reproductora de la Educación con respecto al sistema social dentro del cual se enmarca. Reproducción que tiene el sentido de continuidad y armonía; más aún, de control social .

Ahondando en este enfoque de la educación, otros autores destacan su función reproductora a nivel económico y social, específicamente en sociedades capitalistas. Tal es el caso de Theodore Schultz, Max Weber y André Gorz.

Theodore Schultz (Economista norteamericano, creador del enfoque del "capital humano" dentro de la economía de la educación, 1968), sostiene que la educación es una inversión en el ser humano y que sus consecuencias son una forma de capital . Sin negar que algunos tipos de educación puedan lograr metas culturales, afirma que la educación puede "mejorar las capacidades de un pueblo mientras trabaja y dirige sus asuntos, y que estas mejoras pueden incrementar el ingreso nacional" (Schultz:1968:57-60).

Max Weber (Abogado, Economista, Historiador y Filósofo alemán, 1918) afirma que los "exámenes especiales" (profesionales) vienen a

ser un mecanismo para la selección y diferenciación de personal en las diversas actividades de la sociedad. Concretamente señala que "La burocratización del capitalismo, con su demanda de técnicos, empleados, etc., con una instrucción experta, ha introducido estos exámenes en todo el mundo. Sobre todo, este proceso recibe un impulso adicional gracias al prestigio social de los certificados educacionales adquiridos por medio de estos exámenes. Ello sucede tanto más cuando la patente educacional se canjea por ventajas económicas ". En otras palabras, los diplomas y certificados educacionales vienen a establecer las posibilidades y límites de acceso a posiciones privilegiadas en la sociedad (De Ibarrola:1985:33-36).

André Gorz (Sociólogo francés,1964) por su parte, hace una severa crítica a la enseñanza especializada que se da en las sociedades capitalistas, argumentando que se dedica a generar hombres "competentes pero limitados, activos pero dóciles, inteligentes pero ignorantes de todo lo que desborde su función (...). Se ha eliminado de su formación, y hasta del medio que los rodea, todo aquello que podía permitirles buscar fuera de su trabajo la realización de sí mismos (...). Se han eliminado de las instituciones todos los órganos de poder y de autogestión locales que permitirían a los trabajadores moldear, ya que no su trabajo, su vida cívica y cultural". Gorz afirma que la enseñanza especializada lleva al especialista a la pasividad y la sumisión, y con esta falta de perspectivas y de creatividad, a la miseria humana y cultural (Delbarrola:1985:91-103).

Hasta este punto podemos observar algunas características básicas de la tendencia que hemos denominado reproductora, desarrollada principalmente por pensadores funcionalistas . Corriente que ha recibido diversas críticas, como la de Henry A. Giroux, quien señala que, "Inspirados en el sueño, más que en la realidad, de una democracia liberal, la versión de los funcionalistas sobre la enseñanza hacía eco a la alegre armonía de Talcott Parsons y describía a las escuelas como instituciones socializadoras diseñadas para proveer a los estudiantes con los valores y la habilidad necesaria para poder funcionar productivamente en la sociedad. Absorta en la lógica del consenso y del papel socializador, la teoría funcionalista dejó sin examinar temas como la relación de las escuelas con las cuestiones de poder, con los conflictos de clase y con el control social" (De Leonardo: 1986:21-22).

Las críticas de los intelectuales de marxistas, como Louis Althusser o Rossana Rosanda, señalan especialmente la falta de inocencia ética y política que los funcionalistas atribuyen a la educación. Los críticos de izquierda en general apuntan la llamada "Teoría de la Correspondencia" entre el sistema político y económico y el sistema educativo que produce "estudiantes con actitudes e inclinaciones que los hacen dóciles y receptivos a los imperativos sociales y económicos de una economía capitalista" (De Leonardo:1986:23).

Señalamiento que los funcionalistas le devuelven a los teóricos marxistas al señalar la misma función reproductora de la educación en los sistemas socialistas. En resumen, se asienta de hecho una concepción reproductora de la educación en cualquier sistema económico-político en el que se inscriba.

Pasemos ahora a revisar algunas concepciones inscritas en la tendencia Transformadora de la Educación:

Bertrand Russell (filósofo inglés, 1959) define a la educación, coincidiendo con los marxistas, como una institución política que busca que los hombres estén de acuerdo con el Estado y separados entre sí. "A la mayor parte (de los estudiantes), pero a todos en cierto grado, la educación se les presenta como un medio de adquirir superioridad sobre los demás; está completamente contagiada de la crueldad y la glorificación de la desigualdad social" (Russell:1969:600).

Ante esta perspectiva, Bertrand Russell propone una educación encaminada a lograr la justicia y la libertad de los hombres, principios que habrán de contribuir a la reconstrucción social. Russell concibe educandos siempre activos y pensando por sí mismos; por tanto señala que "la educación ha estimular el ansia de verdad; no la convicción de que un determinado credo es verdadero" (Russell:1969:594).

Si Bertrand Russell apunta el papel político de la educación como algo no deseable, y pretende restarle fuerza a dicha función con base de una formación profundamente humanista de los educandos, y contribuir así desde el ámbito educativo a la "reconstrucción social", Antonio Gramsci parte precisamente de esa función política para dar a la educación su carácter transformador.



Antonio Gramsci (filósofo y periodista italiano, 1930) concibe la educación en términos amplios como la lucha del hombre contra la naturaleza para satisfacer sus necesidades, y la función de la escuela consiste en "elevar a la gran masa de la población a un nivel cultural y moral, nivel (o tipo) que corresponde a las necesidades del desarrollo de las fuerzas productivas y por consiguientes a los intereses de las clases dominantes". Gramsci asigna el papel de educador al Estado; no a estado sólo como "gobierno", sino incluyendo a las organizaciones privadas como la iglesia, los sindicatos o las escuelas, pues afirma que la principal función del Estado es "crear y reproducir un tipo de civilización y de ciudadano". 'La escuela, como función educativa positiva, y los tribunales como función educativa represiva y negativa, son las actividades estatales más importantes en tal sentido'. A través de esta función hegemónica, de dominio y dirección, el Estado ha de buscar el "conformismo social", "un hombre colectivo".

Hasta aquí, Antonio Gramsci parece reproducir impecablemente y a profundidad las principales concepciones funcionalistas. No obstante el sentido de sus ideas resulta completamente diferente al analizar la función educadora del Estado dentro de una lucha de hegemonías. Es decir, "el 'bloque histórico' estructurado por las prácticas complejas de la clase dominante no es estático sino tendencial y contradictorio, porque para constituirse moviliza también fuerzas opuestas a la dominación. Es así como se desarrolla la lucha hegemónica que, en la concepción de Gramsci, habrá de dar lugar a otros "conformismos" cuyo proceso dialéctico logrará niveles superiores de cultura y moral en las masas, niveles correspondientes a las nuevas fuerzas productivas (De Ibarrola:1985:41-50).

Es evidente que la concepción de Gramsci acerca de la educación implica una madurez social suficientemente desarrollada para practicar libremente la disidencia política hasta sus últimas consecuencias, la pérdida de la hegemonía de una clase social, de manera que las masas puedan "someterse" con la convicción de que el grupo hegemónico que en un momento dado detenta el poder, es quien efectivamente debe dirigirlos.

Retomando, una vez más, el carácter político de la educación, Paulo Freire aborda su función transformadora desde la perspectiva social de un país sociopolíticamente dependiente.

Paulo Freire (Pedagogo brasileño, 1969), define la educación como praxis: reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo . Es decir, la educación deja de ser especulativa y abstracta para incorporar la acción consciente del educando sobre su entorno.

Para Freire la educación tiene sentido en la medida que permite al educando liberarse de toda opresión; el hombre se educa para la libertad. Por lo tanto, la educación debe ser democrática y participativa, dialógica, dirá Freire. Alfabetizar, por ejemplo, es un sinónimo de concienciar, y la concienciación "Significa un despertar de la conciencia, un cambio de mentalidad que implica comprender realista y correctamente la ubicación de uno en la naturaleza y en la sociedad; la capacidad de analizar críticamente sus causas y sus consecuencias y establecer comparaciones con otras situaciones y posibilidades, y una acción eficaz y transformadora". Concepción que tiene una interpretación inequívoca especialmente en el contexto histórico, económico, político y social de los países latinoamericanos (Freire:1974:7-19).

Como podrá observarse, la corriente Transformadora de la educación, enfatiza el carácter político y la vinculación entre las prácticas educativas la transformación social en favor de una sociedad más humana, justa y libre. Mientras que la tendencia Reproductora apunta el papel funcional de la educación sin cuestionar el contexto social dentro del cual se ubica.

Sostener actualmente un concepto de educación desvinculado de la realidad económica (más allá de la inversión en "capital humano" señalada por Schultz), política y social del contexto en que se vive, y sobre todo en países dependientes como el nuestro, resulta por lo menos ingenuo, si no es que abiertamente engañoso. Pensar en prácticas educativas que no rebasen las metas instruccionales, es reducir el concepto de educación a un sinónimo de la capacitación para el trabajo o el adiestramiento. No es posible, desde mi punto de vista, hacer caso omiso de las condicionantes y repercusiones reales que la educación tiene de y en los procesos sociales y políticos, independientemente del signo ideológico del que se trate. Por el contrario, me parece que la educación debe abrir horizontes a nuevas posibilidades de vida, cada vez más justas y humanas. Y este abrir horizontes no puede pasar por alto el desarrollo de los procesos vitales de la sociedad, como son los procesos económicos, políticos y culturales.

Por lo tanto, y sin entrar al análisis de otras dimensiones de los procesos educativos, en lo que se refiere a la dimensión sociológica, me parecen más acertadas las concepciones de la corriente transformadora vistas anteriormente. Por lo que me gustaría retomar sus principales elementos y definir el concepto de **EDUCACION**, para efectos del presente trabajo, como un **proceso social dialéctico de reflexión y acción de los hombres sobre su entorno para transformarlo en función de una sociedad más justa, humana y libre.**

Esta definición del concepto de Educación habrá de tener, por supuesto, sus implicaciones en relación al concepto de Cultura que a continuación abordaremos.

¿Qué es la CULTURA? ¿En qué consiste? ¿Cómo se genera? ¿Cómo se desarrolla? ¿Cómo se muere?

Existe de entrada una disyuntiva para abordar las prácticas culturales desde concepciones ideales, "universales", sin relación específica con una sociedad en un momento determinado de su historia; o bien, acceder a la concepción de Cultura a partir de percepciones cercanas a nosotros, tangibles, cotidianas. Por experiencias anteriores que tienen que ver con mi práctica profesional, y después de analizar los enfoques sociológicos de la Educación, asumo la responsabilidad de adentrarme en el concepto de Cultura desde una óptica "tercermundista"; es decir, desde la perspectiva de una sociedad económica y políticamente subordinada a intereses externos a dicha sociedad. Lo cual me lleva de inmediato a considerar una sociedad determinada como la unidad de referencia del concepto de Cultura que pretendo analizar, afrontando el riesgo de lo que se ha dado en llamar el 'relativismo cultural', considerando también que la cultura, como la educación, desde la perspectiva sociológica conlleva una dimensión económico-política. Hechas estas acotaciones, veamos algunas aportaciones:

Mario Margulis (Sociólogo argentino, 1968) señala que la CULTURA nace como un conjunto de respuesta a las necesidades vitales de una sociedad. Implica sistemas valorativos, costumbres y un lenguaje. Apunta que en sociedades desiguales como la nuestra existe por tanto una contradicción entre la cultura dominante y la cultura popular. La cultura dominante, apoyada en los medios de comunicación masiva, elaborada por un grupo de especialistas para

ser consumida por las masas -definiendo el término de masa como un conjunto de personas incomunicadas entre sí-, quienes mantienen una actitud pasiva ante los fenómenos culturales. La cultura popular, sistema de respuestas solidarias creadas por los grupos oprimidos frente a sus necesidades de liberación. Es por lo tanto una cultura de lucha (Margulis:1977:66).

Cabe señalar, además, que la misma lucha pasa a formar parte de la cultura de dicha sociedad en la medida que es una respuesta a la necesidad vital de acabar con la desigualdad que la misma sociedad confronta.

Amílcar Cabral (Político africano, 1970) refuerza el concepto de cultura de lucha y señala que la cultura tiene su base en la realidad material (modo de producción) y espiritual de un pueblo. "La cultura -dice-, fruto de la historia: refleja en cada momento la realidad material y espiritual de la sociedad, del hombre-individuo y del hombre-ser-social, ante los conflictos que lo oponen a la naturaleza y a los imperativos de la vida común. Es creación de la sociedad y síntesis de los equilibrios y de las soluciones que esa sociedad engendra para resolver los conflictos que la caracterizan en cada fase de la historia". Propone que la lucha cultural debe darse junto con la lucha económica y la lucha política. Y que para crear una cultura nueva debe eliminarse lo negativo de lo propio y recuperar las tradiciones valiosas, así como respetar y obtener las conquistas universales que han tenido como fin servir al hombre. Cabral afirma que la dominación extranjera, el imperialismo en concreto, es una forma violenta de usurpar la libertad del proceso histórico de los países que domina. (Varela:1985:41-68).

Babakar Sine (Intelectual africano) amplía la concepción anterior y argumenta que la cultura colonial ejerce una función netamente "subdesarrollante", creando una élite enajenada culturalmente que menosprecia lo propio y tiende a perpetuar la dominación aún después de obtener la independencia formal. De este modo se crean las culturas nacionales que no se preocupan del desarrollo propio, y al favorecer la dependencia del extranjero de hecho favorecen el subdesarrollo. La cultura colonial, agrega Sine, impone modelos de consumo, políticos, económicos, etc. Por el contrario, señala, la promoción de la cultura popular debe servir de apoyo a un verdadero desarrollo, dando a cada persona el control de los medios materiales para acceder a enriquecer su cultura.

Las concepciones anteriores de cultura de lucha, cultura dominante y cultura popular, nos llevan necesariamente a cuestionarnos acerca de la cultura nacional : Dada la confrontación de culturas al interior de una sociedad nacional, confrontación en la que además existe la penetración de una o más culturas coloniales (en términos de Sine), ¿en qué consiste entonces la cultura nacional?

Rodolfo Stavenhagen (Sociólogo mexicano, 1982) advierte que la lucha por la cultura nacional se plantea al mismo tiempo que la lucha por la unidad política y la independencia política y económica, de manera que la política cultural llega a ser factor de primera importancia para lograr la integración nacional. Es por ello que el Estado, en tanto grupo hegemónico, emplea el sistema educativo y los medios de comunicación, entre otros recursos, para la construcción de su cultura nacional. De esta manera, la cultura nacional es a la vez resultado de cierta dinámica histórica y de un voluntarismo político . (Colombres:1982:23). Es, en consecuencia, una manifestación formal y relativa de la confrontación cultural que se da al interior de la nación y frente a las culturas extranjeras en un momento histórico determinado.

De acuerdo a lo anterior, ¿a qué se referiría entonces el término de cultura universal ? El mismo Stavenhagen nos dice que "hoy en día se oye hablar con frecuencia de una cultura global o universal, en la que la humanidad entera participa de manera creciente en un conjunto de valores culturales. No cabe duda de que este proceso de universalización cultural tiene lugar pero es dudoso (...). En todo caso, muchos elementos de esta cultura universal en gestación son difundidos y transmitidos por los medios de comunicación masiva, los cuales, dada la estructura económica de los medios de información en el mundo, recogen y comunican modelos culturales generados y diseminados por los grupos económicos dominantes en la estructura internacional. De tal modo, la anunciada cultura universal puede considerarse en parte como una forma de dominación cultural " (Colombres:1982:22). En este sentido, los procesos y prácticas culturales universales vigentes en cada momento histórico de la humanidad, estarán vinculados a los intereses políticos y económicos de los grupos dominantes a nivel mundial.

Ahora bien, si tanto la cultura nacional como la cultura universal, de acuerdo a nuestro análisis anterior, resultan manifestaciones formales y relativas a los intereses de los grupos hegemónicos, y si

además se da una interacción permanente entre las culturas "universal", "nacional", "dominante" y "popular", es necesario entonces discutir en términos más concretos qué es lo propio y qué es lo ajeno en la cultura específica de una sociedad determinada.

Gullermo Bonfil (Antropólogo mexicano, 1982) aborda el problema de lo propio y lo ajeno como una aproximación al problema del control cultural.

Bonfil empieza señalando que existen diversos Elementos Culturales -recursos que una cultura pone en circulación para llevar a cabo un propósito social-; los cuales pueden ser materiales (objetos, construcciones, máquinas), de organización (relaciones sociales), de conocimiento (experiencias asimiladas) simbólicos (signos y símbolos, códigos) y emotivos (sentimientos, valores, motivaciones). Sin embargo, estos elementos pueden ser propios o ajenos, dependiendo de la dinámica de control cultural que se dé en una sociedad determinada. Dinámica de control cultural que se presenta como relación asimétrica de dominación-subordinación, o bien de lucha cultural, en los términos en que se ha venido planteando.

Los elementos culturales antes mencionados se encuentran, pues, inmersos en distintos procesos, ritmos y tendencias de control. No obstante, Bonfil propone un esquema de análisis que puede permitirnos ubicar en un momento dado el estado de independencia o subordinación en el que se encuentra una cultura determinada.

Las variables sobre las que se basa el análisis son los Elementos Culturales y las Decisiones que la propia sociedad tiene sobre el manejo de ellos, destacando así la importancia de la dimensión política (Decisión-poder) en el control y, por tanto, la configuración de la cultura de dicha sociedad.

De esta manera, una cultura AUTONOMA se da en el grupo social que posee el poder de decisión sobre sus propios elementos culturales; es capaz de producirlos, usarlos y reproducirlos.

En la cultura IMPUESTA, por el contrario, ni las decisiones ni los elementos culturales puestos en juego son del grupo social, aunque forman parte de la cultura total del grupo.

La cultura APROPIADA se da cuando los elementos culturales son ajenos, en el sentido de que su producción y/o reproducción no están bajo el control cultural de grupo, pero éste los usa y decide sobre ellos.

Finalmente, en la cultura ENAJENADA, aunque los elementos culturales siguen siendo propios, la decisión sobre ellos es expropiada, como es el caso de los recursos naturales y el folclor de los países latinoamericanos sobre los que deciden grupos transnacionales.

La claridad que nos aporta el esquema anterior permite a Bonfil retomar la cultura en sus procesos dinámicos como:

- + Resistencia de la cultura autónoma.
- + Imposición de la cultura ajena.
- + Apropiación de elementos culturales ajenos sobre cuyo uso puede decidirse aunque no esté en capacidad de producirlos y reproducirlos.
- + Enajenación o pérdida de la capacidad de decisión sobre elementos culturales propios.

Procesos cuyo análisis concreto nos revelará las tendencias, los ritmos y los mecanismos de cada uno, así como las fuerzas sociales que los impulsan. De este modo, podemos observar que los ámbitos de la autónoma y la cultura apropiada conforman el universo de la cultura propia ; mientras que la cultura impuesta y la enajenada constituirán el contexto de la cultura ajena . Pero en cualquier caso, estaremos hablando de un conjunto de fuerzas interactuantes que dan por resultado una configuración cultural cuya naturaleza es de permanente cambio, aún cuando en ella se revele una tendencia económico-política dominante (Colombres:1982:79-82).

Las aportaciones de Bonfil para el análisis del control (decisiones) sobre los elementos de una cultura, junto con las críticas de Stavenhagen al manejo de los conceptos de cultura universal y nacional como sistemas únicos e integrados, unidas a las denuncias de Sine y Cabral sobre los efectos subdesarrollantes de la cultura colonial, nos permiten retomar e interpretar con mayor claridad y riqueza de elementos la concepción inicial de Margulis sobre la cultura como un conjunto de respuestas a las necesidades vitales de una sociedad . De manera que, entre otras consecuencias de esta

revisión de conceptos, podemos deducir las siguientes implicaciones:

a: No es posible hablar del concepto de cultura a nivel sociológico o antropológico sin abordar sus dimensiones política y económica.

b: Hablar de cultura universal y de cultura nacional conlleva a la identificación de los intereses de los grupos hegemónicos que las promueven.

c: Adoptar una sociedad o grupo social específico como unidad de análisis

para abordar el estudio de la cultura, resulta adecuado en la medida que

nos permite acceder a sus dimensiones económica y política de manera

integral, y en cuanto nos posibilita identificar sus estructuras y procesos

concretos en un momento determinado.

d: La cultura de una sociedad es el resultado específico de sus luchas

económico-políticas por resolver sus necesidades vitales en tanto sociedad, así como el resultado de su confrontación con culturas ajenas

que tienden a imponerse sobre la cultura propia. La cultura, por lo tanto,

es siempre un proceso social inacabado.

De acuerdo a los planteamientos anteriores y tomando como base la definición de Mario Margulis, podemos concebir la **CULTURA como un sistema dinámico de respuestas** (ideas y comportamientos, estructuras y procesos, obras y procedimientos) **que desarrolla un grupo social en relación con la naturaleza y con otros grupos sociales, para satisfacer sus necesidades.**

Entendiendo como sistema dinámico la integración de un conjunto de respuestas congruentes con una sociedad en lucha por la hegemonía (en términos gramscianos) en la que la misma lucha pasa a ser parte de la cultura. Modelo teórico que nos permitirá analizar la cultura en situaciones permanentemente cambiantes, así como abordar las sociedades de cualquier magnitud: locales, nacionales, regionales o la sociedad mundial, y las interrelaciones que evidentemente se dan entre dichas sociedades.



Por ejemplo, es posible analizar la relación que se da entre la cultura de un grupo étnico y la cultura dominante de una nación. O bien, analizar el proceso de dominación que se da entre una sociedad y otra, sea al interior de una nación entre diversos grupos o al exterior entre diversas naciones. Pudiendo establecer los niveles de penetración, de dominación o de autonomía que existe entre sociedades diferentes en un momento dado.

Pasando ahora a la vinculación conceptual que existe entre la definición que se ha expresado de CULTURA, y la definición que anteriormente se dio sobre EDUCACION, podemos decir que guardan una relación dialéctica de independencia relativa. Usando una metáfora de Física podríamos decir que se atraen o se repelen, se apoyan o se desequilibran de acuerdo a la tendencia que en un momento dado adopte la cultura dominante en cuanto a las decisiones propias o ajenas sobre sus elementos culturales. En otras palabras: en la medida que la tendencia cultural se dé hacia una cultura propia, la educación contribuirá con sus procesos de reflexión y acción sobre el entorno social para transformarlo en función de una sociedad más humana, justa y libre. Pero en la medida que la tendencia se desplace hacia una cultura ajena, la reflexión y acción transformadora y liberadora de la educación se revertirá en contra de la cultura dominante para luchar contra la imposición y el sometimiento que la enajenación colleva. Situación en la que, además, el Estado buscará adaptar los aparatos educativos a sus planes de imposición.

Un concepto de Educación vertical, no nos permite establecer su independencia relativa respecto a las diversas tendencias culturales, puesto que sólo es aplicable a la reproducción del sistema social. De igual manera, un concepto de cultura despojado de sus implicaciones económicas y políticas, no nos permite relacionar las prácticas y procesos culturales con las necesidades vitales de una sociedad.

Por otra parte, esta independencia relativa de los conceptos y prácticas educativas y culturales, nos permite analizar sus principales interrelaciones. Con base en el esquema de análisis de Guillermo Bonfil podemos definir cuatro **situaciones de las prácticas educativo-culturales** de una sociedad en un momento determinado. Estas situaciones son las siguientes:

## SITUACIONES DE LAS PRACTICAS EDUCATIVO-CULTURALES.

	CULTURA	
<b>EDUCACION</b>	<u>Propia</u>	<u>Ajena</u>
<u>Transformadora</u>	<b>Desarrollo</b>	<b>Lucha</b>
<u>Reproductora</u>	<b>Estancamiento</b>	Dominio

**Desarrollo:** Una cultura propia con un proceso educativo transformador define prácticas educativo-culturales enriquecedoras que permiten a la sociedad avanzar permanentemente.

**Dominio:** En el extremo, una cultura ajena que se repite a través de la educación, corresponde a una sociedad dominada totalmente.

**Estancamiento:** Una cultura propia que se repite es una cultura que tiende al empobrecimiento y a la decadencia.

**Lucha:** En una sociedad enajenada, un proceso educativo transformador se encontrará necesariamente con una oposición institucional que sólo podrá enfrentarse con la lucha (no necesariamente armada) hasta vencer o ser dominado.

Toda América Latina presenta ejemplos claros de esta situación de lucha constante entre la búsqueda de procesos transformadores y su confrontación con estructuras de dominio tanto externo como interno.

Algunas de las implicaciones que estas SITUACIONES y los conceptos propuestos de EDUCACION y CULTURA tienen en el manejo de los medios de comunicación en general, y de la radiodifusión

mexicana en particular, serán planteadas en la segunda parte de este trabajo. Pasemos ahora a hablar sobre:

## **EL FUNCIONAMIENTO DE NUEVE EMISORAS EDUCATIVAS Y CULTURALES:**

Después de realizar una visita a nueve emisoras educativas y culturales, es posible analizar y sistematizar algunos aspectos importantes que bien podrían representar el estado general que guarda la radiodifusión mexicana en estos campos. Esta visita fue realizada durante el año de 1987 y arrojó los siguientes resultados:

### **1. EMISORAS GUBERNAMENTALES:**

#### **1.1 Indigenistas: XEPUR, "La voz de los purépechas". Cherán, Mich.**

Características de la programación:

Música variada. Programas hablados sin información local.

Abundancia

de programas dramatizados.

Respuesta del público:

Baja audiencia. El público sólo participa en programas de complacencias musicales.

#### **1.2 Gobiernos Estatales: XERL, Sistema Michoacano de Radio y TV. Morelia.**

XEGEM, Radio Mexiquense. Metepec, Edo.

Mex.

Características de la programación:

Música variada. Programas hablados acordes con la tendencia política

de los gobiernos estatales. Noticiario propio.

Respuesta del público: Muy diferenciada.

XERL: Público escaso y nula participación.

XEGEM: Público amplio . Gran participación como informante y como

protagonista principal.

#### **1.3 Gobierno Central: XEIMER, Opus 94, Distrito Federal.**

XEEP, Radio Educación. Distrito Federal.

Características de la programación: Muy diferentes.

XEIMER: Sólo música "cultura" y charlas informativas.

XEEP: Música variada. Múltiples formatos. Amplio servicio de noticias.

Respuesta del público: Diferenciada.

XEIMER: Público escaso. Prácticamente nula participación.

XEEP: Público muy amplio . Mediana participación.

- ✓ 2. EMISORAS CIVILES: XEYT Radio Cultural Campesina. Teocelo, Ver.  
(Sólo hay dos de este tipo en el país).

Características de la programación:

Música popular variada. Programas hablados con información local principalmente.

Respuesta del público:

Amplio auditorio . Gran participación activa del público como informador,  
locutor, productor y donador de recursos.

- ✓ 3. EMISORAS UNIVERSITARIAS: XEUN, Radio Universidad. Distrito Federal.

XEUG, Radio Universidad de Guanajuato. Cd. Guanajuato.

XERUV, Radio Universidad Veracruzana. Jalapa, Ver.

Características de la programación:

Predominio de música "cult". Numerosos programas hablados, charlas

radiofónicas formales en su mayoría. Sólo una estación (XEUN) con servicio de noticias.

Respuesta del público:

Público escaso y pasivo. No se involucra a los estudiantes como productores ni como protagonistas.

Como puede observarse, a la tendencia de la mayoría de las emisoras educativas y culturales hacia una estructura de comunicación vertical, habría que agregar sus dos mayores problemas: sufren una crónica de escasez de audiencia y una profunda crisis de legitimidad ante ella. Excepción hecha de las ya citadas XEYT, Radio Cultural Campesina y XEGEM, Radio Mexiquense. Y en esa tendencia dominante, mención especial merecen las emisoras universitarias por su notable estancamiento.

### **Las radiodifusoras universitarias:**

Por contradictorio que pudiera parecer, las deficiencias señaladas anteriormente, se agravan más aún en el caso específico de las radiodifusoras universitarias. Vale la pena preguntarse:

¿Qué han hecho por la educación y la cultura del país las radiodifusoras universitarias?

La respuesta cabal a esta pregunta parece requerir de muchos matices de acuerdo a la diferente historia de cada emisora y a la suma de todas esas historias. Sin embargo, si nos basamos en los conceptos generales de educación y cultura que hemos definido anteriormente, saltan a la vista algunos elementos comunes que pueden permitirnos iniciar una respuesta, si no exhaustiva, sí indicativa de la labor radiofónica de estas emisoras, y suficientemente esclarecedores para efectos del presente trabajo. Dichos elementos comunes hacen referencia a las principales carencias en el terreno de la educación y la cultura y pueden plantearse de la manera siguiente:

- 1.- No existen evaluaciones científicas acerca del impacto social de las emisoras universitarias en la población del área que cubren.
- 2.- No existen estudios de los públicos a los que llegan como base para el diseño de estrategias de difusión.
- 3.- Tampoco existen diagnósticos de necesidades de información como base para el diseño de estrategias de radiodifusión educativa y cultural.
- 4.- Prácticamente la totalidad de las emisoras universitarias manejan la música "cultura" como distintivo de prestigio académico e imagen de su función "educativa". Asimismo, los programas son elaborados por "especialistas" para ser consumidos por la audiencia, sin una relación clara con las necesidades reales de ésta, y menos aún con la posibilidad de decidir sobre el manejo de los contenidos.
- 5.- No hay estructuras organizativas consistentes que permitan la participación sistemática del público en la programación, y aunque se abren

espacios para recibir llamadas telefónicas y cartas, existe un proceso de selección que de hecho funciona como mecanismo de censura.

6.- No existen proyectos culturales estratégicos que fundamenten y definan el desarrollo de las emisoras universitarias, como señala Pablo Arredondo, "porque las universidades tampoco se han planteado todavía muy seriamente la utilización de los medios en función de proyectos culturales innovadores" (RMC:1989:22).

En términos generales, podemos observar que las emisoras universitarias, están repitiendo modelos educativos y culturales no democráticos ni participativos, comunes en los grupos dominantes, en los cuales, a pesar del manejo de contenidos distintos, mantienen intacta la estructura unidireccional de los medios de comunicación comerciales.

#### ¿QUE SE PUEDE HACER? ¿DE QUE MANERA?

Después de un somero análisis de la radiodifusión educativa y cultural, cabe preguntarse: ¿Existen soluciones a los problemas planteados? ¿Qué se puede hacer? ¿Cómo? Podríamos pensar por lo pronto en un:

#### **Análisis de experiencias:**

Evidentemente no existen soluciones fáciles ni sus logros pueden ser inmediatos; sin embargo, salta a la vista que es indispensable analizar y sistematizar las experiencias de las emisoras que han logrado llevar a cabo procesos significativos de radiodifusión educativa y cultural, como por ejemplo, los casos de Radio Educación, Radio Mexiquense y Radio Cultural Campesina de Teocelo.

De acuerdo a lo anterior, vale la pena por lo pronto hacer un somero análisis de algunos de los elementos importantes de tales experiencias, como son: su **organización y políticas de funcionamiento, su programación y la respuesta de su público.**

#### ORGANIZACION Y POLITICAS

## XEEP RADIO EDUCACION:

Organismo descentralizado de la Secretaría de Educación Pública, de interés público y patrimonio propio.

+ Organización: Consejo Consultivo, Dirección General y tres Subdirecciones:

Planeación, Programación e Información.

Enlaza su servicio informativo con más de 25

emisoras

culturales de todo el país. Durante un tiempo realizó intercambio de información noticiosa con

corresponsales de

varios países de América y Europa.

+ Producción: Productores internos, productores externos y coproducciones con otras instituciones culturales.

+ Políticas: - Difundir programas de interés cívico y cultural a toda la comunidad.

- Apoyar a instituciones educativas de todo el país.

## XEGEM, RADIO MEXIQUENSE:

Dependencia del Gobierno del Estado de México.

+ Organización: Forma parte de Sistema Mexiquense de Radio y Televisión.

Director

Existe un Subdirector Operativo, que depende del

General del Sistema, a cuyo cargo hay tres áreas: Producción, Programación y Técnica.

+ Producción: Productores internos y colaboradores externos. Organización de eventos culturales y programas

elaborados

en las comunidades de la región.

+ Políticas: - Enfoque Pluralista y participativo : "Puertas y

teléfonos abiertos" (dentro de los límites del sistema, por supuesto).

La comunidad participa incluso en la producción.

- Libertad de producción . No se fomenta la opinión de

la

emisora.

- No difusión de programas comerciales.

## XEYT RADIO CULTURAL CAMPESINA:

Radiodifusora civil, no comercial, cuyo permisionario es una asociación civil de la propia comunidad, y es apoyada en su funcionamiento por otra asociación civil, externa a la población, dedicada a labores educativas. Se financia con diversas fuentes locales, nacionales e internacionales, pero sobre todo con el trabajo gratuito de la comunidad.

+ Organización: Un Consejo Directivo y cinco Comisiones:

Programación,

Información y Eventos, Formación de Personal, Administración y Técnica. Existe un sistema de

información

local con corresponsales campesinos.

+ Producción: Productores voluntarios. Hay, además, cuatro comités

municipales de producción.

+ Políticas: - Respetar, revalorar y promover la cultura popular.  
- Participación del pueblo en la emisora, en la

información,

en la producción y en la organización.

Como podemos observar de manera inmediata, el tipo de financiamiento influye decisivamente en la organización de las emisoras, pero no determina automáticamente su funcionamiento. A ello contribuyen sobre todo las políticas de trabajo, que en el caso de las radiodifusoras anteriores destacan:

- Un enfoque democrático.
- La participación de las audiencias.
- El respeto a la pluralidad.

Aspectos claramente relacionados con los conceptos de educación transformadora y cultura popular desarrollados anteriormente.

## PROGRAMACION: ESTRATEGIAS Y FORMATOS

### KEEP RADIO EDUCACION:

Programación muy variada. 25% exclusivamente de música y 75% de otros programas entre los que también se incluyen análisis y comentarios sobre la música. Los formatos de sus principales programas educativos son:

Noticiero, Comentario, Diálogo, Reportaje, Revista y Radiodrama.



#### **XEGEM RADIO MEXIQUENSE:**

Difusión de 70% de música y 30% de programas educativos. Sus principales formatos son: Revista, Avisos y Mensajes, Reportaje, Comentario y Evento en vivo.

#### **XEYT RADIO CULTURAL CAMPESINA:**

Difunde 59% de música y 41% de programas diversos. Sus formatos más importantes: Noticiario, Avisos y Mensajes, Reportaje y Revista.

Si consideramos que la combinación más común en las emisoras del país es de un 70% de música y un 30% de otros programas, observamos una clara tendencia de estas emisoras a incrementar la producción de programas hablados.

Por lo que respecta a los formatos, destaca el empleo de Noticiarios, Revistas, Reportajes, Comentarios y Avisos y Mensajes, estructuras radiofónicas que tienen como denominador común la participación del radioescucha.

#### **PUBLICO.**

#### **XEEP RADIO EDUCACION:**

Audiencia variada y numerosa de la Ciudad de México y de las ciudades del interior con las que se enlaza el servicio de noticias.

#### **XEGEM RADIO MEXIQUENSE:**

Audiencia del Valle de Toluca y Cuautitlán-Texcoco. Aproximadamente 75,000 radioescuchas con un perfil muy variado: Hombres y mujeres de 12 a 40 años ubicados tanto en zonas urbanas como rurales.

#### **XEYT RADIO CULTURAL CAMPESINA:**

Audiencia variada y numerosa de una población regional de 80,000 habitantes que considera la emisora como propia.

Las dos características más importantes y comunes a las tres emisoras son sin duda su amplia organización y su diversidad de públicos. Características que pueden entenderse claramente en función de la apertura de las emisoras a la comunidad y sus políticas de participación .

que hace falta a la emisora y se incrementa en la comunidad

Como estas experiencias, habrá que analizar otras y profundizar en cada uno de sus aspectos de acuerdo a las necesidades específicas de un proyecto determinado de radiodifusión educativa y cultural.

### CONCLUSIONES:

Este primer acercamiento al estado actual que guardan las emisoras educativas y culturales de la región central del país, nos permiten hacer cuestionamientos específicos cuyas respuestas nos posibiliten un nuevo desarrollo del medio. Preguntas que tienen que ver lo mismo con la organización interna de la emisora, el diseño de sus barras programáticas y el manejo de formatos radiofónicos participativos que con sus políticas de relación con la audiencia.

De este amplio nivel de análisis surgen en primera instancia dos necesidades básicas:

1. En primer lugar, la necesidad de impulsar **modelos de radiodifusión participativos**, no únicamente a nivel de radiodifusoras, sino incluso a nivel de programas específicos. No es indispensable poseer una radiodifusora para crear programas participativos. Desde cualquier organización, como es el caso de las universidades, se pueden desarrollar este tipo de programas. Es evidente, por otra parte, que mientras las emisoras o los programas culturales específicos no satisfagan verdaderas necesidades de información y comunicación de sus audiencias potenciales, carecerán de audiencias significativas reales.
2. En segundo lugar, la necesidad de replantearse los conceptos de educación y cultura que sustentan las propias prácticas radiofónicas, a fin de acercar tanto los conceptos como las prácticas a **la cultura de todos los días** que rodea al radioescucha, a **la búsqueda de respuestas colectivas a sus necesidades vitales**. Las pocas experiencias exitosas de radiodifusión cultural en este sentido nos muestran, si aún no nos demuestran, que dicha radiodifusión puede dejar de ser una práctica social desairada, marginada y decadente.

---

**BIBLIOGRAFIA:**

- Colombres, Adolfo (compilador). La cultura popular. Premiá Editora. México, 1982.
- De Ibarrola, María. Las dimensiones sociales de la educación. Ediciones El Caballito-SEP. México, 1985.
- De Leonardo, Patricia. La nueva sociología de la educación. Ediciones El Caballito-SEP.
- Freire, Paulo. La educación como práctica de la libertad. Siglo XXI editores. México, 1977.
- Grass, Alain. Textos fundamentales sobre sociología de la educación. Narcea, S.A. Madrid, España, 1980.
- Margulis, Mario. "La cultura popular". En: Revista Arte y Sociedad No. 2 agosto-septiembre de 1977. México.
- Revista Mexicana de Comunicación (RMC) No. 3 enero-febrero de 1989. México.
- Schultz, Theodore. El valor económico de la educación. UTEHA. México, 1968.
- Varela, Hilda. Cultura y resistencia cultural: una lectura política. Ediciones El Caballito-SEP. México, 1985.

PRESENCIA DE "LA VOZ DE LA MIXTECA" EN LA COMUNIDAD  
RECEPTORA DE TLAXIACO, OAXACA

por Ines Cornejo Portugal

"Sabemos que la comunidad poco a poco pierde fuerzas, la vida es difícil, mucha gente emigra a otras partes de Oaxaca o de la república y con ellos regresan modos de pensar y costumbres que muchas no ayudan a la unión de nosotros, algunos hasta siente vergüenza de hablar driquei, y pensamos que la radio puede servir para concernos a nosotros mismos y a unirnos con los demás pueblos de nuestra raza".

(Blanca Santiago de XETLA, Tlaxiaco,  
Oaxaca.)

2

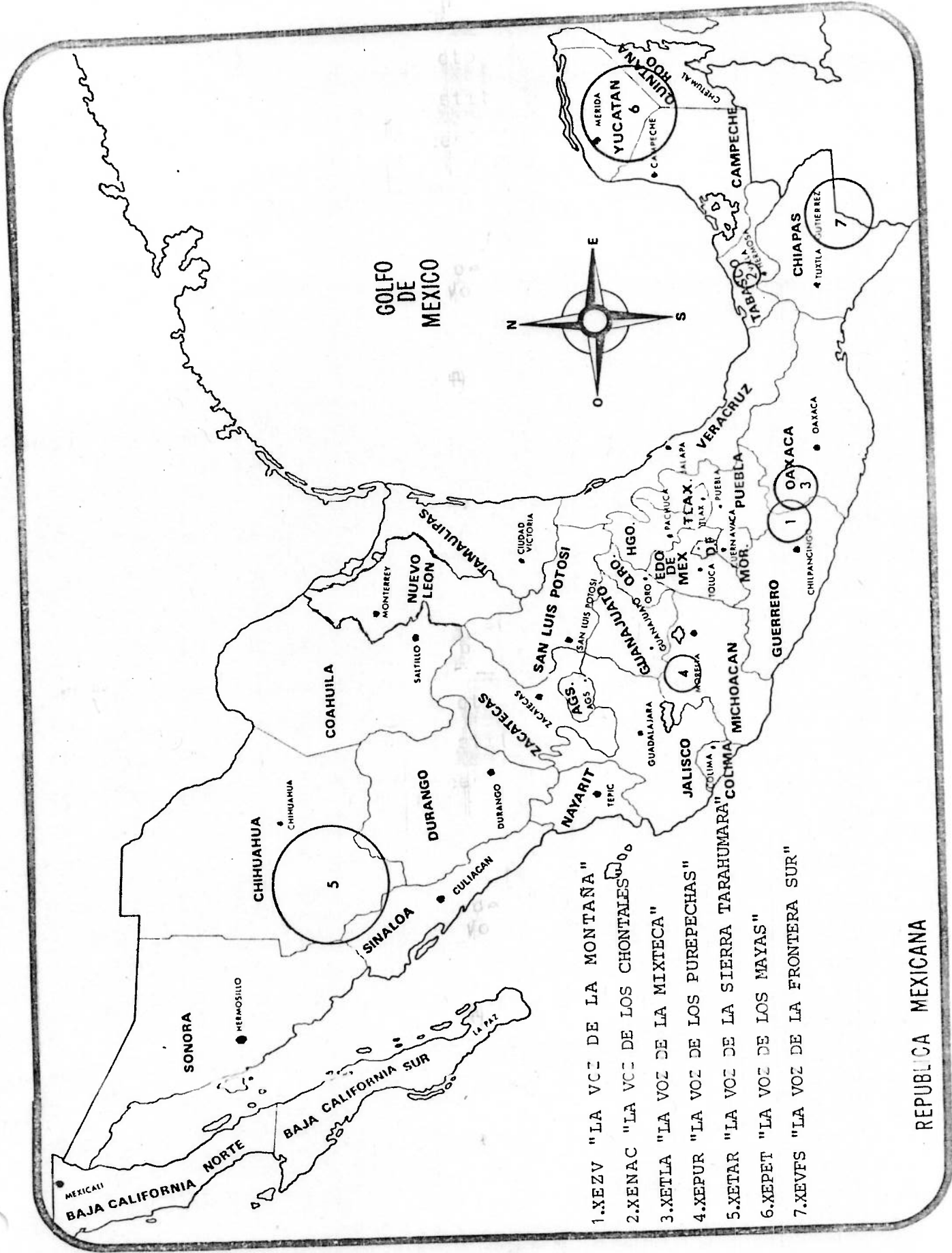
PRESENCIA DE "LA VOZ DE LA MIXTECA" EN LA  
COMUNIDAD RECEPTORA DE TLAXIACO-OAXACA

I.- Introducción

Este trabajo se inscribe en un proyecto de investigación más amplio llamado "Formas y Medios de Comunicación en Zonas Indígenas". El cual se gesta a partir de la preocupación por conocer lo que acontece en las regiones interétnicas en términos de comunicación, de la necesidad de precisar el papel que han venido desempeñando las radiodifusoras del Instituto Nacional Indigenista (I.N.I) en las diferentes comunidades, y de obtener algunos elementos sobre la identificación de los grupos indígenas con las estaciones indigenistas. Si bien en el proyecto las interrogantes giran en torno a lo que formalmente se conoce por medios de comunicación -televisión, radio, prensa-, también se considera la participación de los aparatos de sonido -amplificadores-, la campana, las radiograbadoras y el cassette, en la vida de la comunidad.

Las Radios del I.N.I

Después de la Segunda Guerra Mundial surgen en latinoamérica emisoras culturales y educativas. Una experiencia particular lo constituyen las llamadas 'radios indigenistas'. En 1979 da inicio en México el proyecto radiofónico en zonas indígenas con la aparición de la XEZV "La Voz de la Montaña" en Tlapa de Comonfort, Guerrero. A esta emisora le siguieron la XENAC "La Voz de los Chontales" en Nacaju



- 1.XEZV "LA VCI DE LA MONTAÑA "
- 2.XENAC "LA VCI DE LOS CHONTALES"
- 3.XETLA "LA VOZ DE LA MIXTECA "
- 4.XEPUR "LA VOZ DE LOS PUREPECHAS "
- 5.XETAR "LA VOZ DE LA SIERRA TARAHUMARA "
- 6.XEPET "LA VOZ DE LOS MAYAS "
- 7.XEVFS "LA VOZ DE LA FRONTERA SUR "

REPUBLICA MEXICANA

ca, Tabasco; la XETLA "La Voz de la Mixteca", en Tlaxiaco, Oaxaca; La XETAR "La Voz de la Sierra Tarahumara" en Guachochi, Chihuahua; la XEPET "La Voz de los Mayas" en Peto, Yucatán; la XEPUR "La Voz de los Purépechas" en Cherán, Michoacán; la XEVFS "La Voz de la Frontera Sur" en Las Margaritas, Chiapas (ver cuadro). Actualmente se trabaja en la instalación de dos radiodifusoras, una en Guelatao, Oaxaca y otra en Tancanhuitz de Santos, San Luis Potosí.

En los años que tienen de funcionar las radios del INI, éstas se han constituido en una experiencia de comunicación, que ha ido confirmando las posibilidades del medio radiofónico como instrumento para acompañar, dinamizar y fortalecer la cultura indígena. En el proyecto radiofónico que pretende llevar a cabo actualmente el Instituto Nacional Indigenista, el indígena ya no sólo es receptor de mensajes, sino gestor de ellos.

"La Voz de la Mixteca"

En 1982, se instala "La Voz de la Mixteca" en Tlaxiaco, Oaxaca, con el objeto de contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas de la región y al fortalecimiento de su cultura. En este proyecto la radio se define como una herramienta de apoyo al quehacer cultural de esas comunidades.

La práctica de la XETLA ha ido formulando preguntas que tienen que ver con el papel que la radio cumple en la población y con la respuesta de las comunidades frente a un medio de comunicación que no surge de su propia cultura. Estas son algunas de

cto  
stil  
1982

RED DE RADIODIFUSORAS DEL INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA

DATOS BASICOS

RADIODIFUSORA	AÑO DE FUNDACION	UBICACION	POTENCIA	FRECUENCIA	COBERTURA	NUMERO DE MUNICIPIOS ATENDIDOS	POBLACION INDIGENA ATENDIDA	LENGUAS EN QUE TRANSMITE	HORARIO DE TRANSMISION
EZV "La Voz de la Montaña"	1979	Tlapa de Comonfort, QUERETERO	1,000 W	800 Kh	5,027 Km <sup>2</sup>	28	248,711	Náhuatl, mixteco tlapaneco, español	De 6:00 a 19:00 hrs. de lunes a viernes De 6:00 a 14:30 hrs. sábado y domingo.
XENAC "La Voz de los Chontales"	1980	Nacajuca, Tabasco	500 W	1440 Kh	1,257 Km <sup>2</sup>	7	46,939	Chontal, español.	De 5:00 a 19:00 hrs. de lunes a sábado De 7:00 a 15:00 hrs. domingo
XETLA "La Voz de la Mixteca"	1982	Tlaxiaco, Oaxaca.	700 W	930 Kh	2,827 Km <sup>2</sup>	116	210,863	Mixteco, triqui, español	De 6:00 a 18:00 hrs. de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs. sábado y domingo
XETNR "La Voz de la Sierra Tarahumara"	1982	Wachochi, Chihuahua	10,000 W	880 Kh	31,416 Km <sup>2</sup>	28	130,996	Tarahumara, ódame, guarífijo, español.	De 6:00 a 19:00 hrs. de lunes a viernes De 6:00 a 19:00 hrs. sábado y domingo
XEPFT "La Voz de los Mayas"	1982	Peto, Yucatán.	10,000 W	740 Kh	31,416 Km <sup>2</sup>	106	530,849	Maya, español	De 6:00 a 18:00 hrs. de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs. sábado y domingo
XEPUR "La Voz de los Purépechas"	1982	Cherán, Michoacán	1,000 W	830 Kh	5,027 Km <sup>2</sup>	69	206,123	Purépecha, español	De 7:00 a 19:00 hrs. de lunes a viernes De 7:00 a 15:00 hrs. sábado y domingo
XEVFS "La Voz de la Frontera Sur"	1987	Las Margaritas, Chiapas.	4,000 W	1030 Kh	20,000 Km <sup>2</sup>	42	230,000	Tojolabal, tzeltal, tzotzil.	De 6:00 a 16:00 hrs. de lunes a viernes De 6:00 a 14:00 hrs. sábado y domingo



6

las interrogantes que motivaron investigar la presencia de "La Voz de la Mixteca" en la comunidad receptora. Para percibir dicha presencia fue necesario conocer los hábitos de la audiencia, para ello, la variable principal fue el contacto de los sujetos con el medio. Este primer acercamiento permitió delinear el perfil del auditorio y ubicar algunos elementos del uso que le dan en términos de su propia identidad cultural, su música, sus costumbres y especialmente de su lengua, es decir de cómo se concibe la radio desde la cultura indígena.

## II.- Perspectiva Teórica

En este apartado se pretende señalar brevemente los supuestos básicos de los que se ha partido.

Para conocer la incidencia de la radio en la comunidad receptora, se formularon dos grandes puertas de entrada:

1. Los medios de comunicación masiva, para muchos estudiosos de la comunicación social, son los elementos hegemónicos y de mayor influencia para producir alteraciones o modificaciones en el comportamiento o en las actitudes de los sectores llamados tradicionales. Asimismo, es un supuesto generalizado atribuirles una ubicación dominante por encima de otras instancias o redes de sociabilidad.

Una de las hipótesis de este trabajo es que en la comunidad indígena el medio radiofónico interactúa con otras redes de sociabilidad -la familia, los amigos, la escuela- en un proceso complejo y articulado. Y, parece ser que en el sector en estudio

7

dichas redes son en muchos de los casos más relevantes, que los medios de comunicación conocidos, para la difusión de las ideas y conocimientos al interior de la comunidad.

Para el análisis de la radio, sus posibilidades de ser recibida -que sus mensajes sean interpretados cabalmente- y, en definitiva de su real influencia en dichas comunidades, fue necesario considerar el ámbito del receptor. La preocupación por el receptor se viene desarrollando desde diversas perspectivas y desde hace algún tiempo. Investigadores como Maya y Silva (1987) mencionan que la población o público no se apropia indiscriminadamente de lo que ve, oye o recibe, sino que dicha apropiación responde a la historia particular de los sujetos en la que intervienen factores de diversa índole, como son los que se refieren al tipo de sociedad y al movimiento específico en que se ha producido la influencia del medio, factores que tienen que ver con el contexto socio-cultural y económico, y factores que se refieren a las características sico-biológicas de los receptores. Todo ello va a influir sobre la forma en que el receptor se relacione con el medio y la manera en que serán recibidos o recreados los mensajes. Rebeil (1986) señala que para estudiar dicha problemática debemos considerar que la 'Sociedad Receptora' no es una suma de individuos sino más bien una integración de sujetos ubicados en una estructura de relaciones sociales cuya subjetividad se forma en la experiencia de sus prácticas con diversas instituciones. Para ello, menciona que hay que considerar que cada individuo receptor posee una subjetividad y ésta determina la forma y dimensión en que los

mensajes le afectan. En segundo lugar, las relaciones interpersonales influyen en la percepción, asimilación y aceptación de los mensajes. Por último, se debe dar cuenta del lugar que ocupa el individuo en la estructura socio-económica la que condiciona sus percepciones, selectividad, y usos del impacto de los medios en el receptor.

El proceso comunicativo no es una simple sumatoria de informaciones lanzada sobre un receptor relativamente pasivo. En él se dan un sinnúmero de variables que es necesario considerar para aprehender el ámbito del receptor como parte del proceso global de comunicación.

## 2. El Nuevo Indigenismo

El estudio del indigenismo se ha visto afectado desde cuatro perspectivas como apunta Guillermo Bonfil (1987).

- La tendencia que suprime 500 años de influencia colonial e idealiza románticamente a los indígenas planteando que basta que se les deje libres -sin interferencia- para que ellos encuentren su propio camino.

- La perspectiva que reduce lo indígena a lo folclórico y asume la estructura indígena como algo inconexo o asilado entre lo cual se puede elegir lo que se modifica y lo que permanece.

- El planteamiento de la no contaminación de las culturas indias en aras de su 'pureza', lo que significa inmovilización, y estancamiento para dichas culturas.

- La convicción, en diferentes perspectivas, de la existencia

9

un tipo de cambio, al estilo de la sociedad occidental. En latinoamérica, los proyectos desarrollistas se preocuparon por los indios a partir de grandes campañas de alfabetización, educación y planificación familiar. El indio podía ser igual a cualquier hombre blanco, pero se le criticaba que tuviera otra cultura diferente a la occidental. Los intentos de desindianizar a los indios y volverlos más occidentales eran constantes.

En respuesta a estos planteamientos y también como resultado de las luchas políticas desarrolladas por los pueblos indios, formula Bonfil (1987) una nueva concepción de indigenismo, llamado el 'Indigenismo Participativo' que trata de involucrar a la población indígena en todas las etapas de cualquier acción y garantizar que su voz y opiniones sean escuchadas. En tal sentido, ya no se trata de idealizar a lo indígenas o imaginarlos fuera del contexto del desarrollo contradictorio de nuestra sociedad; sino más bien, se trata, de utilizar y negociar con todo aquello que la sociedad moderna conlleva para fortalecer y dinamizar la cultura indígena. O lo que en términos de Bonfil sería 'actualizar las culturas indígenas, proporcionándoles su ser contemporáneo'.

Estas reflexiones nos permitieron dar cuenta de la presencia, tarea, gestión de la radio indigenista, en las sociedades llamadas tradicionales, como un factor que contribuye a la vigencia y actualización de las culturas indias.

### III. Perspectiva Metodológica

La información se organizó de acuerdo a las siguientes preci-

siones metodológicas.

1. La cobertura de la XETLA comprende ocho distritos de Oaxaca; Tlaxiaco, Teposcolula, Nochixtlán, Juxtlahuaca, Silacayoapan, Putla, Huajuapán y Coixtlahuaca. En todos ellos además del español se habla triqui y mixteco, con sus variantes.
2. El total de la muestra (101 mujeres y 99 hombres) fue distribuida de acuerdo a la densidad poblacional de los distritos bajo la señal de la XETLA. Se tomó la variable lengua como guía para la distribución estadística. Se clasificó a la población en dos categorías: personas monolingües -de lengua indígena y de lengua española- y personas bilingües -lengua indígena y española. Intervinieron como criterios para segmentar la muestra: a) sexo, b) edad y c) nivel educativo.
3. El proceso de recolección de información se llevo a cabo durante los meses de julio y agosto de 1988 a través de un cuestionario de opción múltiple en la mayoría de los casos, y de aplicación directa y personal.

#### IV.- Algunos Resultados

En el presente trabajo reportamos algunos hallazgos descriptivos de la Presencia de la radio en la zona en estudio y de la Preferencia por la XETLA.

##### A.- Audiencia del Medio Radiofónico

El análisis de los datos ha demostrado que la audiencia del medio radiofónico es abrumadora. El 89% de la población entrevistada escucha radio, mientras que sólo el 11% no la escucha, ni posee aparato receptor; este último dato no signi

fica que existe una correspondencia entre ambos grupos. Para dar cuenta de la presencia cotidiana del medio radiofónico escogimos analizar las horas de exposición en los días de la semana. En este apartado presentamos la exposición de lunes a viernes.

Los resultados se distribuyen de la manera siguiente:

Cuadro No. 1: Tiempo de Exposición de lunes a viernes

	Porcentaje
Hasta 1 hora	21.50
Hasta 2 horas	15.50
Hasta 3 horas	8.50
Hasta 4 horas	6.50
Más de 4 horas	27.50
A ratos	8.00
No escucha	1.00
No participa	11.50
Total	100.00 (n=200)

En el cuadro anterior observamos que sólo el 1% de la población manifiesta no escuchar la radio, si a ello se agrega que los datos se aglutinan entre las personas que escuchan hasta 1 hora (21.50%) y hasta 2 horas (15.50%), junto con las personas que oyen más de 4 horas (27.5%), se puede señalar que para el 64.5% de la población entrevistada la radio tiene una presencia sólida.

Al relacionar la información global con la variable de sexo, podemos expresar las siguientes precisiones: los hombres prefieren escuchar radio entre 1 y hasta 3 horas (60.6%), a di-

ferencia del sector femenino entrevistado, quienes prefieren exponerse al medio radiofónico más de 4 horas (34.65%) y a ratos (11.88%). Señalaremos, entonces, que las mujeres escuchan cotidianamente más horas que los hombres ya que lo hacen, preferentemente, más de cuatro horas al día.

#### B. Presencia del Medio

Para precisar la presencia del medio radiofónico, se formularon preguntas sobre la participación de la radio en tres actividades específicas: Labores realizadas dentro de la casa como desgranar el maíz, cocinar, cuidar a los niños, etc; quehaceres fuera de ésta (cuidado de animales, cortar leña, etc.) y por último, cuando se reúne la familia. Se eligieron estas variables por considerarse como actividades cotidianas de la comunidad.

Cuadro No. 2: Presencia del Medio. Porcentaje.

¿Escucha Radio?	Labores de casa	Partir Leña	Reunión Familiar
Si	60.50	25.50	46.00
A veces	27.00	3.00	30.50
No	11.00	71.00	22.00
No Resp.	1.50	1.50	1.50
Total	100.00 (n=200)	100.00 (n=200)	100.00 (n=200)

De acuerdo al cuadro anterior se puede señalar que la radio ocupa un lugar dominante en las actividades diarias. El 87.5% de la muestra escucha radio cuando se queda en casa haciendo labores. Fenómeno similar se percibe cuando se reúne la familia.

Para confrontar la presencia del medio indagamos sobre el 'Tiempo libre' de la población entrevistada como una forma de saber el comportamiento de la muestra. Denominamos 'Tiempo libre' a todas aquellas actividades que son desempeñadas además de la práctica cotidiana del trabajo -remunerado o no-. Las actividades realizadas durante el tiempo libre por los sujetos entrevistados se presenta en el cuadro siguiente.

Cuadro No. 3: Uso del Tiempo Libre.

	Porcentaje
Labores de casa	35.50
Descansar	13.50
Atender los animales	11.50
Hacer deporte	8.00
Tejer, coser, remendar	7.50
Partir leña	6.50
Acarrear agua	4.50
Otras respuestas:	13.00
Leer, deshierbar la milpa, nada, reunirse con la familia, nada, ver T.V.	
Total	100.00 (n=200)

Como se observa, ninguna de las personas entrevistadas señaló 'usar' el tiempo libre para escuchar la radio. Esta información nos muestra que la participación de la radio en la vida cotidiana de la población es más bien compartida con otras actividades.



### C. Contexto Social

Para conocer el contexto social en el cual los receptores se exponen al medio, se formuló la pregunta "¿con quién escucha la radio?". El comportamiento de la muestra fue:

Cuadro No. 4: Contexto Social de Exposición

	Porcentaje
Familiares	73.00
Amigos y fam.	2.00
Amigos	1.00
Solo	14.00
No responde	10.00
Total	100.00 (n=200)

La exposición a la radio en familia es una práctica generalizada; esto no significa que la gente se reúne específicamente para escuchar la radio, sino que por las condiciones físicas de la recepción -la casa como unidad de diversas acciones de toda la familia- la radio es compartida con tales acciones. Probablemente los mensajes sean puestos a la discusión y consenso del grupo familiar, lo que permite suponer o inferir que su influencia está mediada por dicho grupo.

### D. Preferencia por la XETLA

En la zona en estudio, además de la XETLA, transmiten otras emisoras comerciales. A partir de las dos primeras respuestas espontáneas de los entrevistados se obtiene el siguiente cuadro:

Cuadro No. 5: Preferencia por la XETLA

	Porcentaje
XETLA	33.75
XEOA	17.00
La Consentida	8.75
XEW	3.75
T. de Monterrey	2.75
XEQ	1.50
Radio Joya	1.25
<u>Otras menciones</u>	5.75
La Poblanita, XEX, XEZV, Capital, Red, Fiesta, Capital.	
No responde	25.50
Total	100.00 (n=400)

Los datos muestran que la XETLA es la radio preferida por los sujetos de la comunidad receptora. Asimismo, indican que las emisoras XETLA, XEOA (OAXACA), y "La Consentida" (Puebla), representan las preferencias de casi el 60% de los entrevistados. Para complementar la información sobre la preferencia por la radio indigenista, se formuló la pregunta "¿Para qué sirve la XETLA?", las respuestas permitieron elaborar el cuadro siguiente:

Cuadro No. 6: Utilidad de la XETLA

	Porcentaje
Información	46.50
Tradición	21.00
Servicio	11.50
Entretenimiento	1.00
Otras resp.	2.50
No sabe	10.50
No responde	7.00
Total	100.00
	(n=200)

Como se observa, la población entrevistada percibe a la XETLA fundamentalmente en dos perspectivas: como informante (46.5%) y como medio de difusión y fortalecimiento de la tradición (21%). El cuadro también da cuenta que para el 67.5% de los entrevistados la XETLA no es un medio eminentemente musical o de entretenimiento, sino más bien constituye un apoyo en términos de la información. Parece ser que la comunidad receptora entrevistada, prefiere y selecciona a la radio indigenista frente a las otras emisoras comerciales que transmiten en la región por que los mantiene informados y difunde sus tradiciones (música, leyendas, cantos, lengua).

Las primeras conclusiones de la relación entre el medio radiofónico en la vida de la población entrevistada podrían expresarse de la manera siguiente:

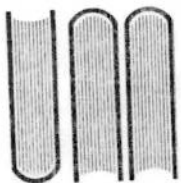
Uno, la destacada presencia del medio radiofónico en la población receptora confirma que la radio continúa siendo el medio con mayor potencial en este sector rural.

Dos, la audiencia al medio radiofónico no es privativa de otras actividades y está en relación con la organización del tiempo cotidiano de la población.

Tres, a diferencia de lo que ocurre en las ciudades donde la recepción grupal se está modificando hasta tornarse totalmente individual; para el caso de la población investigada, el auditorio está motivado a comentar y platicar en familia lo que se difunde por la radio.

Cuatro, en la población entrevistada se ha constatado la preferencia por "La Voz de la Mixteca" frente a las otras emisoras comerciales que transmiten en la región.

Inés Cornejo Portugal  
Mayo, 1989.



UNIVERSIDAD  
DE MONTERREY

DIVISION DE CIENCIAS DE LA EDUCACION Y HUMANIDADES

## LA RADIODIFUSION CULTURAL EN JALISCO

Edgar Rogelio Ramírez Solís

La radio, el medio de comunicación que hoy nos reúne, ha sido objeto, en fechas recientes, de ~~no pocas~~ <sup>varios</sup> trabajos realizados desde diversas ópticas. Con gusto observamos que la radiodifusión en nuestro país poco a poco va dejando de ser "la gran desconocida", de acuerdo a la referencia clásica de Granados Chapa.

Sin embargo apenas se trata del inicio y tenemos mucho por hacer; los aquí presentes somos testigos de ello. Una de las cuentas por saldar en la investigación sobre radio la constituye la así llamada radio cultural o no comercial; de este conglomerado de estaciones en ocasiones desconocemos - hasta los datos más elementales: ¿cuántas son?, ¿dónde están?, ¿qué transmiten? El reciente trabajo de Cristina Romo nos responde, si no todas sí un buen número de interrogantes sobre este tipo de emisoras.

Pero la pregunta sigue vigente: ¿qué queremos decir, a qué cosa nos referimos cuando hablamos de radio cultural? Aquí deseo hacer dos aclaraciones. En primer lugar, estoy de acuerdo en que resulta falaz la división entre radio cultural

y radio comercial. puesto que todas las estaciones transmiten productos culturales, pero esto no debe llevarnos a una bizantina discusión nominalista; el problema de la radio cultural no consiste tanto en cómo debería llamarse sino qué función debe cumplir y, más importante, CÓMO ha de cumplir su misión. En segundo lugar, también consideramos importante la elaboración de una tipología de radioemisoras culturales, pero ésta debe construirse a partir de la actuación de las estaciones en la realidad. No es suficiente saber que los permisos para operar radiodifusoras fueron extendidos a gobiernos de los estados, a universidades, a instituciones no lucrativas, etc., ya que esta diferenciación puede resultar muy engañosa. Por ejemplo, en la práctica no podemos poner en el mismo saco a: XEQUE, del gobierno estatal de Querétaro, junto con XEJB, del gobierno de Jalisco, y al lado de XHQI del gobierno de Nuevo León, porque mientras la primera intenta ser un enlace con el "pueblo" por medio de una programación variada, la segunda transmite un alto porcentaje de música culta y la tercera difunde anuncios de Liverpool y compite con "Stereo Rey".

Clasificar a las estaciones por su función, aunque resulta ciertamente difícil, nos llevaría a configurar de una manera más clara el fenómeno de la radio cultural. Particularmente creo que los estudios de caso nos podrían auxiliar en este intento. De esta inquietud nace el empeño personal por conocer el papel que cumplió y que cumple la radiodifusión cultural en Guadalajara, Jalisco.

Metodología.

El esquema que estoy utilizando para la investigación (cuyo resultado se presentará como tesis para la maestría en comunicación del ITESO) es el siguiente:

En un primer momento se revisaron todos los informes de gobierno estatales, desde 1941 a 1988; de esta manera obtuvi<sup>SE COMPLEMENTÓ CON ARTICULOS SEPARADOS</sup> mos pistas sobre la importancia que cada gobernador confería a las emisoras estatales.

En la segunda parte del trabajo se analizará el mensaje emitido por las radios permisionadas, apoyado en la técnica desarrollada por Miquel de Noragas y complementándola con un análisis de significación derivado de Greimas. Actualmente se trabaja en esta parte.

Se pretende finalizar el trabajo con un estudio a realiz<sup>AR</sup>ar en radioescuchas privilegiados.

La pregunta que ordena nuestra labor gira en torno al desarrollo, transmisión y recepción del concepto de cultura manejado, en teoría y en práctica, por las estaciones permisionadas.

La radiodifusión estatal y los gobernadores de Jalisco.

El 27 de mayo de 1941 el entonces gobernador del estado Sivano Barba González inauguró las radiodifusoras del Gobierno del Estado.

"Por medio de ellas (las estaciones), en programas específicos a cargo de los comités de cultura popular y los presidentes municipales se está dando a conocer la personalidad social de cada Municipio, lo que producen, lo que consumen, su historia y tradiciones, sus mejoras materiales y sus valores artísticos en general" (Barba González, 1942).

La cultura está entendida desde el punto de vista folklórico, de atractivo turístico y promoción política.

El siguiente gobernador Marcelino García Barragán concibió a las radiodifusoras como: "Un vehículo permanente de difusión de los programas de alta cultura musical transmitida por radioemisoras continentales(...).(García Barragán, 1944).

En 1947 las radiodifusoras alcanzan su etapa de mayor auge.

"Amplia labor de difusión cultural y artística realizó este gobierno mediante las radiodifusoras(...) contando con un personal especializado y entusiasta, con grupos de pianistas, cancioneros, guitarristas y un cuadro dramático radiofónico que escenificó obras de carácter social(...) en programas vivos se hicieron difusiones en la Hora de los Aficionados y en la Hora del Gobierno del Estado, con interpretación de música mexicana, divulgación de higiene y salubridad, prosa y verso, programas alfabetizantes, ritmos líricos, programas de divul



gación aliada, y de la embajada británica, noticiero del Estado, Federación de Organización Populares, hora alimenticia ..." (García Barragán, 1947).

El manejo de las radiodifusoras en esa época corresponde al desarrollo de la radiodifusión a nivel nacional.

Por lo que corresponde a los períodos de los gobernadores Jesús González Gallo y Agustín Yáñez podemos decir que la radiodifusión estatal fue abandonada casi por completo.

Juan Gil Preciado inauguró la estación XEJB en frecuencia modulada el 1º de febrero de 1960. Las emisoras estatales vuelven a caer en el olvido bajo el régimen de Francisco Medina Ascencio (1965-1971). Medina Ascencio pensaba que: "La cultura debe expandirse, de tal manera que ésta alta manifestación del espíritu sea patrimonio de todos los jaliscenses". (Medina Ascencio, 1966).

El 30 de mayo de 1974 sale al aire XHUG Radio Universidad de Guadalajara; inició sus transmisiones desde el Instituto Tecnológico de la Facultad de Ingeniería de la misma Universidad en Tlaquepaque, donde permaneció varios años.

Alberto Orozco Romero habló así de las estaciones estatales el 1º de febrero de 1975; "(...) se inició una serie de programas en siete difusoras de las ciudades más importantes del interior del estado, con un total de 250 programas. De ésta manera ~~la~~ música y los programas formales de verdadero valor cultural han llegado a un mayor público". (Orozco Romero, 1975).

El "verdadero valor cultural" para Orozco Romero estaba asociado a las Bellas Artes ya que tal era precisamente el departamento que controlaba las estaciones en ese sexenio.

Flavio Romero de Velasco <sup>1976-1982</sup> ordena adicionar el artículo 23B a la ley orgánica del Poder Ejecutivo (decreto 9576), en la

fracción III se menciona que el recién creado Departamento de Difusión formulará programas para XEJB; con ésta medida las estaciones quedaban prácticamente en manos de dicho departamento.

Esta es la primera vez que se menciona a las emisoras estatales, después de 36 años de creadas, como atribución de algún departamento gubernamental.

En 1984, XHUG se muda al 12º piso del edificio cultural y administrativo de la Universidad de Guadalajara, lugar donde se localiza actualmente.

El 30 de diciembre de 1986 se publicó en La Jornada, diario de circulación nacional, la siguiente nota que nos habla de la situación en que se encontraban las emisoras estatales ya en el sexenio de Enrique Alvarez del Castillo:

"Dejadas al olvido y a la inercia, las emisoras funcionan como cualquier dependencia burocrática, sin pena ni gloria, sin que sean en realidad difusoras de expresión cultural(...). Además las mismas instalaciones(...) se sostienen apenas con alfileres, y ni el aire acondicionado funciona para los equipos más delicados que requieren de una temperatura estable; la alfombra y el mobiliario en general se encuentran en franco deterioro y el de transmisión interesa mucho menos..." (Cobián, 1986:27).

El 11 de abril de 1987 se otorga al departamento de Educación Pública la administración de la radiodifusora del estado (decreto nº 12955).

¿ Qué significa cultura para Enrique Alvarez del Castillo ?

"La cultura se manifiesta en la libertad, constituye un patrimonio del pueblo, de todos y cada uno de los ciudadanos. A estos corresponde en el principio, hacerla, fomentarla, difundirla. El estado comparece, primordialmente facilitando, suscitando, propiciando la formación y expresión de las manifestaciones culturales del pueblo".(Alvarez del Castillo,1985).

Ahora debemos estar pendientes de los planes del actual mandatario jalisciense Guillermo Cossío Vidaurri.

Por su parte, el Sr. Armando Morquecho Preciado, el último director de XEJB en el periodo de Alvarez del Castillo, nos dijo que la música transmitida en la estación era elegida por él y su programador; ellos se encargaban de eliminar lo que a su juicio fuera "vulgar" o que fomentara "valores perjudiciales a la sociedad". El Sr. Morquecho admitió que la programación de XEJB "está europeizada debido a que predomina la música clásica"; además, en palabras del entonces director: "en el ámbito musical o de programas radiofónicos, todo lo que lleve a un aprendizaje adquiere el concepto de cultura (...); creo que mientras no nos salgamos de ese ámbito, de que vaya un mensaje con contenido y enseñanza, estamos cumpliendo nuestra labor en el ámbito de la cultura".

En Radio Universidad de Guadalajara la situación ideal no se presenta de una manera muy diferente. Para Guillermo Torres, director de programación, "la radiodifusora busca ser una alternativa distinta para el radioescucha (...); en la misma se transmiten los puntos de vista tanto de estudiantes como de maestros de la Universidad de Guadalajara". De acuerdo al programador de XHUG la cultura es "cualquier manifestación del hombre (...), la cultura son las costumbres del pueblo".

"Somos un medio de comunicación que emana del pueblo - dice Guillermo Torres - porque la Universidad es popular; yo

pienso que deberían tener cabida todos los sectores, no nada más los universitarios o los intelectuales".

Algunas consideraciones en torno al desarrollo y estado actual de la radio cultural en Guadalajara.

- \* La utilización de las emisoras ha ido variando en relación directa con las decisiones del gobernador en turno (en lo que respecta a XEJB). Las estaciones nunca formaron parte de un proyecto consistente de comunicación. Para varios gobernantes las estaciones constituyeron un estorbo.
- \* Existe una incongruencia entre los objetivos (populistas si se quiere) con que nacieron las emisoras culturales y el contenido de las transmisiones actuales.
- \* No existe un análisis de los procesos a través de los cuales se organizan los distintos tipos de mensajes - (informativos, educativos, de entretenimiento, etc.) en las emisoras.
- \* No se tiene una idea clara sobre el tipo de radioescucha que sintoniza a las estaciones. Alguien ha llamado a las estaciones culturales "la voz de la conciencia", porque nadie las escucha.
- \* El concepto de cultura tiene doble valor para el discurso de los recientes mandatarios estatales; por un

lado la cultura es amplia, democrática y plural en un nivel teórico, en el mero nivel discursivo; pero ya en el plano de los hechos, de las acciones concretas, la cultura adquiere una concepción restringida, elitista y folklorista.

\* El cambio en el manejo de las emisoras estatales ha obedecido a factores políticos específicos. En este sentido creemos factible un cambio intencionado hacia un aprovechamiento más efectivo.

Reflexiones finales sobre la cultura en radio.

La difusión cultural a través de la radio se inscribe en el modelo de política estatal que García Canclini denomina Democratización cultural.

"Este paradigma concibe a la política cultural como un programa de distribución y popularización del arte, el conocimiento científico y las demás formas de alta cultura (...) Encontramos el origen de este modelo en América Latina en los programas educativos y artísticos desplegados masivamente en México después de la Revolución". (García Canclini, 1987: 46)

Aunque esta política cultural ha tenido hasta ahora un éxito más retórico que pragmático, como señala el mismo autor. Se habla mucho de cultura y de mayor acceso a bienes educativos y culturales, pero se hace muy poco por establecer el tipo de cultura que se quiere difundir.

¿LA FUNCIÓN CULTURAL DE LAS EMISORAS PERMITE DIFUNDIR LA CULTURA?  
¿EL SISTEMA DE MEDIOS COMUNITARIOS LA MENOR JUSTIFICACIÓN PARA QUE LAS COMUNITARIAS SEAN MIENTEN CAMPAÑA DE RADIO.  
¿VA ENSTE QUEM EL CARGO DE LA DIFUSIÓN CULTURAL EDUCATIVA DEBE SER PROSECUTOR?

LA A LA INSTITUCIÓN QUE ESTABA EN PERMISO DE EMITIR CIERTA  
CATEGORÍA DE CATEGORÍA, DISTINTA A LA CATEGORÍA DE UNA A PUESTA  
FUNDAMENTAL EN LA POLÍTICA.

Podemos afirmar que, transmitir cultura en radio quiere decir para las emisoras permisionadas de Guadalajara, el ofrecer "elevadas" manifestaciones del hombre en su estado original (música europea de siglos pasados) o susceptibles de ser actualizadas en signos sonoros (adaptaciones literarias, crítica de arte, disertaciones filosóficas o científicas, etc.).

Ahora bien, ¿por qué las estaciones permisionadas que comentamos y muchas otras, optaron por la difusión de los valores más elitistas de la alta cultura?, ¿por qué elegir una definición tan restringida?, ¿por qué no hacer efectivos los planes de hacerlas más populares? Para mí, la respuesta más que buscarla en oscuros motivos de dominación, se encuentra en la simple comodidad. El Estado Mexicano nunca se ha interesado, salvo en los primeros años, en la utilización de la radio como un instrumento educativo, incluso político. Las radiodifusoras permisionadas se dejan en manos de los responsables de conservar y difundir LA Cultura, con mayúsculas. Y es que resulta más sencillo difundir los valores de la alta cultura que quebrarse la cabeza con los desniveles y múltiples manifestaciones de LAS culturas, en plural, que existen en nuestro país.

El problema no resulta nada sencillo. Supongamos que una radiodifusora "abriera" su concepto de cultura en los criterios de programación; ¿cuántos tipos diferentes de manifestaciones culturales podría admitir en sus transmisiones?, ¿quién se encargaría de delimitar los productos que cayeran en la intolerancia cultural?, ¿o éstos último también tendrían cabida dentro de esta emisora ima

ginaria? En otro aspecto, cómo allegarse de recursos para mejorar las producciones si, por Ley, las difusoras permisionadas no puedan vender sus espacios? (El caso de QI en Nuevo León es muy extraño; parece ser que Alfonso Martínez Domínguez "autorizó" la difusión de comerciales sólo para que la estación tuviera recursos para su mantenimiento sin llegar a lucrar.) Los gastos dedicados al sostenimiento de cualquier estación son demasiados y los presupuestos son raquíticos por lo general. Por esta disposición la propia Ley Federal de Radio y Televisión - condensa a la mediocridad e incertidumbre a numerosas radios culturales.

Como hemos visto factores históricos, internos y externos hacen difícil la situación actual no sólo de las estaciones culturales en Guadalajara sino en muchos otros estados. No es exagerado afirmar que necesitan cambiar para sobrevivir. Uno de los primeros pasos en ese sentido debe darse en la redefinición del concepto de cultura que manejan las estaciones, no con el afán de engrosar archivos o idearios, sino con el ánimo de ubicar el papel, ahora extraviado, de las emisoras culturales en relación con el sistema social en el que interactúan.

UNA RADIO CULTURAL DEBE CONTRIBUIR, EN EL LUGAR DONDE SE  
UBIQUE, A LA CONSTRUCCIÓN DE IDENTIDAD; DEBEMOS RECONOCERLOS,  
ENCUENTRARNOS EN LA PROGRAMACIÓN. HOY, MÁS QUE NUNCA, LA  
RADIO CULTURAL DEBERÍA RESPONDER A LA PREGUNTA BÁSICA:  
¿QUÉ SOMOS?

LA RADIO PERMISIONADA EN EL ESTADO  
DE HIDALGO

ANA MARIA PEPPINO BARALE

UAM-Azcapotzalco

México, D.F.

Mayo de 1989.-



# I N D I C E

## Introducción

### 1. Antecedentes

### 2. Sistema de Radio Estatal

#### 2.1. Organización y funcionamiento

#### 2.2. Contenidos

### 3. Radio Mezquital

## Conclusiones

## Notas

## Mapa

## I N T R O D U C C I O N

La Ley Federal de Radio y Televisión en su Artículo 13, del Capítulo Primero: Concesiones y Permisos, deslinda la naturaleza de las radiodifusoras según podemos comprobar enseguida.

Artículo 13. Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta Ley, el Ejecutivo Federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

Las estaciones comerciales requerirán concesión. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas, o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso.

Sin embargo generalmente cuando hablamos de organizaciones radiofónicas las encasillamos bajo dos conceptos: comerciales y culturales. Las primeras, más numerosas, obtienen de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes la concesión de una banda de transmisión y con ello la libertad de obtener una ganancia por medio de la venta de sus tiempos de programación. Las demás, cualquiera sea su objetivo específico, no pueden "comerciar" con el medio y el financiamiento de sus actividades proviene directamente de un presupuesto que les asigna el organismo o institución de quien dependen. En el caso particular de las escuelas radiofónicas privadas están autorizadas para cobrar una cuota a sus alumnos

como en todos los centros de enseñanza no públicos.

De acuerdo con lo expresado en el segundo párrafo del Artículo 13 de la Ley, en este caso nos ocuparemos de las radios permisionadas del Estado de Hidalgo, establecidas por la entidad federativa y un organismo público "para el cumplimiento de sus fines y servicios". En el primer caso las emisoras estatales (u oficiales) son operadas por Gobierno del Estado a través de su Dirección General de Radio Estatal; en el segundo caso el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense, se ocupa de dos emisoras establecidas en Ixmiquilpan. Ambos grupos tienen sus propias metas y lineamientos de acuerdo con los propósitos perseguidos tanto por Gobierno del Estado, como por Patrimonio.

Nos pareció importante que un estado tan cercano al Distrito Federal haya roto en buena medida con el tutelaje impuesto por las poderosas emisiones de sus múltiples radiodifusoras y el gobierno, aprovechando una circunstancia política propicia, iniciara la operación de estaciones que suman -junto con las de Patrimonio- un número mayor que las comerciales. Este hecho que puede parecer intrascendente adquiere otra dimensión cuando se observa la estadística que nos indica la desproporción entre el número de emisoras comerciales y las que no lo son, dependan de universidades, gobiernos estatales o municipales, u otros organismos.<sup>2</sup>

Esperamos que esta síntesis del escrito que resultó de la investigación efectuada en el estado de Hidalgo, sirva para dar a conocer la situación que guarda en estos momentos la radiodifusión hidalguense no comercial. Con ello pretendemos colaborar, modestamente, a la posible suma de trabajos semejantes correspondientes a otras entidades federativas y, todos, permitir una visión global de lo que sucede en el país con las emisoras permisionadas.

## 1. ANTECEDENTES

Durante el gobierno del presidente Alvaro Obregón se elaboró el primer reglamento para la radio, mismo que fue publicado en septiembre de 1923, año en el cual la radiodifusión comercial mexicana iniciaba su exitoso desarrollo y el gobierno federal, a su vez, establecía sus propias emisoras y otorgaba permisos de operación.<sup>3</sup>

Así como América tiene su descubridor "oficial", también la radiodifusión tiene reconocido padre fundador en el Ing. Constantino de Tárnava, quien en 1919 instaló una estación experimental -la TND Tárnava-Notre Dame- en su natal Monterrey; en 1921 logró regularizar sus transmisiones, cubriendo un horario de 20.30 a 24.00 horas, en 1923 recibió autorización oficial para continuar sus transmisiones.<sup>4</sup> Probablemente como Colón, Tárnava tampoco fue el primero, pero será difícil probar lo contrario. Sin embargo a menudo existen, en casos como éstos, pioneros anónimos para siempre pero que habrán contribuido a difundir el interés por el nuevo medio de comunicación.

Lo que sí podemos afirmar es que después de 22 años del paso de la radiodifusión experimental a otra más permanente y profesional, surge la primera estación en el estado de Hidalgo: la XEPK de Pachuca.<sup>5</sup> Con propiedad podemos hablar de que el arranque del Sistema de Radio Estatal significó el despertar de las ondas adormecidas durante los cuarenta años que transcurrieron entre el inicio, en 1945, de la XEPK y la XEHGO de la huasteca hidalguense. En ese lapso el desenvolvimiento de la radiodifusión en Hidalgo fue lento y escaso en cuanto al número de opciones abiertas. Pasaron diez años desde la primera experiencia cuando en Tulancingo inició su labor comunicativa la XENQ. En 1963, el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital (PIVM) comenzó a utilizar la XHD-FM para alfabetizar a los grupos indígenas de la zona.<sup>6</sup>

RELACION DE LAS ESTACIONES DE RADIO EN HIDALGO

	Potencia	Frecuencia	Horario	Clasificación
<u>HUEJUTLA</u>				
XECY "La voz de la huasteca"	1 000	1 320	6 a 20	concesionada
XEHGO "Vocero huasteco"	1 000	1 010	6 a 20	permisionada*
<u>HUICHAPAN</u>				
XEHUI "Radio Huichapan"	250	1 510	6 a 20	permisionada*
<u>IXMIQUILPAN</u>				
XHD (FM) "Radio Mezquital"	1 000	96.5	7 a 19	permisionada**
XEZG "Radio Mezquital"	750	1 390	6 a 19	permisionada**
XEQH "Radio Sinfonía"	1 000	1 270	6 a 19	concesionada
<u>JACALA</u>				
XEAWT. Radio Jacala"	1 000	1 300	6 a 20	permisionada*
<u>PACHUCA</u>				
XEPK "Radio Alegría"	500	1 190	6 a 23	concesionada
XERD "Radio Lobo"	500	1 420	6 a 22	concesionada
XHBCD "Pachuca FM Estéreo"	3 000	98.1	6 a 24	permisionada*
<u>SAN BARTOLO TUTOTEPEC</u>				
XEPEC	1 000	1 140		permisionada*
<u>TLANCHINOL</u>				
XEIND "La voz de la sierra hidalguense"	1 000	1 470	6 a 19	permisionada*
<u>TULA</u>				
XELLV (FM) "La voz de los Atlantes"	3 000	89.3	6 a 24	permisionada*
<u>TULANCINGO</u>				
XENQ "La voz de Hidalgo"	2 500	640	6 a 24	concesionada
XEQB "La divertida"	250	1 340	5 a 23	concesionada

\* Sistema de Radio Estatal hidalguense

\*\* Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense.

Casi veinte años después del lanzamiento de la estación pionera, la XERD ocupa su lugar -desde 1964 a la fecha- en la capital del estado. Acortando tiempos, José P. Meneses abre la XECY en Huejutla de Reyes cuatro años más tarde. Transcurren otros dos y, en 1970, Tulancingo inaugura su segunda radiodifusora: la XEQB. Pasan seis años sin registrarse cambio alguno, cuando en Ixmiquilpan la XEZG se suma a la anterior, en frecuencia modulada, del PIVM.

Un nuevo brinco, ahora de nueve años, para que comience a dispararse el proceso radiofónico, como piedra que venía ladera abajo encontrando obstáculos que detenían su marcha a poco de andar, pero que en esta etapa todo es vertiginosa carrera hacia la meta. Lo cierto es que en 1985, el 28 de febrero, la XEGHO de Huejutla y el 30 de junio la XEQH en Ixmiquilpan (la más reciente concesionaria de Hidalgo al aire), iniciaron la etapa de la multiplicación acelerada de los canales radiofónicos según veremos a continuación.

## 2. SISTEMA DE RADIO ESTATAL

En el Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988 del Poder Ejecutivo Federal, se hace hincapié en que el sistema integral de comunicaciones cumple con un papel esencial para la consolidación de la soberanía, seguridad nacional y la descentralización del aparato productivo y distributivo. Asimismo favorece la integración y el desarrollo social de los mexicanos a través de la "difusión cultural, educacional y de entretenimiento, así como noticias e información sobre la comercialización de bienes y servicios necesarios".<sup>7</sup>

Más adelante reconoce que el Estado ha desaprovechado las ventajas de los medios masivos de comunicación, para vincular el crecimiento de éstos

con los "propósitos educativos, culturales y de comunicación social de la Nación". De ahí que señale como propósitos: reforzar la directriz del Estado sobre tan importantes medios de comunicación, mejorar la atención en la provincia para facilitar el acceso a los servicios de comunicación, y fomentar la descentralización de las actividades nacionales en pos de una mayor igualdad social.

De acuerdo con los lineamientos anteriores se celebró un convenio entre el Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y el Ejecutivo del Estado de Hidalgo, representado en ese momento por el Arq. Guillermo Rossell de la Lama, con objeto de:

Ampliar y fortalecer los mecanismos de coordinación entre el Estado de Hidalgo y la Federación en el campo de la comunicación social, donde se desarrollen los sistemas de comunicación de carácter regional del que en Hidalgo es corresponsable el titular del Poder Ejecutivo.<sup>8</sup>

Para llevar a cabo la idea de conformar un sistema de comunicación hidalguense, en el mes de octubre de 1984 se inaugura en la ciudad de Pachuca, el Centro de Producción de Radio Estatal. En febrero de 1985, se lanza al aire la XEHGO localizada en Huejutla de Reyes y primera emisora radiofónica del gobierno estatal. La segunda, XEIND, inició sus transmisiones en agosto de ese mismo año, desde Tlanchinol.

Cabe aclarar que estas dos radios están permitidas al Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense (PIVM y III); sin embargo con objeto de integrarlas al sistema estatal de comunicación radiofónica se estableció un convenio entre el gobierno estatal y el Patrimonio, representado en ese tiempo (1984) por su Vocal Ejecutivo, Lic. Efraín Arista Ruiz. De ese modo la Radio Estatal se hizo cargo de la operación y mantenimiento de las mismas "con la finalidad de que sean elemento integrador del pueblo de Hidalgo en sus tradiciones, costumbre, cultura, información y sana recreación".<sup>9</sup>

En el anteriormente mencionado convenio con el IMER (1984), el Gobierno del Estado de Hidalgo declaró contar con los permisos correspondientes otorgados por la Dirección General de Concesiones y Permisos de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, para operar en las frecuencias asignadas las siguientes radiodifusoras: XHBCD-FM en Pachuca, XHLLV-FM en Tula y una de amplitud modulada en Pachuca con la frecuencia de 1520 kilohertz.

Cumpliendo con lo proyectado, el 3 de diciembre de 1985 se inauguró la primera estación de frecuencia modulada del sistema en la capital hidalguense, con 3000 watts de potencia aparente en 98.1 megahertz: la XHBCD Pachuca FM Estéreo. Pasando el año, en el mes de marzo de 1987, entró al aire en Tula la segunda frecuencia modulada de la radiodifusión estatal, también con 3 000 watts y en el 89.3 del cuadrante. Ha quedado pendiente hasta el momento la operación de la estación de amplitud modulada para Pachuca.

El Lic. Adolfo Lugo Verduzco asume la gubernatura del estado de Hidalgo el 1º de abril de 1987 y, afortunadamente, decide continuar fortaleciendo al Sistema Estatal de Radiodifusión. Tal es así que el 25 de junio de ese mismo año, inaugura la XHLLV-FM de Tula -en el aire desde el 9 de marzo- y al año siguiente la estación de Huichapan, XEHUI, el 28 de septiembre de 1988, aunque ya estaba operando desde el mes de marzo de ese año.

Igualmente en mayo del 88 comienza a emitir sus ondas la XEAWL-AM desde Jacala, en instalaciones provisionales, pero en marzo de 1989 se trasladan al edificio construido especialmente para la emisora con la participación del Municipio y la aportación de jornadas laborales por parte de la población.

Se espera de un momento a otro se concluyan las oficinas desde donde emitirá sus ondas la XEPEC de San Bartolo Tutotepec y con la cual se sumaran siete emisoras en funciones del Sistema de Radio Estatal.



### Organización y funcionamiento

De la Coordinación de Comunicación Social del Gobierno del Estado, que dirige el Lic. Juan Saldaña Rosell dependen: la Dirección General de Prensa del Estado, la Dirección de Televisión Estatal - Canal 3 y la Dirección General de Radio Estatal. Esta última fue creada en 1984; precisamente el 10 de octubre el entonces gobernador, arq. Guillermo Rossell de la Lama, firmó el nombramiento del Sr. Alejandro Wong López como Director Operativo de Radiodifusión de Gobierno del Estado y por lo tanto responsable de la planeación e implementación del programa de comunicación radiofónica. Al asumir sus funciones el actual gobernador del estado de Hidalgo, Lic. Adolfo Lugo Verduzco, lo ratificó en el cargo pero ahora como Director General de Radio Estatal.

Partiendo de la puesta en marcha del Centro de Producción se van constituyendo, como ya hemos mencionado, cada una de las radiodifusoras del sistema cuyo personal es capacitado previamente en Pachuca y a donde asiduamente concurren los responsables de las emisoras para presentar resultados y compartir experiencias. Es importante señalar que la mayoría del personal con que cuenta actualmente la Radio Estatal fue seleccionada siguiendo el criterio rector de la Dirección General: incorporar elementos de la misma población que demuestren interés y capacidad; adiestrarlos a todos en el manejo operativo de la emisora en cuestión, aunque su función específica sea administrativa o de servicio. Esta última particularidad es con objeto de asegurar de que siempre se podrá contar con alguien que pueda manejar la estación en caso de que falte el responsable operativo de turno.

La Dirección General de Radio Estatal, con sede en la ciudad de Pachuca, divide sus actividades en tres sectores: operativo, técnico y administrativo. Todos ellos dependen directamente del Director General y éste a su vez, responde a los lineamientos generales trazados por la Coordinación de Comunicación Social de Gobierno del Estado.

Los tres sectores mencionados, con nivel de subdirección, responden al agrupamiento lógico de actividades que están determinadas por las características particulares del medio radiofónico. De ellos, el operativo es el que cumple con el desarrollo de la función específica, mientras que los otros dos sectores coadyuvan al logro del objetivo general.

El Centro de Producción y la estación XHBCD-FM comparten con la Dirección General, las mismas oficinas en el Centro Cívico de la ciudad capital del estado. De ahí se coordina el funcionamiento de cada una de las otras radiodifusoras.

La Subdirección Operativa controla directamente todas aquellas tareas correspondientes a las áreas de Producción y a la de Grabación y Transmisión, ambas del Centro de Producción; también se responsabiliza del correcto funcionamiento de la XHBCD Pachuca FM Estéreo y supervisa las actividades operativas de las restantes emisoras.

Como no existe un área particular que se ocupe de precisar los contenidos programáticos, éstos son discutidos por el Subdirector Operativo con el Director General con objeto de trazar los lineamientos generales de todo el sistema, así como los particulares de la XHBCD-FM ya que ésta no tiene un responsable directo como sucede con las otras estaciones. Se toman en cuenta las proposiciones expresadas por organismos estatales o federales, instituciones educativas, grupos o individuos, debidamente fundamentadas y que sean de interés para el auditorio. Se favorece la iniciativa de los responsables de radiodifusoras, para incorporar a sus transmisiones todos aquellos programas que respondan al gusto y necesidades de la comunidad que sirven, aprovechando la colaboración de residentes para informar o comentar sobre temas específicos, generalmente relacionados con la profesión desempeñada por los mismos.

El Centro de Producción, como ya hemos señalado, fue el primer paso del recorrido de 55 meses que hasta este mayo de 1989 se han cumplido gracias al

esfuerzo diario de los 75 integrantes de Radio Estatal. Dicho Centro esta constituido por las dos áreas antes indicadas: de producción; de grabación y transmisión. La primera se ocupa principalmente de la elaboración de los guiones correspondientes a la media hora estatal dentro de la Hora Nacional que se transmite todos los domingos de 22.00 a 23.00 horas. También de preparar promocionales y otros programas solicitados por cualquiera de las otras estaciones del sistema; además coordina y controla la calidad de las grabaciones del material ahí realizado.

El área de Grabación y Transmisión del Centro de Producción, lleva a cabo la realización radiofónica de los programas, mismos que se duplican para enviarse a las restantes difusoras.

En el 98.1 del dial, se encuentra la estación de frecuencia modulada XHBCD, Pachuca FM Estéreo. Como se dijo anteriormente, el propio Subdirector Operativo funge como responsable de esta emisora puesto que compartiendo las mismas instalaciones no tenía caso confiar esa actividad a otra persona, sobre todo por lo estrecho del presupuesto que los obliga a optimizar al máximo los pocos recursos económicos con que cuentan. Su personal consta de locutor y operador de grabación, locutor y dos operadores de transmisión, además una encargada de Programación y Continuidad. Los locutores prestan también sus voces para las grabaciones preparadas por el área de Producción.

En la Subdirección Técnica se desarrollan todas aquellas actividades tendientes al mantenimiento y reparación de los equipos electromecánicos y electrónicos de todas las radiodifusoras.

Por su parte la Subdirección Administrativa coordina y supervisa las actividades de las Areas Administrativas de todas las radiodifusoras y de la Unidad Administrativa de la Dirección General. Este importante sector brinda apoyo organizativo y de control a los departamentos Operativo y Técnico, cumpliendo así con su función primordial de conjuntar esfuerzos con el fin

de llevar a cabo los objetivos trazados previamente.

Las Radiodifusoras Regionales<sup>11</sup> del Sistema de Radio Estatal son, según se estableció previamente, seis funcionando en este momento (XEGHO-AM en Huejutla, XEIND-AM en Tlanchinol, XHBCD-FM en Pachuca, XHLLV-FM en Tula, XEHUI-AM en Huichapan y XEAWL-AM en Jacala) y probablemente para el próximo mes de junio se ponga en servicio la XEPEC-AM de San Bartolo Tutotepec.

Dada la necesaria brevedad de esta ponencia nos referiremos de modo general a la organización y funcionamiento de las emisoras enclavadas en siete municipios hidalguenses, mismos que sumados al de Pachuca cubren, con su zona de influencia, no sólo todo Hidalgo sino que extienden sus transmisiones a los estados vecinos (caso Huejutla donde reciben constantes cartas de los estados de San Luis Potosí, sur de Tamaulipas y Veracruz). Aunque es necesario recalcar que de las siete radiodifusoras, las dos de frecuencia modulada, revisten características particulares: la XHBCD de Pachuca, por tratarse del municipio que incluye principalmente a la ciudad capital; la XHLLV de Tula, zona que cuenta con tres ramas industriales que reúnen a su alrededor el mayor número de trabajadores del área, muchos de ellos provenientes de otros estados, así como del Distrito Federal<sup>12</sup>. También se debe tomar en cuenta que el nivel de preparación tanto de su personal como de los colaboradores resulta superior al de las otras difusoras; tratándose de población urbana y con gran influencia de las radios del Distrito Federal, los contenidos programáticos responden a otro tipo de necesidades ya que, particularmente en Huejutla, Tlanchinol, Jacala y San Bartolo Tutotepec la mayoría de los oyentes pertenecen a zonas rurales; Huichapan, por su escasa potencia, cuenta con un importante porcentaje de auditorio urbano -de la propia cabecera municipal- pero con características diferentes al de Pachuca o Tula.

Las radiodifusoras estatales hidalguenses están planeadas para funcionar con doce puestos: Responsable, Jefe Area Administrativa, encargado de Pro-

gramación y Continuidad, tres locutores, tres operadores de transmisión, operador de grabación, secretaria y encargado de intendencia.<sup>13</sup> Sin embargo la mayoría funciona con menos personal y por lo tanto en ocasiones se ocupa una plaza vacante en la estación regional para cubrir una necesidad laboral de la Dirección General. La planta transmisora cuenta con un vigilante que depende de la Subdirección Técnica.

### Contenidos programáticos

En Pachuca, además de la XHBCD-FM transmiten dos estaciones concesionadas, ambas propiedad de Corporación Mexicana de Radiodifusión, S.A.: la XEPK "Radio Alegría" y la XERD "Radio Lobo". La primera, como ya señalamos, es pionera de la radiodifusión en el estado de Hidalgo.

En Huejutla de Reyes, transmite la XECY, desde 1968; cuarta en orden de aparición de las seis comerciales con que cuenta el territorio hidalguense. En todas las otras plazas las estatales son las únicas locales, sin embargo en Pachuca, Tula y Huichapan la competencia esta representada principalmente por las emisoras del Distrito Federal.

Gran parte del tiempo lo dedican a la transmisión de comunicaciones provenientes de organismos municipales o estatales (Clínicas u Hospitales de zona del IMSS, Comisión Federal de Electricidad, Banco Rural, Presidencia Municipal, Promotoría Agraria de la SRA, Delegación de Gobierno del Estado, Escuelas locales, etc.); promocionales de orientación al público (principalmente de salud, uso de fertilizantes, consejos para siembras, etc.) y diversos mensajes de los propios oyentes (la radio cumple el papel del teléfono). Todo lo anterior constituye importante aportación de un medio de comunicación que comúnmente se caracteriza por su verticalidad y unidireccionalidad. Aquí la radio cumple una clara función social al constituirse en imprescindible

lazo de intercomunicación entre pobladores de una comunidad, a título personal o como representantes de un organismo sea educativo, de salud, agrario, bancario, municipal, etc.

Con respecto a los noticieros se transmiten diariamente el emitido por la Dirección General de Prensa de Gobierno del Estado y el del Instituto Mexicano de la Radio (IMER). La Universidad Autónoma de Hidalgo produce y graba en Pachuca su "Rumbo universitario".

Otras instituciones colaboran con material sobre temas de su especialidad, con evidente intención educativa y de orientación, por ejemplo el preparado por la Fundación Mexicana para la Planeación Familiar: "Estrenando cuerpo"; los producidos por el Instituto Nacional para la Enseñanza de Adultos (INEA): "Ahora es cuando" y "Nuestras palabras"; la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos colabora con "Voces del campo". El Centro de Producción de la Dirección General de Radio Estatal, también elabora otros programas sobre temas específicos de cada región, así como la media hora que corresponde al estado dentro de la Hora Nacional.

Los programas musicales ocupan un lugar importante y responden a los gustos particulares del lugar. Dentro de ellos el más popular es el de complacencias, se puede comprobar fácilmente por el gran número de cartas que envía el auditorio solicitando tal o cual melodía con objeto de que sea dedicada a un familiar, enamorado o amigo. Salvo un programa sobre rock, transmitido en Pachuca y en Tula, con interpretaciones en inglés, el resto de la producción musical -por regla- debe ser en español.

### 3. RADIO MEZQUITAL

El Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense (PIVMHH) es permisionaria de cuatro radiodifusoras: la XEGHO de Huejutla y la XEIND de Tlanchinol que son operadas por Radio Estatal según indicamos páginas antes y en la ciudad de Ixmiquilpan las otras dos que sí dependen directamente del Departamento de Comunicación Social del PIVMHH, identificándose ambas con el nombre de Radio Mezquital y Huasteca Hidalguense.

Con objeto de comprender el papel que deberían tener sus dos radiodifusoras, señalaremos los aspectos relevantes de la trayectoria de 36 años del PIVMHH.

Por acuerdo del entonces Presidente de la República, Lic. Miguel Alemán Valdéz, fue creado el Patrimonio Indígena del Valle del Mezquital como organismo descentralizado y financiado con las aportaciones anuales del Gobierno Federal, las del Gobierno del Estado de Hidalgo y de instituciones o personas que desearan cooperar con esa obra. Inició sus actividades a fines de 1952, precisamente el 20 de noviembre de ese año fue inaugurado el edificio del PIVM por el Lic. Alemán y el gobernador de Hidalgo Quintín Rueda Villagrán. Su objetivo fundamental: fortalecer la economía y educación del grupo indígena otomí de esa región, organizando las oficinas de agricultura, salubridad, caminos, castellanización y alfabetización, etc.

Treinta años después del primer Decreto Presidencial se emite otro que reforma la institución y precisa sus objetivos, extendiendo su acción a la Huasteca Hidalguense y de ahí su nombre actual. Según el Artículo 2do. del Decreto Presidencial de fecha 30 de diciembre de 1982 el Patrimonio tiene como meta: "Desarrollar en forma equilibrada y armónica los distintos sectores que intervienen en el desenvolvimiento económico y social de estas regiones [Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense], primordialmente de aquellas que inciden directamente en el medio rural".

El PIVM (en esa época no de la Huasteca Hidalguense) obtiene en 1963 un permiso para la instalación y operación de una emisora cuyo objetivo principal consistió en realizar una labor de castellanización y alfabetización de los núcleos indígneas de la región, en estrecha relación con la SEP. Así la XHD-FM sale al aire en el 96.5 mhz y con una potencia de 1 000 watts. Se dotó de aparatos receptores a las comunidades y los maestros bilingües utilizaban los programas emitidos exprofeso, para realizar su labor educativa. En esa etapa la XHD fungía como radio-escuela, sin embargo su papel fue deteriorándose a la par que el propio PIVM.

En 1970 el Patrimonio retoma el camino inicial y comienza a realizar la labor positiva que siempre se espero de él. Los cambios que trae consigo un programa de desarrollo de la naturaleza que pretendía el PIVM requería necesariamente una preparación previa de la población para que los efectos no resultaran contrarios a los esperados. Ya que los adultos son quienes deben efectuar los cambios a corto o mediano plazo, se consideró indispensable implementar un programa de educación extraescolar dirigido particularmente a ellos. Es así como en 1973, se establece un convenio con la representación en México de la Fundación Friedrich Ebert (FFE)<sup>14</sup>. Durante la primera fase (1973-1975) la acción se orientó a preparar maestros bilingües (otomí-español) como trabajadores voluntarios en las comunidades, apoyados por los programas de radio y técnicas audiovisuales.<sup>15</sup> Se creó el Centro de Educación de Adultos (CEDA), mismo que aprovechó la existencia de la XHD y su experiencia anterior como radio-escuela para elaborar un plan de reorganización integral de la emisora, con objeto de que su programación sirviera de apoyo y refuerzo a las labores de infraestructura y educación emprendidas tanto por el PIVM como por el CEDA. Así nació Radio Mezquital con una programación estructurada alrededor de las áreas informativas, formativas y de entretenimiento, de forma tal que respondiera a las exigencias reales de toda



de toda comunicación social. En el área informativa el acento recaería en los sucesos locales que afectaran en forma directa la vida de los habitantes de la región.

Por otra parte, a fin de anular la tradicional pasividad del receptor, se contaría con la participación activa de la población campesina y otomí del Valle, no sólo en la recepción de los contenidos de la programación a través de los radios transitorios FM entregados previamente a las comunidades de la región, por la Institución [PIVM] sino en la producción propiamente dicha, elaborando programas en otomí y en español cuyos protagonistas y voces nazcan en el propio pueblo.<sup>16</sup>

La segunda etapa de cooperación entre PIVM y FFE concluyó el 31 de diciembre de 1980 cuando la Fundación se retiró. Desde enero de 1981 el CEDA pasó a formar parte del Instituto Nacional de Capacitación Agraria (INCA) dependencia de la Secretaría de la Reforma Agraria, con ello se inicia el proceso de abandono del centro de producción y el deterioro y desaparición del material educativo audiovisual, de múltiples grabaciones radiofónicas y de la fonoteca.

Ya en 1976 el PIVM había logrado que la Secretaría de Comunicaciones y Transporte a través de la Dirección General de Telecomunicaciones, le otorgara el permiso correspondiente para operar otra radiodifusora, ésta vez en amplitud modulada: XEZG, con una potencia de 500 watts (posteriormente autorizaron una ampliación a 750) y en la frecuencia de 1 390 khz.

Según los objetivos actuales de Radio Mezquital y Huasteca Hidalguense, la programación de la XED -FM "debe estar dirigida preferentemente a la población urbana, con espacios culturales más elevados que puedan ser aprovechados por una población más educada y con otras expectativas" y la XEZG-AM ocuparse de la población rural a través de contenidos que sirvan a las particulares necesidades de esa comunidad, utilizando las dos lenguas: español y otomí.<sup>17</sup>

La producción de RMHH es, en estos momentos, muy baja; reciben apoyo del

Departamento de Radio de la Dirección de Educación Indígena de la SEP, con programas bilingües educativos y que están enfocados fundamentalmente al área rural, tales como "Cuento indígena", "Cómo es mi pueblo" y "Nuestro ir creciendo". Además, con objeto de obtener recursos económicos para solventar los gastos de la radiodifusora, se incluyen diariamente anuncios comerciales, si bien nos aclararon que sólo se hace mención al nombre de la casa patrocinadora, domicilio y teléfono si lo tiene.

Después que se terminó el convenio con la FFE se sucedieron varios encargados de RMHH y cada uno de ellos con sus particulares puntos de vista sobre el camino que deberían seguir las emisoras. En estos momentos es clara la idea de que sean autosuficientes a costa de comercializarlas y esto puede restar fuerza al papel que, según sus objetivos, deben cumplir como instrumento de un organismo que lleva muchos años en la zona y que debería funcionar como un verdadero agente de cambio, particularmente respecto a la población rural pero sin olvidar el área urbana.

El Departamento de Comunicación Social del PIVMHH, del cual depende la Oficina de RMHH, organiza todos los domingos un festival que reúne a las familias de Ixmiquilpan y alrededores. Se lleva a cabo en el parque inmediato a las radiodifusoras, al borde del río Tula que atraviesa la población. Dicho festival se transmite por radio y tanto el evento como su transmisión han tenido gran aceptación.

## C O N C L U S I O N E S

Según la proyección estadística para 1987, la población del estado de Hidalgo fue de 1 796 966, por lo que podemos suponer que en la actualidad haya alcanzado los dos millones de habitantes. Todos en una superficie de 20 987 km<sup>2</sup> dividida en 84 municipios. Hasta 1985 contaba tan sólo con siete radiodifusoras: XEPK, XENQ, XHD, HERD, XECY, XEQB y XEZG. Cinco concesionadas y dos permisionadas al PIVM. Lento desarrollo a lo largo de 40 años a partir de la primera en transmitir desde territorio hidalguense.

Desde 1985 a mediados de 1989, en tan solo cuatro años y medio, se habrá duplicado más una el número de emisoras: XEGHO, XEQH, XEIND, XHBCD, XHLLV, XEHUI, XEAWL y XEPEC. Únicamente la segunda es concesionada, las otras siete constituyen el Sistema de Radio Estatal.

Evidentemente la cantidad por sí sola no garantiza que la población se beneficie con este servicio, pero por lo que hemos podido observar en cada una de las localidades desde donde transmite (alguna de las emisoras permisionadas, el número de cartas recibidas indican al menos que son escuchadas. Por otro lado la cantidad de mensajes de interés para la población está a la vista en los oficios, cartas y recados que con diversos remitentes llegan diariamente a las oficinas de las estaciones.

Como todas las organizaciones que dependen de un presupuesto exiguo, como para ir subsistiendo nomás, la Dirección General de Radio Estatal y sobre todo Radio Mezquital y Huasteca Hidalguense, deben ceñir sus objetivos a su propia realidad económica. Sin embargo con un poco de imaginación y amor por el medio radiofónico se pueden -de hecho se hace diariamente- lograr conte-

nidos que cumplan una función social importante. Se puede mejorar, pero no podemos dejar de reconocer el esfuerzo de ese grupo humano que durante 365 días al año permite que muchos hidalgenses y habitantes de estados vecinos, puedan recibir comunicaciones, informaciones o simplemente llenar de música los momentos de trabajo o descanso.

El Sistema de Radio Estatal parece ir fortaleciéndose como medio de comunicación y probablemente aumente aún más el número de emisoras. Es deseable que una vez consolidada esta labor numérica, también se fortalezcan los contenidos programáticos y se consolide la participación ciudadana en el quehacer radiofónico. Por el momento resulta positivo que tantos radioescuchas tengan la opción de no ser invadidos por anuncios de objetos de consumo con los cuales no pueden siquiera soñar, pero que de todos modos la mayoría no significarían realmente mejores condiciones de vida. De ahí que este tipo de difusoras deberían recibir mayor presupuesto para no tener, como Radio Mezquital, que salpicar de anuncios comerciales los espacios que deberían ocuparse para mejores causas.

Tampoco es deseable que el Gobierno de un Estado asuma la total responsabilidad de las emisiones radiofónicas, ya que una diversificación de los emisores podría cubrir otros sectores de interés y ampliar considerablemente la capacidad receptiva de los oyentes. Por otra parte estos últimos deben buscar nuevas formas para lograr que las emisoras respondan a sus necesidades particulares, sin dejar de relacionarlos con los otros grupos del propio estado y también del país. No es tarea fácil y los intereses de todo tipo están prestos a llevar, como siempre, agua a su molino.

NOTAS

















1. Vilar, Josefina et al. El sonido de la radio. Ensayo teórico práctico sobre producción radiofónica. México, UAM X, Plaza y Valdés-Imer, 1988. p. 128.
2. Si bien los datos señalados a continuación deben tomarse con reservas -cada fuente tiene una versión diferente- ilustran aproximadamente la diferencia entre el número de concesionadas AM, FM y OC y el de permisionadas. Según el Directorio 89 de la CRIT las primeras suman 876; las segundas 54. Sin embargo la Subdirección de Difusión de RTC, en 1988 relacionaba 103 estaciones de servicio público (incluye repetidoras). Según CRIT, Veracruz (el estado con mayor número de emisoras, incluyendo el D.F.) cuenta con 59 AM, 16 FM y sólo dos permisionadas.
3. Sánchez Ruiz, Enrique E. Orígenes de la radiodifusión en México. Desarrollo capitalista y el estado. Guadalajara, ITESO, 1984. pp. 8,9,16,17.
4. Mejía Prieto, Jorge. Historia de la radio y la T.V. en México. México, Octavio Colmenares, 1972. pp. 14,15.
5. Vid. infra. Relación de las estaciones de radio en Hidalgo.
6. Idem. Radio Mezquital.
7. Poder Ejecutivo Federal. Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. México, Secretaría de Programación y Presupuesto, 1983. p. 384.
8. Dirección General de Radio Estatal. Manual de Organización y de Procedimientos. Pachuca, Unidad Administrativa DGRE, 1986. p. 4.
9. Ibid. p. 6.
10. Loc. cit.
11. Aunque la Dirección General de Radio Estatal no las denomine "regionales" nos parece que ese es el papel que les tienen asignadas.
12. Las tres ramas industriales están representadas por las cementeras Cruz Azul y Tolteca, que han colocado a Hidalgo como el primer productor a nivel nacional; por la Refinería de Pemex; por la Termoeléctrica Miguel Hidalgo de la CFE.
13. Vid. supra p.8, criterio de selección del personal.
14. HFE se entiende a sí misma como una institución cultural, heredera del le-

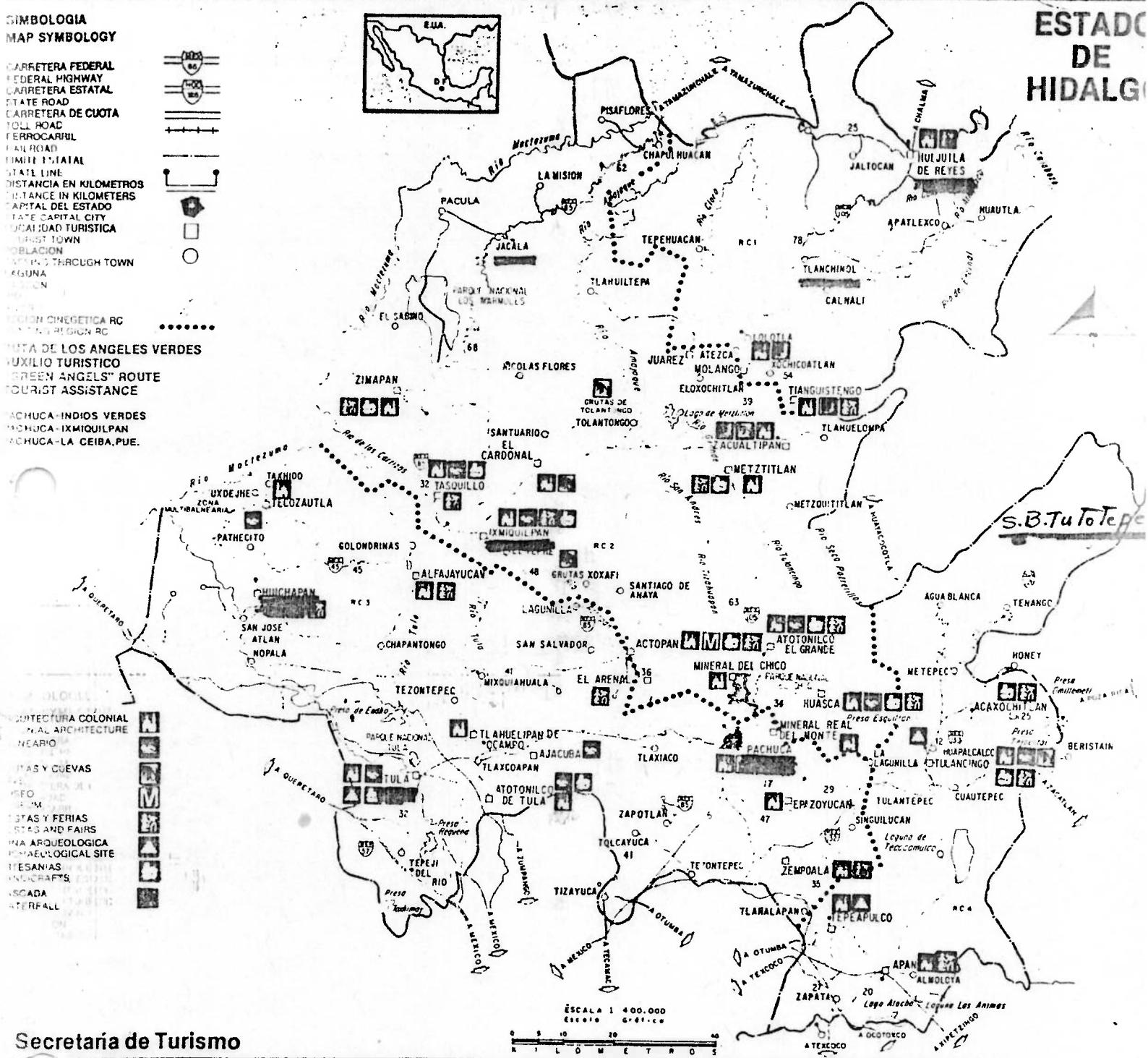
gado político del Presidente inicial (1919-1925) de la primera República Alemana: Friedrich Ebert. En México iniciaron sus actividades hace más de 20 años y abarcan la cooperación técnica y financiera con instituciones públicas y privadas, principalmente en apoyo al sector obrero y campesino.

15. Friedrich, Eberhard. "The adult education centre (CEDA) in Ixmiquilpan, México", en Sef-help organizations in the Third World: six case studies. R.F.A., Friedrich Ebert Stiftung, 1982. pp. 33-47.
16. Encinas Valverde, Orlando. "La radio al servicio de la liberación indígena: Radio Mezquital". Nueva sociedad (México, D.F.), julio-agosto 1976, núm. 25, pp. 85-94.
17. Entrevista a Pedro Boix Téllez, Jefe de la Oficina de RMHH. Septiembre 18 de 1988.

# ESTADO DE HIDALGO

## SIMBOLOGIA MAP SYMBOLOGY

-  CARRETERA FEDERAL  
FEDERAL HIGHWAY
-  CARRETERA ESTATAL  
STATE ROAD
-  CARRETERA DE CUOTA  
TOLL ROAD
-  FERROCARRIL  
RAILROAD
-  LIMITE ESTATAL  
STATE LINE
-  DISTANCIA EN KILOMETROS  
DISTANCE IN KILOMETERS
-  CAPITAL DEL ESTADO  
STATE CAPITAL CITY
-  CIUDAD TURISTICA  
TOURIST TOWN
-  POBLACION  
POPULATION THROUGH TOWN
-  LAGUNA  
LAGUNA
-  RIION CINEGETICA RC  
NATURAL RESERVE RC
-  RUTA DE LOS ANGELES VERDES  
"GREEN ANGELS" ROUTE
-  ASISTENCIA TURISTICA  
TOURIST ASSISTANCE
-  AHUCA-INDIOS VERDES
-  AHUCA-IXMIQUILPAN
-  AHUCA-LA CEIBA, PUE.



Secretaría de Turismo

LA OTRA RADIO

Cristina Romo  
ITESO

Ponencia presentada en la reunión sobre investigación  
radiofónica convocada por el CONEICC y el CEIC en  
Chapala los días 26, 27 y 28 de abril de 1989.



## LA OTRA RADIO

Cristina Romo

ITESO

Abril 1989

La estructura de la radio mexicana sufrió una transformación en el sexenio de Miguel de la Madrid, principalmente por la creación del Instituto Mexicano de la Radio, con lo cual el Estado se ha convertido en un virtual radiodifusor, y por la creación o consolidación de sistemas estatales de comunicación social.

Hasta 1983 el modelo radiofónico en el país estaba constituido por un 96.5% de emisoras comerciales y un 3.5% de radiodifusoras permisionadas<sup>1</sup>, trece entidades federativas no contaban con alguna estación estatal, universitaria o cultural. Ahora la situación es diferente. Además de que ha aumentado en consideración el número de permisionadas, ha aparecido un nuevo modo de operar emisoras.

Aun cuando la Ley Federal de Radio y Televisión no contempla la nueva modalidad, hay algunos resquicios en la legislación que se aprovechan para que esto suceda. La realidad es que la ley de la materia, con su proclive favoritismo para la radiodifusión comercial, no permite el desarrollo y el servicio eficiente de la radio no comercial, al mismo tiempo que libera a las primeras de su obligación de servicio público, cultura y educación, ya que estas funciones se las adjudica a las emisoras que deben depender de otras instancias para su funcionamiento y supervivencia.

Todas las facilidades, la legislación y la estructura en general, han favorecido el hecho de que el modelo de radiodifusión imperante en México sea el mercantil. Específicamente el sistema de concesiones y permisos provoca una división desproporcionada entre emisoras concesionadas y permisionadas, y a las primeras, además de medrar con su actividad, nada las obliga, su responsabilidad social se limita a ser tema de discursos, y la Ley Federal de Radio y Televisión solamente les sugiere que procuren contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo, fortalecer las convicciones democráticas, conservar la propiedad del idioma y evitar las influencias nocivas a la niñez<sup>2</sup>.

En cambio, a las radioemisoras permisionadas, no se les permite sobrevivir y cumplir con sus objetivos con sus propios recursos. Invariablemente deben estar sometidas a otra instancia que las financie, con lo cual tendrán siempre, pocas posibilidades de independencia y desarrollo.

### Los Números

La desproporción es evidente. Hasta diciembre de 1988 había en el país 958 emisoras de radio, de las cuales 849 son comerciales, administradas por diversas empresas privadas, conformando el 88.62%.

La otra radio la componen 21 emisoras operadas por el IMER y 88 radiodifusoras permisionadas en las cuales se incluyen 13 frecuencias repetidoras, con ubicación geográfica y siglas diferentes, y siete repetidoras más, ubicadas en la misma ciudad y que tienen casi siempre las mismas siglas. Respecto de la radiodifusión nacional, las 88 frecuencias de radio no comercial representan el 9.18% y las del IMER el 2.19%, lo que da un total de 11.37% para la otra radio.

De ellas

- 49 son estatales
- 18 universitarias
- 7 indigenistas
- 7 independientes
- 21 operadas por el IMER

Sólo el estado de Puebla no cuenta con alguna estación de este tipo. Sin embargo, como muchas de ellas tienen baja potencia, hay regiones del país que sólo reciben señal radiofónica cargada de anuncios comerciales; tal es el caso de La Laguna, situada entre los estados de Durango y Coahuila; los Altos de Jalisco, adonde no llega la señal de Radio Universidad de Guadaluajara, ni la XEJB; la mayor parte de los estados de Chihuahua, Coahuila y San Luis Potosí; el norte de Veracruz y muchas otras partes del territorio nacional que prácticamente no son cubiertas por las ondas permisionadas.

En cuanto a la forma de transmisión, 62 de las frecuencias son de amplitud modulada y 37 de frecuencia modulada, varias de las cuales están dirigidas a zonas más o menos rurales, como son tres de las cuatro estaciones de Morelos y una de Ixmiquilpan, lugares en donde es difícil imaginar que el auditorio sea poseedor de radios susceptibles de sintonizar la FM. En cuanto a las emisoras de onda corta, Radio México Internacional tiene, por supuesto, la función de traspasar las fronteras del país.

Llama la atención la XEJN de Huayacocotla, Veracruz que emite en onda corta, cuando su grupo de receptores es absolutamente comunitario y cercano; la forma de transmisión es inoperante, pero todos los esfuerzos que el grupo promotor ha hecho para conseguir autorización para utilizar la amplitud modulada han sido en vano. Más fácil les fue conseguir la administración de otra radiodifusora.

De las estaciones que se conoce su fecha de inicio de transmisiones o del permiso, observamos que de las que funcionaban antes de 1960, sólo cinco sobreviven hasta nuestros días la XEEP, Radio Educación, (1934); XEUN-Radio UNAM (1937); la XEXQ, Radio Universidad de San Luis Potosí (1938); la XEJB; del gobierno del estado de Jalisco (1941) y la XERUV, de la Universidad Veracruzana (1943).

En la década de los años cincuenta no se otorgó ningún permiso. El siguiente decenio sólo vió nacer ocho más. En los años setenta se observa un considerable aumento, 15, que en la presente década se triplica, con 45 nuevas radiodifusoras. De esta cifra 33 surgen entre los años 82 y 85, con la apertura de la mayoría de las indigenistas y las de los sistemas estatales. Hay que hacer notar que hace diez años había en el país sólo dos estaciones manejadas por gobiernos estatales, el de Jalisco y el de Chiapas.

En cambio, universitarias o dependientes de alguna institución de enseñanza superior, apenas se nota alguna en los años recientes. Es evidente que lo que se pretende impulsar es la radiodifusión de Estado, porque ofrece menos riesgos políticos, puede ser autofinanciable y además permite canales abiertos y permanentes para la promoción gubernamental.

#### Algunas Características Comunes

Aún cuando la forma de manejar las difusoras que conforman a la otra radio es bastante heterogénea y responde a las propias políticas institucionales según el tipo, hay algunos elementos en común.

Lo que más distingue a las emisoras culturales es que "suenan" diferente, hay más respeto por la audiencia. Los locutores

aparecen como más cercanos y la música pasa por un proceso de selección más rígido o con otros criterios.

Aun cuando los locutores aparentan estar próximos a las vivencias del público y cuidan del lenguaje, con frecuencia son engolados y con una impostación que indica que lo que ellos dicen sí es serio y sí es formal, lo que, en consecuencia aleja al público que se está animando a escuchar otra radio. Por fortuna, esta costumbre se encuentra más en algunas radios universitarias y estatales, no así en las que pretenden ser llamadas "populares" y "horizontales" que intentan más comunicación con el auditorio.

En prácticamente todas, la música es la materia prima de la emisión; sin embargo, hay un esfuerzo porque ésta sea, más bien en forma de programas elaborados, esto es, con principio, fin e intención definida. Aún cuando hay todavía estaciones que programen sólo la música culta, la mayoría la alterna con música más popular y en ocasiones con música comercial de calidad.

La programación en la otra radio está constituida, precisamente por programas, lo que hace una de las principales diferencias con la radio comercial. También, tanto programática como organizacionalmente la presión del tiempo es mucho menor. Es, diríamos, una radio sin prisas en donde el tiempo se puede alargar si lo que está pasando al aire es interesante o todavía no culmina. Esto, en consecuencia, resulta a veces poco serio; los programas no empiezan a tiempo y la audiencia se aleja.

La generalidad de las estaciones prefieren ser voceros de eventos culturales y artísticos y no participan en política y

asuntos sociales. Saben que puede haber problemas. No hay compromisos con anunciantes pero sí con financiadores, que en la mayoría de los casos son instancias gubernamentales. Destacan por lo menos tres posiciones entre los que conducen estas radios: los progresistas que ven al medio como la trinchera desde la cual se cambiará el sistema; la contraria que es una posición miedosa, y la posición cultista que no se mete en ningún problema, ni en el de la creatividad, que justifica su existencia emitiendo música culta y de cuando en cuando algunas cuñas sobre compositores o artistas consagrados surgidos de la localidad o por lo menos de héroes nacionales.

Principalmente en las indigenistas, las populares y algunas estatales, existe la inquietud por ser medios participativos. Esto se logra en las emisoras que tienen claro quién y cómo es su auditorio y han establecido otras formas de comunicación además de la radiofónica. La realidad es que son pocas las emisoras que conocen su audiencia; la mayoría la define como "público en general" y la "otra radio", requiere un contacto con su público para transformar el mundo que lo rodea.

La otra radio es, sin duda, una radio subutilizada, desperdiciada. Con frecuencia no se maneja a partir de un proyecto congruente, bien planeado y con objetivos claros. Por ejemplo, al investigar respecto de éstos, se responde con vaguedades como "difundir el arte y la cultura", "dar al escucha la opción de la cultura", "difundir educación", "educar y ofrecer una alternativa", "desarrollar la enseñanza", y cuando se inquiere por los programas que están planeados de acuerdo con esos fines, no hay precisión, del mismo modo que no hay mucha conciencia de que el establecimiento de objetivos claros pueda permitir el mejor aprovechamiento del tiempo y de los recursos disponibles, así como lograr la colaboración de otras instancias y personas.

Por su propia naturaleza, estas radios pueden ser más comunitarias, favorecer la descentralización y la regionalización y emitir contenidos más vinculados con sus oyentes. Sin embargo, para lograrlo se requiere de una actitud más conciente frente al medio que se tiene en la mano. Esto es difícil por la enorme rotación de personal debida a los bajos sueldos y a la sexenalidad.

Junto con el financiamiento, los movimientos cada seis años, o con mayor frecuencia, son las principales causas de los problemas más agudos de las estaciones permisionadas. Puede ocurrir que se nombre un nuevo director que cambie todo el proyecto, modifique la programación, tenga dificultades con el personal y éste acabe por retirarse, bien por propia voluntad o despido. Asimismo, lo que puede pasar es que instancias superiores no se interesen por la radio y se les retire el apoyo. No es raro visitar las instalaciones de alguna radio estatal y descubrirlas muy bien equipadas pero con dos o tres personas que sostienen la señal en el aire con la transmisión de un disco de larga duración.

Al parejo de esta dificultad se encuentran también los cambios frecuentes de dependencia institucional; a veces se les considera parte de las tareas educativas, en ocasiones cumpliendo funciones informativas y de comunicación social y va de una dependencia a otra. Una solución a este problema ha sido la constitución de sistemas estatales de radio y televisión o de comunicación social. En las universitarias no ha habido una solución común.

El financiamiento, es, tal vez, el principal problema de la otra radio, por eso es "otra". La actividad radiofónica cultural nos cuesta a todos y económicamente no reditúa nada. La ley, co-

mo se decía antes, sólo se ocupa de las estaciones permisionadas para decir que el permiso les será revocado si enajenan su actividad, con lo que se veda la posibilidad de ser autosuficientes. Por un lado se quisiera defender la no comercialidad para garantizar que las emisoras se dediquen a la cultura, el servicio público, ... pero ¿cómo sobrevivir? Urge hacer un estudio preciso y revisar el aspecto legal para buscar formas sanas de comercialización y evaluar a fondo la experiencia del IMER en este sentido para hacer propuestas concretas para solucionar este problema. Lo importante es que se puede romper el círculo vicioso que ha posibilitado que las emisoras comerciales no tengan obligaciones de significado social, porque pueden anunciar, y las culturales no pueden anunciar porque tienen fines sociales. La obligación social es para ambas y el derecho a sobrevivir, también. Podrían intentarse también alternativas legales, como buscar que otras instituciones sociales financien la producción de programas, con lo que el gasto general pueda ser distribuido más ampliamente.

### Radiodifusión Universitaria

La radiodifusión universitaria se inició en México en 1937 cuando el 14 de junio fue inaugurada la XEXX (ahora XEUN) Radio UNAM, que cumpliría "un amplio programa de extensión cultural, por medio del radio" y programaría: difusión del acervo musical, literatura y drama, extensión de la docencia, divulgación de la ciencia, emisiones internacionales dirigidas a los mexiconorteamericanos e información artística y científica<sup>3</sup>.

El ejemplo cundió y un año después la Universidad de San Luis Potosí lanzaba al aire la XEXQ. Por su parte la Universidad Veracruzana inauguraba la XERUV EN 1947. Posteriormente en la década de los sesenta, surgen cuatro estaciones más (Guanajuato, Sonora, Oaxaca y Yucatán). El 50% del total de las radios universitarias actuales fue inaugurado en los años setenta, cuando ~~salie-~~



ron al aire las correspondientes a las universidades de Sinaloa, Guadalajara, Michoacán, Durango, Baja California Norte, Aguascalientes y Querétaro. Desde 1979 no se había otorgado otro permiso a ninguna universidad, a pesar de que varias lo han solicitado, algunas con verdadera insistencia, como son los casos de la Universidad Autónoma de Guerrero y la de Puebla.

En junio de 1988, muy discretamente, la Universidad de Guerrero reinició sus emisiones radiofónicas después de luchar por el permiso largo tiempo.

En términos generales, la existencia de las radiodifusoras universitarias, responde explícitamente a la tercera función de la universidad que es la extensión académica y la difusión cultural. La Universidad como creadora de conocimientos y cultura busca los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan el espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad.

Para algunas, la función de la radio univesitaria es "ocuparse de difundir la cultura de excelencia, dejando las expresiones populares para otras estaciones"<sup>4</sup>. Tal vez esta opinión pueda resultar atinada ahora, cuando existen radiodifusoras no comerciales más populares. Sin embargo, la difusión de la cultura de excelencia se ha entendido como la emisión de la música culta, casi exclusivamente, y no como un medio a través del cual se extienda el saber hacia los grupos que no tienen acceso a las aulas universitarias.

La situación de la mayoría de ellas es precaria. No todas las universidades tienen conciencia del valor de su emisora y no las proveen de los recursos necesarios ni les prestan la atención debida.

Con honrosas excepciones, se observa que las radios universitarias desaprovechan el caudal de conocimientos, el talento de los universitarios, y, podríamos decir la "mano de obra" de docentes y estudiantes con que cuentan en la universidad de la que son parte. Si bien es cierto que los recursos económicos son raquíuticos y que es difícil contar con ellos para contratar personal de planta numeroso y hacer producciones sofisticadas; hay, por otro lado, muchas posibilidades, recursos académicos, escolares y humanos para poder realizar programas de calidad. Otras instancias de la misma universidad cuentan con recursos económicos que pueden ser canalizados hacia programas radiofónicos. En la mayor parte de las universidades que cuentan con emisora y además con una escuela de comunicación, vemos que hay un divorcio completo entre ambas. ¡Lo que podrían aportar escuelas y facultades!

El Estado mexicano -evidentemente- no tiene un interés en las radios universitarias. Por una parte, las ignoró al emitir la Ley Federal de Radio y Televisión, no las enumeró entre las posibilidades de las emisoras permisionadas y no se ocupó de ellas, como lo hizo de las emisoras experimentales y las escuelas radiofónicas.

Por otra parte, el Estado se ha negado sistemáticamente a otorgar los permisos que algunas universidades o instituciones de educación superior le han solicitado. Los argumentos para la negativa han sido siempre pueriles y no han aflorado las verdaderas razones que, sin duda, son de orden político. Esta es también la razón por la cual sólo dos instituciones universitarias cuentan con un canal de televisión. En un país que proclama la libertad, especialmente la de expresión, no se corren riesgos.

Otra evidencia del poco interés gubernamental por esas emisoras, es el hecho de convertirlas en competencia raquítica de las radiodifusoras estatales, que se han instalado en sus áreas de influencia, que cuentan con gran potencia, muchos recursos y posibilidades de comercialización.

Los sondeos de audiencia colocan a las radiodifusoras universitarias siempre en últimos lugares, y es que los estudiantes de las propias universidades, son los que menos escuchan las emisoras. Sin duda, los principales beneficiarios de las radios universitarias está siendo el núcleo de la población que ya disfruta "de la buena música, que es poseedora de una buena discoteca y que tiene acceso fácil a los conciertos que se presentan en su localidad"<sup>5</sup>. Habría que hacer un esfuerzo para extender los beneficios.

### Radiodifusión Estatal

En el sexenio presidencial de Miguel de la Madrid la radiodifusión a cargo del Estado ha recibido el mayor impulso de que se tiene noticia en la historia de la radio mexicana. El establecimiento de sistemas estatales de comunicación social y la creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) ha sido la novedad del periodo. Con ello, la desproporción existente entre la radio comercial y la no lucrativa, que al principio del sexenio representaba el 3.5% de las emisoras, se ha disminuido ya que "la otra radio", al final del periodo representa el 11.37%.

Como preparación para la inmediata campaña presidencial, en 1981, el Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES) del Partido Revolucionario Institucional (PRI) estableció una comisión de radio para estudiar la situación de la radio estatal.

Como consecuencia del estudio, el IEPES propuso ampliar la cobertura de la radio, especialmente en la zona fronteriza; promover la operación de emisoras culturales en todos los lugares en donde no se cuente con transmisión de esta índole, y propugnar por un equilibrio entre el número de estaciones comerciales y culturales existentes.

Un año más tarde, durante el Foro de Consulta Popular sobre Comunicación Social "se consideró que la comunicación radiofónica debe formar parte de la política nacional, para crear una sociedad mejor educada, más informada, más democrática y mejor organizada". Asimismo se insistió en detener el "proceso de penetración cultural extranjera" a través del establecimiento de radiodifusoras en la frontera, principalmente la norte.

Como ocurre en la mayor parte de los planes gubernamentales en este país, esas necesidades de autorizar emisoras para el "sector social", para abrir espacios de participación, se tradujeron en una organización amplia de la radiodifusión del Estado y prácticamente la negación de permisos a los demandantes que se encontraban fuera de esa estructura. Ciertamente se han establecido un buen número de radiodifusoras en el periodo, pero todas ellas bajo el control directo o indirecto del Instituto Mexicano de la Radio. En lo relativo a la atención a la frontera norte, el IMER sólo opera tres emisoras en los 3,234 kilómetros que mide esa franca.

El Estado mexicano comienza a reconocer el poder político de la radio. Sin embargo su incursión, de ninguna manera limita la presencia y el poder de la empresa comercial en el medio.

Hay que distinguir, como lo propone Antonio Pasquali, entre "servicio público" y "servicio gubernamental". "Se trata -dice- de términos antónimos, ya que una radiodifusora de servicio público es tal sólo si disfruta de doble independencia respecto del poder económico y del poder político"<sup>6</sup>.

Según Pasquali, para que una radio se considere de servicio público debe tener las siguientes características:

- 1.- Ser independiente, participativa y de alta calidad.
- 2.- Alimentarse con fondos del erario público, esto es, del contribuyente. Su financiador es el público... de donde se deriva que sólo financiada con dinero público puede autocalificarse de "servicio público".
- 3.- Tener alcance nacional. Es decir, que todos los habitantes de una nación gocen de su beneficio, lo que no significa transmisión a nivel nacional.
- 4.- Respetar a sus usuarios, y reconocerlos como personas inteligentes, cultivadas, sensibles...
- 5.- Considerar a la cultura como sinónimo de calidad, no de "exquisitez esotérica".
- 6.- Establece redes malladas y multilaterales, propiciando la regionalización y la descentralización.
- 7.- No sea repetidora de programas y mensajes ajenos, sino productora de sus propios programas.
- 8.- Ofrece alternativas a los diversos gustos y necesidades, alevando los gustos de los oyentes<sup>7</sup>.

Viendo estas características, difícilmente podremos reconocer a la radio estatal -salvo honrosas excepciones- como de servicio público. Esto se debe principalmente a la centralización, ya mencionada, y a la falta de financiamientos que hace a las emisoras de las entidades federativas recurrir al IMER, Radio Educación y en ocasiones a radio UNAM para obtener programas con qué llenar el tiempo y reducir la emisión de música.

En el modelo de la radio estatal, encontramos varios tipos de estaciones:

1.- La primera posibilidad son las radiodifusoras dependientes de alguna instancia gubernamental, sin embargo, en esta situación sólo existe Radio Educación, en la ciudad de México, que depende de Secretaría de Educación Pública y que ha logrado no ser absorbida por el sistema del Instituto Mexicano de la Radio, y las estaciones del Instituto Nacional Indigenista.

2.- El segundo tipo lo constituyen las estaciones dependientes de los gobiernos de los estados. Algunas de ellas formando parte de sistemas estatales de comunicación social, como son los casos de Tabasco, Estado de México, Morelos, Michoacán e Hidalgo. Otras operando a través de alguna instancia estatal con dependencia directa del gobierno del estado, como son las Emisoras Culturales del Estado de Jalisco, La Voz del Estado en Aguascalientes, Radio Gobierno en Nuevo León, la Casa de la Cultura de Campeche, la Radio Sonora, la XHVIC de Tamaulipas, la emisora del gobierno de Baja California Sur, XETNC de Nayarit y Radio Querétaro.

3.- La tercera posibilidad serían las emisoras que siendo permisionadas al gobierno estatal son operadas directamente por el IMER a través de un convenio de colaboración. En esta situación están Radio Chiapas, Radio Occidente - La Voz de Colima y Radio Altiplano en Tlaxcala, y las emisoras del Sistema Quintanaroense de Radio y Televisión.

4.- Por último, las estaciones del Instituto Mexicano de la Radio son del grupo más representativo de la radio estatal actualmente, ya que están organizadas consistentemente y tienen un estatuto legal diferente.

#### Emisoras Indigenistas

El Instituto Nacional Indigenista inicia su experiencia radiofónica en 1979 con el establecimiento de la XEZV "La Voz de la Montaña" en Tlapa de Comonfort, Guerrero, que sería la primera de las siete emisoras indigenistas que constituyen actualmen-

te el sistema radiofónico del Instituto.

El propósito fundamental del proyecto radiofónico del Instituto Nacional Indigenista no es la radio misma sino "contribuir al mejoramiento de las condiciones de vida de las comunidades indígenas" y "el fortalecimiento de su cultura"<sup>8</sup>, y apoyar su "sentido de pertenencia étnica"<sup>9</sup>.

La red de emisoras indigenistas del INI la constituyen siete estaciones:

- XEZV - La Voz de la Montaña, en Tlapa, Guerrero.
- XENAC - La Voz de los Chontales, en Nacajuca, Tabasco.
- XETLA - La Voz de la Mixteca, en Tlaxiaco, Oaxaca.
- XETAR - La Voz de la Sierra Tarahumara, en Guachochi, Chihuahua.
- XEPET - La Voz de los Mayas, en Peto, Yucatán.
- XEPUR - La Voz de los Purépechas, en Cherán, Michoacán.
- XEVFS - La Voz de la Frontera Sur, en Las Margaritas, Chiapas.

Sólo dos de ellas (XEZV y XEPET) tienen concedido el permiso de operación, pero están en vías de obtenerse las demás. Los equipos técnicos son muy buenos y se han instrumentado sistemas especiales para ahorro de energía y hay capacitación especial para mantenimiento.

Las características principales de la radio indígena del INI es su emisión en las lenguas propias de las étnias que habitan las zonas geográficas en las cuales están instaladas, además del español. Se trata precisamente de fomentar la unidad entre los componentes del grupo de una misma comunidad lingüística, contribuir al mejoramiento de las condiciones de la vida de las comunidades y la conservación de la cultura propia, ya que repre-

sentan uno de los pocos espacios nacionales en donde los indígenas pueden expresar su pensamiento y su cultura.

El trabajo de fomento del uso de la lengua nativa y su recuperación ha llevado a elaborar manuales didácticos para sustituir los "préstamos" del español con palabras propias.

Los equipos de trabajo de las estaciones están formados por miembros de las comunidades, principalmente <sup>10</sup>, y en la mayoría de los casos el director es indígena. Hay un promedio de 17 personas en cada equipo. Se procura que sólo para aspectos que no están funcionando satisfactoriamente se lleve gente de fuera.

Aun cuando existe mucho respeto a la dinámica de cada radio difusora hay algunas características de la programación que son comunes. Por ejemplo la importancia que se le da a la música. No se trata de "recuperarla" o "rescatarla", puesto que no se considera algo muerto o perdido, sino de promover su creación y su difusión. Las estaciones se han convertido en depositarias; los compositores e intérpretes van ahí y entregan su música para asegurarse de su difusión y resguardo. No se trata sólo de guardarla, sino de difundirla. Se ha ido haciendo tradición la celebración de los aniversarios de las radios que son grandes festivales musicales.

Otro elemento importante de la programación es el servicio de "Avisos" que se da en las siete estaciones. La gente confía en ellas y las escucha para recibir noticias. En la Sierra Tarahumara, por ejemplo, las unidades médicas del Seguro social reciben avisos y los radían a la emisora, ahorrándoles a los tarahumaras un buen trecho de camino. En Guachochi, se reciben alrededor de 2 mil avisos personales o institucionales por mes.



El 90% de los programas es elaborado en cada una de las estaciones a partir de las necesidades, deseos y expectativas de las comunidades que son visitadas con frecuencia, además de que los locutores son parte de ellas.

El tiempo no es un elemento impositivo. Se trata de radios sin prisa. Los programas a veces se alargan respetando su propia dinámica. La cadena opresora del tiempo, aquí se rompe ya que no corre igual que en las ciudades o en las radios comerciales. Cómo va a ser igual si una persona es capaz de caminar tres días o más, para llegar a la estación a llevar su "aviso" o para cantar una canción. Una locutora driqui dice que "para los que hacemos radiodifusión en regiones indígenas, yo pediría que reflexionáramos un poco este hecho. Que si bien la radiodifusión es una técnica que no surgió de nuestros pueblos, no quiere decir que este mos obligados a importar también las formas de usarlas"<sup>11</sup>.

Algunos avances que el equipo coordinador considera como significativos son los siguientes:

- . Desde el punto de vista conceptual están definidos los objetivos y las estrategias que han de seguirse. El carácter indigenista se ha reafirmado con base en un modelo de comunicación participativa, y se ha venido precisando la idea de las emisoras como una herramienta para la creación cultural.
  
- . El trabajo de las estaciones ha logrado aceptación, credibilidad y confianza. Las comunidades ven a las radios como propias porque en éstas escuchan su música y su palabra. Se ha cuidado que la radiodifusión del Instituto no se "oficialice".

- . Se unificó la orientación de las emisoras y con base en criterios generales, cada una trabaja de acuerdo a las características de la zona en que opera.
- . Existe participación de los radioescuchas en la programación y producción radiofónicas.
- . Hay una incidencia detectada, aunque no medida, en la revitalización de las lenguas indígenas.
- . Se ha conformado un acervo de música indígena único en el país.
- . La calidad técnica de los programas es aceptable.
- . Las barras programáticas están conformadas por producciones que en un 90% son realizadas por las propias radios.
- . Se han elaborado, multiplicado y distribuido textos en lenguas indígenas<sup>12</sup>.

#### Emisoras Independientes

En este panorama de la radio permitida en donde la mayoría de las emisoras son operadas -directa o indirectamente- por el Estado, a través de diferentes instituciones, se encuentran siete emisoras que funcionan en forma independiente; seis de ellas, además, son privadas.

Estas radios, al ser independientes y privadas, tienen más posibilidades de hacer una radiodifusión participativa, comunitaria y popular, sin embargo, no todas aprovechan la oportunidad, ni siquiera se la plantean.

En todas ellas hay detrás una asociación civil local que les da sentido, consistencia y permanencia a las experiencias. El problema de la sexenalidad, que está presente en todas las demás, en las independientes no existe, excepto en la que no es privada.

Dos de estas estaciones son operadas por la misma institución -Fomento Cultural y Educativo, A.C.- con objetivos claros y explícitos y dentro de lo que podemos llamar emisoras populares regionales. Estas son Radio Cultural Campesina en Teocelo y Radio Huayacocotla, ambas en el Estado de Veracruz.

Radio Mezquital, por su parte, es una emisora con cierta tradición, operada desde su inauguración por el Patronato Indígena del Valle del Mezquital, organismo dependiente del gobierno del Estado de Hidalgo y que, después de haber tenido una exitosa experiencia de comunicación participativa, se encuentra ahora en un impasse de silencio (porque lo que emite es para no oírse).

De las otras cuatro, difícilmente podríamos encontrar cosas en común, solamente que son instrumentos de otros tantos patronatos. Estas radiodifusoras son Radio Mendel en Aguascalientes; una emisora en Monclova, Coahuila; otra más en Linares, Nuevo León, que emite en onda corta, que se han establecido a partir de la iniciativa de una persona o de un grupo local, y La Voz Maya de México en Becal, Campeche, que al parecer tiene fines y objetivos más allá de los propiamente locales.

Sólo las radiodifusoras operadas por Fomento Cultural y Educativo tienen documentados y explicitados sus objetivos, sus fines y sus formas de operación. Ambas están ubicadas en zonas rurales y pretenden ser instrumentos, mediaciones para la concientización y la educación integral del pueblo, a través de

una experiencia de radiodifusión horizontal y participativa. A ambas emisoras podemos considerarlas paradigmas de lo que puede ser una radiodifusión al lado del pueblo, a quien acompaña en su proceso de liberación.

### IMER

La creación del Instituto Mexicano de la Radio es la primera acción concreta y amplia que el Estado mexicano toma en favor de la radiodifusión estatal; ya que, hasta entonces, había esfuerzos aislados, en el tiempo, en el espacio y en la ubicación institucional.

El trabajo del IMER consiste, principalmente en la operación directa de 21 emisoras y la producción de materiales, tanto para proveer a la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) en el aprovechamiento del tiempo oficial, como para las radiodifusoras con las cuales se tiene un convenio de colaboración.

El proyecto del IMER contempla la posibilidad de cuatro formas de operación:

- 1.- Creación de nuevas emisoras.
- 2.- Rehabilitación de emisoras.
- 3.- Convenios de coinversión.
- 4.- Convenios de colaboración.

La creación de nuevas emisoras, por ejemplo, se ha dado utilizando la última frecuencia disponible en el Distrito Federal, al crear la XHIMER y el proyecto de las emisoras fronterizas.

La mayor parte de las radiodifusoras que opera han sido reabilitadas. Sucede que se trata de estaciones que ya estaban funcionando, en algunos casos, en manos de RTC<sup>13</sup>, otras bajo el

auspicio de algún gobierno estatal <sup>14</sup>, o bien en manos de sus propietarios, de quienes fueron adquiridas <sup>15</sup>. Cuando las emisoras eran comerciales o propiedad de alguna instancia, el Instituto adquiere los activos fijos, se entrega la concesión y se modifica el régimen legal.

En estos casos, se hace un diagnóstico del estado en que se encuentre el equipo técnico y se actualiza. El personal se incorpora al estatuto laboral del Instituto y se capacita. La programación se modifica atendiendo las políticas programáticas comunes y las características y objetivos locales y regionales.

Los convenios de coinversión se establecen generalmente con los gobiernos estatales <sup>16</sup>, para instrumentar radiodifusoras o para rehabilitar alguna ya existente. Esta forma de operación hace recaer en personal del Instituto las tareas administrativas, de programación y producción. Un ejemplo muy claro es el convenio de coinversión que se firmó con el gobierno de Chiapas en donde se rehabilitó la XERA, se estableció la emisora de Cacaohatán y próximamente se abrirán tres más.

Por su parte los convenios de colaboración no incluyen inversión y administración en común. Se trata, por ejemplo, de retransmitir El Noticiario, o el intercambio de programas. Este tipo de convenio se ha establecido con algunos gobiernos estatales, con algunas radiodifusoras universitarias e inclusive con emisoras comerciales. Son 31 las estaciones que transmiten diariamente las cuatro emisiones de El Noticiario que sale al aire a las 8, 14, 21 y 2 de la mañana, con duración de una hora.

En la operación, cada una de las emisoras del IMER, guardan independencia administrativa, aunque las políticas de programación y de comercialización es dada por el propio Instituto.

La política de comercialización, extraña, en un primer momento y confunde. si la ley prevé sólo la existencia de emisoras concesionadas, permisionarias y escuelas radiofónicas, ¿cuál es el estatuto legal de las estaciones del IMER?

Resulta que puede existir una forma diferente. Si el artículo 27 constitucional considera que el estado es propietario del espacio aéreo<sup>17</sup>, concede y permite su utilización a otras personas o entidades. Sin embargo, cuando el gobierno federal utiliza algunas frecuencias no es necesario "permitirse" o "concesionarse" a sí mismo. De esta manera las radiodifusoras que opera el Estado se consideran "reserva federal", ya que no son concesionadas ni permisionadas y pueden hacer lo que se estime conveniente. Por lo tanto pueden establecer una política de comercialización en el entendido de que el gobierno -por lo menos el de Miguel de la Madrid- no está dispuesto a subsidiar totalmente la radiodifusión estatal<sup>18</sup>.

La comercialización tiene sus problemas y en ocasiones se cometen absurdos, como anunciar en lenguas indígenas, productos que por su naturaleza no están al alcance de los grupos indígenas ni por su precio, ni por la cultura. A veces parece que la venta del tiempo es lo único que interesa, ya que la documentación o folletería de presentación va dirigida a los anunciantes.

Para establecer los perfiles programáticos de las estaciones ubicadas en el Distrito Federal se estudiaron aquellos que atendía la radio comercial y se establecieron nuevas formas; así, por ejemplo, se decidió destinar una de ellas a los niños y otra a la información. En cambio, las radiodifusoras establecidas en poblaciones de provincia, por ser una sola, se programan en forma variada. Hay horas dedicadas a los niños, a los jóvenes, a las amas de casa y se emite la música tradicional mexicana.

La programación se distribuye de la siguiente manera:

Cultura	48%
Entretenimiento	20%
Orientación	13%
Información	12%
Educación	5%
Deportes	2%

El Instituto Mexicano de la Radio, sin duda, ha logrado metas muy altas en cuanto a producción de programas. en 1982, RTC produjo sólo 528 programas. en 1983, con el trabajo de medio año, ya del IMER, la producción llegó a 2,105 programas. Para 1987 el resultado fue de 53 mil producciones, y se espera, en 1988, alcanzar la meta de 65,400 programas<sup>19</sup>.

Actualmente el Instituto Mexicano de la Radio opera cuatro potentes estaciones en la frontera norte, una de las cuales es canal libre internacional (XERF)<sup>20</sup>, y siete en la frontera sur y Caribe. El proyecto inmediato del Instituto contempla el establecimiento de dos emisoras más en Chiapas (Chiapa de Corzo y Comitán); tres radiodifusoras de frecuencia modulada en Quintana Roo (Chetumal, Cancún y Cozumel); tres más en Yucatán (Mérida, Valladolid y Tecach), y cuatro en Campeche (Campeche, Cd. del Carmen, Calquiní y Escárcega).

De las 21 estaciones que opera directamente el IMER, siete se ubican en el Distrito Federal, de las cuales, cuatro (XERPM, -ahora, XERIN, XEMP, XEQK y XEB) eran privadas, que habiendo tenido dificultades, especialmente económicas, pasaron a manos del Estado. Por su parte la XERMx-OC, Radio México Internacional y la XHOF-FM, eran manejadas por la Secretaría de Gobernación y el Departamento del Distrito Federal, respectivamente. La XHIMER-FM es la única, en la capital de la República que ha abierto el Instituto.

En el Estado de Quintana Roo el IMER trabaja cuatro emisoras. Una de ellas, la XHCUN-FM "Radio Cultural Ayuntamiento" es la única estación municipal del país. Las otras tres forman parte del Sistema Quintanarroense de Radio y Televisión, que funcionó por su cuenta en el anterior periodo gubernamental del estado y eran permisionadas.

Son dos radiodifusoras, por el momento, las que emiten en Chiapas bajo el estatuto de convenio de coinversión entre el IMER y el gobierno estatal. La XERA, con 14 años de vida, funcionaba bajo el auspicio del Programa de Desarrollo de los Altos de Chiapas, con permiso, y la XECAH, es de nueva fundación.

En el Estado de Oaxaca existe la XHGAS-FM, en Salina Cruz, de reciente creación.

En la parte central del país el IMER opera dos estaciones en convenio con gobiernos estatales (XEBCO en Colima y XHTLAX-FM en Tlaxcala), y la XELAC en Lázaro Cárdenas, Michoacán.

Las cuatro radiodifusoras de la zona fronteriza son XHUAN-FM en Tijuana, B.C.N.; XEFQ en Cananea, Son., que era propiedad de la compañía minera y que el IMER compró; XHUAR-FM en Cd. Juárez y la XERF en Cd. Acuña, Coah. que fue propiedad, en los últimos años, de un rico capitalista local y antes había sido utilizada para fines políticos extranjeros, y que fue adquirida por así convenir al interés nacional.

### Proposiciones

Son varias las áreas de interés y muy diversas las tareas que le pediría al Estado en materia de radiodifusión. Una, urgente, se refiere a la actitud más definitiva que debe tomar frente



a la radio comercial para obligarla a atender fines que nunca ha atendido, como son la educación, la cultura, el entretenimiento creativo, la participación social, la información significativa, el interés nacional. Estos fines que no son exclusivos de la radio cultural, son, tal vez, más exigibles de la radio comercial, porque ha gozado de más privilegios.

Una segunda tarea que no debe retrasarse más es la revisión de la Ley Federal de Radio y Televisión, tanto en lo que se refiere a la naturaleza del medio y sus fines y funciones, como a una serie de indicaciones operativas que respondan más a la realidad de las necesidades comunicativas de los mexicanos, y no a los intereses concretos de los radiodifusores comerciales, que son evidentes en la ley y son producto de consignas muy claras, que sus dueños recibieron de organismos internacionales como la AIR, para ampliar su área de beneficio.

Asimismo, en la revisión legislativa se debe tomar en cuenta que en el espectro radiofónico de México existen también las emisoras no comerciales y que su labor debe estar respaldada por disposiciones legales que faciliten su existencia, tanto en lo económico y operativo, como en lo propiamente comunicativo, y debe, también, ser apoyada por todas las instancias sociales y culturales del país. Uniéndome a todas las voces que en los últimos años hemos hecho esta petición, demando enérgicamente que sea revisada la ley, previa consulta a todo aquel que tenga interés, algo que decir y convicción de que la comunicación social en México debe ser para beneficio de todos los mexicanos, no sólo para unos cuantos que la manejan desde hace más de 70 años.

Toda la población de México tiene derecho a poder escoger opciones radiofónicas que respondan a sus necesidades informativas, culturales, educativas y de legítimo entretenimiento, para lo cual es necesario que de verdad existan emisoras que puedan

cumplir con esos objetivos. Por eso, podría ser tarea del próximo gobierno poner las condiciones para que en todo el territorio nacional pueda recibirse la señal de alguna emisora no comercial. Para lograrlo habrá que hacer más flexibles los trámites y más democráticas las decisiones para otorgar permisos.

Sería ideal que cada universidad pudiera contar con una emisora que fuera verdaderamente un instrumento para extenderla hacia los grupos de población que no pueden acceder a ella, y que sin elitismos puedan difundir los conocimientos y la cultura que en ellos se generan.

Cada gobierno estatal y aun municipal debería contar con una emisora dedicada a apoyar las tareas educativas, reforzar la escuela, ampliar su ámbito, ser vehículo de información sobre el acontecer social, donde se ventilen los problemas sociales y sea la conciencia de gobernantes y gobernados. Estas estaciones deberían ser operadas con la participación de consejos sociales integrados por representantes de los partidos políticos, las instituciones de servicio, las agrupaciones sociales y todos los organismos que conforman la sociedad, en forma democrática y abierta. Las radios así manejadas, son muestra de que sí se puede.

Sin duda uno de los problemas más serios que deben abordarse para que la radiodifusión no comercial tenga una vida sana, independiente, creativa y participativa, es el asunto del autofinanciamiento. Es urgente, antes de que estas radios desaparezcan, buscar y estudiar con detenimiento todas las opciones posibles para que las radiodifusoras permisionadas puedan avanzar en cuanto al autofinanciamiento y que dependan cada vez menos de la instancia que las sostiene, aunque con esto se tuviera que enfrentar a las referidas consignas que le son dadas a la radio comercial por la AIR que "considera que una radio oficial con anuncios comerciales no es un leal competidor de la radio privada" y

que establece que "en ningún caso las emisoras del Estado o de otras personas jurídicas de Derecho Público realizarán propaganda comercial o competirán de cualquier modo con las emisoras privadas en el campo de la publicidad" 21.

Permitir por ejemplo, los patrocinios (que no los anuncios necesariamente) y la venta de servicios, buscar formas sanas de comercialización, para lo cual será necesario evaluar la experiencia del IMER para extender a otras emisoras la posibilidad de anunciar bienes y servicios necesarios.

Una acción que propongo para apoyar económicamente a la radio permitida es que se suprima la práctica de la radio comercial de pagar el 12.5% de los impuestos en tiempo, sino en dinero que deberá ser entregado a la radiodifusión cultural, como apoyo a su supervivencia. De este modo, el enorme beneficio que recibe la radio comercial se extienda a la otra radio. Pero no sólo a la que opera directamente el Estado, sino a toda. Podría hacerse a través de los gobiernos de las entidades federativas para las radios que ahí operan.

Parece muy oportuno que el próximo gobierno, al revisar las más de 400 concesiones que se vencen en 1989, haga una evaluación profunda y decida un fin más social para las frecuencias que detectan los radiodifusores comerciales. Así como también se otorguen todos los permisos que se han solicitado, especialmente de aquellas emisoras que ya están operando, y se autoricen las modificaciones justificadas, en cuanto a banda, frecuencia y potencia de algunas estaciones que así lo requieren para mejorar su servicio.

A las emisoras universitarias debemos exigirles mucha más creatividad para ampliar y difundir los beneficios de la univer-

sidad a aquellos que nunca podrán acceder a ella. La universidad, como creadora de cultura y conocimiento tiene la obligación de difundir y hacerlos accesibles a toda la población. La radio universitaria tiene que ampliar sus géneros, sus formatos, sus contenidos, sus destinatarios y debe aprovechar más sus recursos humanos e institucionales hasta lograr que cada una de sus instancias tenga su propio programa de radio.

A la radio estatal no debemos permitirle que sea un servicio gubernamental -en términos de Pasquali-, sino un auténtico servicio público que facilite la participación de la audiencia; mantenga informada a la población de los actos de gobierno, de los acontecimientos en general; propicie la discusión abierta de los problemas locales, regionales, nacionales e internacionales (en ese orden); auxilie en las tareas educativas; estimule las expresiones artísticas y culturales locales, y esté abierta para apoyar el devenir cotidiano de la sociedad.

Asimismo, el Estado mexicano, las instituciones sociales, las educativas y culturales y todos los grupos organizados deben apoyar a las emisoras populares, tanto las indigenistas, como las independientes, para que su labor al lado del pueblo sea cada vez más significativa y puedan ser verdaderamente un elemento de liberación.

Las emisoras que conforman a "la otra radio" deben distinguirse, en forma notable, por el conocimiento que tienen de su auditorio, de sus problemas y necesidades y hacer todo lo posible por encontrar las soluciones de comunicación que requieren.

Para ser verdaderamente opciones y competir con el agobiante éxito de la radio comercial, la radio cultural tiene que tener, permanentemente, dos ingredientes: creatividad y participapa

ción, con lo cual podrá escoger los formatos radiofónicos más adecuados. Debe involucrarse con los problemas locales, regionales y nacionales a través de reportajes, programas de participación, el drama vivo, los análisis, así como los noticiarios amplios y profundos evitando el "noticismo", donde nunca se analizan las causas y las consecuencias de los hechos.

La tendencia debe encaminarse a lograr que la actividad radiofónica se apoye en investigaciones en donde se estudien las necesidades, deseos y expectativas de los receptores; las mejores opciones para atenderlos, y se evalúen los resultados; sólo así se podrá avanzar en una mejor radio social.

La radio es un medio noble, que acerca a las personas y las hace participar, es necesario explotarla más y aprovecharla más para el bien común. Esta es mi convicción.

#### NOTAS

- 1.- ROMO de Rosell, Cristina. "Estructura y Funciones de la Radio Mexicana". En Renglones, Revista Académica del ITESO. No.3. Octubre de 1985. Guadalajara.
- 2.- Ley Federal de Radio y Televisión. Art. 5.
- 3.- Discurso de Inauguración pronunciado por Alejandro Gómez Arias, primer director. Citado por Fernando Curiel en La Radiodifusión Universitaria. Deslinde No. 127. Jul. 1980. UNAM. P. 16.
- 4.- TOUSSAINT, Florence. "Radio UNAM, Medio Siglo". En Proceso No. 553. 8 de junio de 1987.

- 5.- ROMO. Op. Cit. P.17.
- 6.- PASQUALI, Antonio. Intervención en la Primera Mesa Redonda MEXICOM 86. Tlaquepaque, Jal. Octubre 1986.
- 7.- Ibidem.
- 8.- PLASCENCIA, Carlos G. "La Radiodifusión Indigenista. INI. S/F.
- 9.- CURIEL Villaseñor, Ricardo y María Teresa Niehus Casillas. Fundamentos para la Radiodifusión Cultural en Zonas Indígenas. Tesis ITESO. Guadalajara 1983. P.33.
- 10.- El 85% del personal de la red radiofónica del INI son indígenas bilingües.
- 11.- "El Camino Andado. XETLA 'La Voz de la Mixteca' Radiodifusora Cultural del Instituto Nacional Indigenista. Tlaxiaco, Oaxaca". Villahermosa 1987.
- 12.- Radiodifusoras del Instituto Nacional Indigenista. Octubre 1987.
- 13.- XEB, XERPM, XEMP, XEQK, XELAC.
- 14.- XERA y el Sistema Quintanarroense.
- 15.- XERF, XEFQ.
- 16.- Tlaxcala, Colima, Cacaohatán.

- 17.- Art. 27 constitucional "Corresponde a la Nación el dominio directo de todos los recursos naturales (...) y el espacio situado sobre el territorio nacional.
- 18.- Entrevista con Teodoro Rentería. 2 de junio de 1988.
- 19.- Ibidem.
- 20.- Los canales libres internacionales funcionan cuando el sol se pone y la ionósfera se convierte en una gran antena. A partir de las 19 horas las emisoras que están en estas frecuencias se retiran para dejar libre el espectro para las estaciones así autorizadas, que pueden, además transmitir con la potencia que quieran. Hay en México siete radiodifusoras autorizadas como canales internacionales: XERF en Cd. Acuña, XET en Monterrey y la XEB en la ciudad de México, que son tipo "A", y XEW, XEQ y XEX, las tres en el Distrito Federal, que son tipo "B".
- 21.- MEJIA Barquera, Fernando. La Industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano (Orígenes y Desarrollo) P. 405.

HACIA UNA PROGRAMACION RADIOFONICA  
ALTERNATIVA PARA EL ESTADO DE JALISCO

Ricardo Amann Escobar



- I.- INTRODUCCION: RADIODIFUSION Y EDUCACION.
- II.- LA RADIODIFUSION INDEPENDIENTE EN MEXICO.
- III.- LA RADIODIFUSION EN JALISCO.
- IV.- ANALISIS DE LA PROGRAMACION DE LAS RADIO  
DIFUSORAS CULTURALES DE JALISCO: XEJB Y  
XHUG (RADIO UNIVERSIDAD)
- V.- CONCLUSIONES.

I.- INTRODUCCION: RADIODIFUSION Y EDUCACION.

La primera responsabilidad de toda institución educativa es, precisamente, la de educar. Para ello debe contar con los medios necesarios y suficientes. El Estado está obligado a canalizar para este propósito, parte de los recursos públicos que a nombre del pueblo administra. Su responsabilidad también es clara: entregar con oportunidad y suficiencia el financiamiento para cubrir todas las necesidades prioritarias.

Maestros, aulas, material didáctico son, entre otras muchas las facilidades educativas sin las cuales no es posible el proceso enseñanza-aprendizaje. En ese amplio espectro, la radio, entendida como instrumento educativo, juega un papel fundamental. Esto es especialmente cierto si se considera que en la provincia, y muy particularmente en instituciones como la Universidad de Guadalajara (UG) un amplio sector poblacional está disperso en toda la entidad, enclavado en comunidades a las que ni siquiera llegan los diarios. Y ello para no hablar de las tareas relativas a la -

extensión universitaria, las cuales exigen de medios masivos de comunicación para llegar verdaderamente al pueblo trabajador con su mensaje de cultura.

Y aunque la legislación mexicana garantiza el derecho a disponer de medios radiofónicos a las universidades, en la práctica se niega. El Estado no cuenta con una política cultural correcta y no contento con ello pretende negar la posibilidad a quien realiza esfuerzos educativos. Más todavía: sin ningún escrúpulo entrega autorizaciones a diestra y siniestra, siempre que se trate de empresas particulares, no obstante que históricamente la función de las radiodifusoras comerciales ha sido la de enajenar a la población. El colmo fue el apoyo a Televisa a través del satélite y microondas, cuando es evidente el daño que este monopolio le ha hecho a nuestro país.

Si realmente se pretende llegar la educación al pueblo, si el objetivo es democratizar los medios, si como se afirma se pondrá un freno a los hasta ahora incontrolables monopolios de la comunicación, el Estado debe modificar su política: fortalecer a las radiodifusoras culturales ya existentes, impulsar la formación de otras nuevas y apoyar una política cultural correcta. A menos que se entienda que las universidades son "feudos" ajenos a su entorno sociocultural, éstas deben contar con medios electrónicos de comunicación.

Es ya un lugar común señalar que la mayoría de las universidades y gobiernos estatales cuentan con radioemisoras "subutilizadas y elitistas", que se dedican a enriquecer (culturalmente) a los que ya lo son y que no inciden paradójicamente en aquellos que más lo necesitan: los que no acu

den a las aulas y que prácticamente no tienen acceso a la cultura. El deber de elevar el nivel cultural de esta franja de la población, en universidades como la nuestra, se convierte en prioritario, sin embargo de entre todas las universidades que poseen este poderoso medio de difusión esta es una de las pocas que ve limitada su cobertura a poco más del área geográfica de Guadalajara. (Ver mapa de coberturas, anexo).

Según la relación de emisoras universitarias y culturales, con datos de la UNAM y de la Cámara de la Industria de la Radio Televisión, hasta 1983 hay en México 31 emisoras culturales en la banda de A.M. de las cuales diez son universitarias (ver cuadro 1) y las restantes pertenecen a dependencias gubernamentales. En cuanto a las pocas que pertenecen como la nuestra solo a la banda de F.M., hasta 1983 hay 11 de las cuales sólo 2 son universitarias.

Las casas de estudios que cuentan con emisoras de radio son:

#### C U A D R O I.

Tecnológico de Celaya, Guanajuato.  
Universidad Autónoma de Aguascalientes.  
Universidad Autónoma de Baja California Norte.  
Universidad de Guadalajara ( F.M.)  
Universidad de Guanajuato  
Universidad Michoacana de San Nicolás de Hidalgo  
Universidad de Oaxaca.  
Universidad Autónoma de Querétaro.  
Universidad de San Luis Potosí.  
Universidad Autónoma de Sinaloa.

(\*\*) Limitación que le impone el Estado a través de la SCT negándole el permiso para cubrir la amplitud modulada (ver mapa en anexo).

Universidad de Sonora  
Universidad Veracruzana.  
Universidad de Yucatán.

## II.- LA RADIODIFUSION INDEPENDIENTE EN MEXICO.

A partir de mediados de los años setentas en Europa se dio un fenómeno - de gran importancia en el campo de la difusión radiofónica: las radios - libres (1). Estas emisoras surgieron en Italia, Francia, Inglaterra, España, de manera espontánea impulsadas por grupos organizados de ecologistas, mujeres y marginados de todo tipo. Los recursos económicos con los que iniciaron este movimiento se conjuntaron con el esfuerzo de miles de donantes anónimos. Los recursos humanos fueron aún más abundantes pues - todos ellos tenían una necesidad vital -expresarse- y una gran capacidad intelectual subutilizada. Desgraciadamente a partir de mediados de este decenio la mayoría de estas experiencias han sido recuperadas y hoy día solo quedan en pie algunas de aquellas bajo la forma de radio emisoras - municipales o particulares; las otras han sido recuperadas por la I.C.\* y hoy se debaten en una transnacionalización comercializada.

En México este impulso vital llegó a principio de los años 80's de la mano con los movimientos de oposición al sistema. Los años 1982 y 1983 fueron de gran importancia para la definición de las políticas de comunicación tnato del Estado como de los movimientos de oposición. El Estado impulsó los "Foros de Consulta Popular" para incorporar sus conclusiones - en el "Plan Nacional de Desarrollo" en 1983. Todos sabemos ahora que el

(1) Hale Julian: La radio como arma política, Ed. Gustavo Gilli, Barcelona 1979.

(\*) Industria Cultural.

único resultado tangible de esta operación publicitaria fue la publicación de 11 tomos con ponencias presentadas en aquella ocasión. En cuanto al P.N.D. solo recogió lo que el gobierno previamente consideraba debió ser su política de comunicación social durante este sexenio. (2).

Frente a esta política, sectores universitarios (Universidad de Guerrero, Zacatecas, Puebla y Sinaloa básicamente) y partidistas (P.M.T., P.R.T. y CENCOS por lo esencial) organizaron el "Primer Foro Nacional por la Libertad de Expresión e Información Nacional" en Acapulco, Gro., en noviembre de 1982.

Ese mismo año pero durante el mes de mayo inicia sus transmisiones "Radio Universidad Pueblo" y paralelamente se instalan los "Talleres Populares de Producción Experimental (TPPE) ambos de la Universidad Autónoma de Guerrero. Dado que la radiodifusora sale al aire sin el permiso de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, esta dependencia de inmediato se avoca a interferirla por lo que se crean las "Brigadas Populares en Defensa de la Radio UAG".

Con el impulso que "Radio Universidad Pueblo" y el Centro Nacional de Comunicación Social, A.C. (CENCOS) le dieron en 1982 y 1983 a la COMUNICACION POPULAR no solo se proclamó a 1982 como "Año de la Comunicación Popular" sino que tuvieron lugar el 1o. y 2o. "Foro Nacional de Defensa de la Libertad de Expresión", salieron las revistas Al Aire (órgano informativo de Radio UAG) y Comunicaciones (órgano del CENCOS) y sobre todo en

(2) Por ejemplo en un párrafo del capítulo 2 del P.N.D. "Política del Estado Mexicano" se habla de la comunicación social en aproximadamente 65 renglones y se enumeran 8 principios y acciones. Sergio Gómez M. El P.N.D. y los medios en UNO MAS UNO, 28/mayo/83.

1983 salió al aire la primera emisora municipal de provincia en la historia del país: "Radio Ayuntamiento Popular" promovida por la COCEI (Coalición Obrero Campesina y Estudiantil del Istmo) que por entonces controlaba la presidencia municipal de Juchitan (Oaxaca).

Al igual que en el caso de "Radio Universidad Pueblo" en este caso la -- SCT negó el permiso solicitado dos años antes y la emisora empezó a -- transmitir por la vía de hecho a mediados de 1983.

Otros dos intentos que solo quedaron en eseo, por la misma férrea oposición del gobierno, fueron las radioemisoras de la Universidad de Zacatecas y Puebla. En este último caso lo mas alarmante del caso es que en -- 1983 ya llevaban 9 años de trámites para la solicitud y en ese lapso fue autorizadas siete emisoras comerciales en la ciudad de Puebla.

Después de solicitar dicho permiso dos años (1982-84) el 27 de abril los promotores de "Radio Universidad Pueblo" junto con los de Radio Ayuntamiento Popular de Juchitán se lanzaron a una huelga de hambre que terminó un mes después infructuosamente. A partir de allí ambas emisoras sufrieron los embates del poder hasta que se logró que a mediados de ese -- año la nueva administración de la UAG abdicara --presionada económicamente por la SEP-- de este y muchos otros logros que habían sido obtenidos -- entre 1980 y 1983. En cuanto a "Radio Ayuntamiento Popular" esta fue desmantelada a finales de 1984 cuando el COCEI perdió el control del Ayuntamiento de Juchitán a favor del PRI. En ese mismo año la policía intervino y cerró definitivamente el "Centro Nacional de Comunicación Social A. C." (CENCOS) que, en el D.F. fue la entidad impulsora y coordinadora de la política de comunicación popular que tuvo vigencia hasta ese año. A --

pesar de estos golpes macizos a la comunicación alternativa y popular -- subsisten medios más artesanales de comunicación como son los cassette - foros y sobre todo las Asociaciones de Radioescuchas. Pero esto es tema de otra ponencia.

### III.- LA RADIODIFUSION EN JALISCO.

Actualmente existe ya una literatura bastante abundante sobre la radiodifusión en general y sobre la de México en particular. (1).

Sin embargo, la radio de provincia y particularmente la del Estado de Jalisco ha sido poco estudiada. (2). Es por ello que pretendemos dar aquí una primera aproximación sobre el papel que ha jugado y que juega este medio en el Estado sin incurrir en engorrosas repeticiones.

En primer lugar, y para establecer una escala de magnitud, veamos el número de radiodifusoras (de FM y AM) en las principales ciudades de nuestro país: (3).

- (1) Hasta la fecha hemos encontrado: números monográficos dedicados al tema, como es el caso de la revista Información Científica y Tecnológica no. 89 de febrero de 1984.
  - Artículos como los de Antonio Oseguera y Orlando Encinas, en Comunicación y Cultura, no. 8.
  - Carmen Díaz: Política y radiodifusión.
  - Tesis: U.I.A., México 1980.
  - Miguel A. Granados Chapa: La radio en México, Ed. El Caballito, Mex. 1982.
  - Rosa Alva de la Selva: Radio e ideología, Ed. El Caballito, Mex. - 1984.
  - Enrique Sánchez Ruiz: La radiodifusión en México, Ed. ITESO Guadaluajara.
  - Mejía Prieto: Historia de la radio y la t.v. en México, Ed. Colmenares, 72.
- (2) El trabajo de Pablo Arredondo: Los medios de comunicación en Jalisco, ES TAL VEZ UNA DE LAS NOTABLES EXCEPCIONES.
- (3) Tomamos solo el número de radiodifusoras en las ciudades, pues bien a pesar nuestro para muchos censos en México no existe más provincia que las capitales de los estados.

- 56 en el D. F.
- 42 en Guadalajara.
- 33 en Monterrey.
- 20 en Tijuana.
- 18 en Ciudad Juárez.

Como vemos, Guadalajara ocupa el segundo lugar entre las grandes ciudades mexicanas por el número de emisoras. En esta ciudad, las que hay se dividen en 19 de F.M. y 23 de A.M. según datos del Centro S.C.T. Jalisco (4). Según el mismo centro, hay 20 emisoras más repartidas entre 14 municipios (5) (donde sólo Ciudad Guzmán y Puerto Vallarta poseen F.M.). Por lo tanto, en Jalisco hay un total de 62 emisoras (de las cuales 21 en frecuencia modulada). La mayoría están agrupadas en alguno de los siguientes grupos:

CUADRO II

1.- Radio comerciales:	14	(9 en Guadalajara)
2.- Grupo Somer:	6	(todas en Guadalajara)
3.- Grupo Promomedios:	5	(todas en Guadalajara)
4.- Grupo ACIR:	4	(todas en Guadalajara)
5.- Grupo Radio Programas de México:	4	(todas en Guadalajara)
6.- Grupo OIR:	3	(todas en Guadalajara)
7.- Grupo Radio Juventud:	3	(todas en Guadalajara)

Además de estos grupos, existen algunas emisoras únicas representantes de grupos nacionales (en Ciudad Guzmán una de radio cadena nacional), emisoras pertenecientes a grupos puramente regionales (tal es el caso de las 3 pertenecientes a Eduardo Yriesta y Asoc. en Tepatitlán, Puerto Vallarta y Ciudad Guzmán, o las 3 de "Presencia de Radio" en Atotonilco, Ameca y Sayula). O emisoras aparentemente independientes, de las cuales

- (4) Folleto de la Unidad de Comunicación Social, hoja 1-3, 22/V/85.  
 (5) Del total de 120 municipios de Jalisco.



sólo encontramos a 2 (en Mascota y Lagos de Moreno). (1) Con ésto se con firma una vez más una de las reglas de la industria cultural: la concen tración creciente de los medios en pocas manos.

Para fundamentar este aserto, presentamos el resultado de una investiga ción personal y del análisis de la publicación "Medios Audiovisuales" -- (en su título "Tarifas y Datos" publicado por Medios Publicitarios Mexi canos, S.A. de C.V.). Algunas de las principales cadenas radiofónicas co merciales con presencia en Jalisco, tiene las siguientes características.

C U A D R O III

NOMBRE DE LA RADIODIFUSORA	NUMERO DE ESTACIONES	CONCESIONARIO
RADIOSA	112	Sr. Mariano Solórzano
OIR	79	Organización impulsora - de radio.
GRUPO ACIR	90	Francisco Ibarra López.
RADIODIFUSORAS ASOCIADAS	64	
ARTSA (1)	58	Roberto López
RAVEPSA	51	Guillermina Hdez. Corona
SOMER	43	Heriberto Huesca
RADIO S.A.	39	Salvador M. González.
FIRMESA	38	Luis Ignacio Santibañez.
RADIO CADENA NACIONAL	36	Sergio Fajardo.
RADIO PROGRAMAS DE MEXICO	35	Clemente Serna
PROMOMEDIOS	32	Armando Aguirre
CORPORACION MEXICANA DE RADIODIFUSION	28	

(1) Cuya sede está en Guadalajara en julio/84.

FRECUENCIA MODULADA MEXICANA:

RADIO CENTRO	9	Aguirre
--------------	---	---------

(1) Datos computados a partir del documento del Centro S.C.T. y Op cit.

NUCLEO RADIO MIL	7	Carlos Flores Alvarez
TELEVISIA RADIO	6	Jaime Almeida
MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	6	Eduardo Iniesta

Los grupos de radio que más emisoras representan en el país son Radiosa y Radorama con 112 emisoras respectivamente, seguidos por el grupo -- ACIR y el grupo OIR con 79 (mayo de 1984).

Como dato suplementario podemos señalar el año 1938 como el que marca -- el inicio de la radiodifusión <sup>COMERCIAL</sup> en Guadalajara. (1).

En efecto, en ese año se fundan la XEDKT (hoy radio ranchito) y XEDK, -- ambas pertenecientes al grupo DK, llamado a nivel nacional R.P.M. (para mayor información sobre fechas de fundación de las diferentes emisoras de Jalisco, sugerimos consultar los archivos de S.C.T. Jalisco).

En cuanto a la potencia, es lógico que encontremos a las radiodifusoras mas potentes concentradas en Guadalajara entre los tres principales gru pos concesionarios ya citados.

#### C U A D R O IV

F.M.	POTENCIA	GRUPO
X.E.H.L.	200 Kw	Radio Comerciales (ARTSA)
X.H.L.C.	128 "	SOMER
X.H.D.K.	100 "	Radio programas de Mex.
A.M.		
X.E.H.L.	50 "	Radio Comerciales (ARTSA)
X.E.W.K.	50 "	Televisa-Radiopolis.
X.E.A.V.	10 "	SOMER

FUENTE: Folleto de la Unidad de Comunicación Social de la S.C.T.

(1) Aunque E. Brun (Guadalajara en los años 20's, pág. 363) señala que -- en 1928 "la inseguridad en las comunicaciones causaba que la radio -- estuviera en auge. La única emisora, perteneciente al gobierno jalisco desarrollaba programas nocturnos para ser escuchados por re-- ceptores provistos de audífonos". En lecturas históricas de Jalisco.

Como lo podemos apreciar en los dos cuadros anteriores, Radio Comerciales se lleva la palma en todos los frentes -por la cantidad de emisoras, por la implantación en provincia y por la potencia de su señal.

En cuato al resto del estado presentamos el siguiente cuadro donde se detallan los municipios donde funcionan radioemisoras comerciales (las culturales solo existen en Guadalajara).

C U A D R O V

<u>MUNICIPIO</u>	<u>PROPIETARIO</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>POTENCIA</u>	<u>FECHA</u>
AMECA	SALVADOR LOPEZ CHAVEZ	XEED		1959
ATOTONILCO	MIGUEL A. OCHOA	XEHE		1978
AUTLAN	RADIO AUTLAN, S.A.	XELD		1962
CD. GUZMAN	ARTSA (*)	XEBC		1949
CD. GUZMAN	ARTSA	XEGUZ		1979
CD. GUZMAN	ARTSA	XEIS		1965
CD. GUZMAN	SUC. JIMENEZ SILVA	XELW		1970
CD. GUZMAN	MEDIOS MASIVOS MEXICANOS	XHPZ-FM		1979
EL GRULLO	ACIR (**)			
LA BARCA	R. ALVAREZ	XELB	250 w	1950
LAGOS DE M.	P.S. DE SANCHEZ	XELJ	1 Kw	1963
MASCOTA		XEMST	500 w	1984
OCOTLAN	RAUL NAVA	XEEJ	1 Kw	
S.J. DE LOS LAGOS.		XEQZ	500 w	

Por falta de espacio en esta ponencia no podemos extendernos más sobre la propiedad de las radiodifusoras del Estado, pero sí podemos adelantar que muchos de los nombres ligados a la radiodifusión también se encuentran ligados al periodismo local y en muchos casos al partido que -

(\*) Agentes de radio y televisión. En Guadalajara: Radio Comerciales, -  
 Consorcio de nivel nacional con implantación regional.  
 (\*\*) Radio Comunicación Humana: Consorcio de nivel nacional.

detenta el poder.

#### IV.- ANALISIS DE LA PROGRAMACION DE XEJB Y XHUG.

Elaborar una programación universitaria y popular no es tarea fácil ni puede hacerse de un día para otro. Y no lo es tampoco cuando, como es el caso, se están planteando alternativas totalmente innovadoras. No se trata de repetir modelos que ya han probado su ineficiencia en la comunicación popular. Por ello, se precisa de propuestas y de una amplia discusión al respecto, hasta conformar una barra programática adecuada.

La radio es un medio unisensorial, y por sus características propias difunde la música y la palabra. En una programación debe haber un equilibrio entre esos dos factores. Y no digo esto porque deba haber un 50% de música y un 50% de programas hablados (con o sin música de apoyo), sino porque la música es algo más audible que la palabra: da un mayor placer y descanso, sensibiliza y mejora el gusto del auditorio, y lo predispone, en un momento dado a escuchar un mensaje hablado (hablo de la música no comercial). Por otro lado, creo que una estación con exceso de programas hablados se muere, nadie tiene la paciencia ni la disposición de oír durante horas a alguien hablar y hablar. Como la radio es un medio unisensorial, permite que el auditorio se distraiga y haga muchas cosas mientras la escucha. La atención y concentración que se logra, creo yo, en un programa hablado es de 10' a 15', entre secciones grandes de música.

Los programas producidos deben tener también un equilibrio interno de música y texto, y eso depende del tema, del guionista y del productor (sensibilidad, gusto y necesidad). Obviamente el trabajo se orienta a -

satisfacer los requerimientos del público, al que se tiene presente en todos los casos mediante llamadas telefónicas y otros fines de control de audiencia.

Siendo XEJB y XHUG las dos únicas emisoras culturales de Jalisco nos pareció interesante hacer un somero análisis de sus respectivas programaciones, tomando como parámetro las horas diarias de programas comentados que en teoría (1), transmiten. Por programas en vivo entendemos música comentada, entrevistas y comentarios, excluyendo noticias y programas pregrabados. Personalmente creo que entre un programa pregrabado y un programa en vivo la elección es tan clara como entre comida enlatada y comida fresca. Un programa en vivo es mucho mas interesante y atractivo -si está bien preparado- que un programa pregrabado. Desgraciadamente en nuestra radiodifusión muchas veces "programa en vivo" es sinónimo de improvisación.

En el caso de radio UG solo hay dos "programas en vivo" (Dimensión del Rock de 12:30 a 14:30 hrs. y "Páginas adentro" de 14:30 a 15:00 hrs. -- ambos de lunes a viernes). En cuanto a XEJB transmite de lunes a viernes A las 9 con usted (probablemente el mas escuchado) (de 9 a 10 en la barra matutina). En la barra vespertina transmite Tierra Adentro de -- 21:00 a 21:30 hrs. (aunque algunas veces es pregrabado en su totalidad) y DIFEREN SÓN Síncopa (de lunes a sábado de 13:30 a 14:00 hrs.) y SABADOS AL Nuestra América AJRE hoy de 13:00 a 15:30 Los martes sábado). En cuanto a la barra nocturna se

(1) Decimos en teoría pues la programación de XEJB se extrajo de la sección "Galería" del cotidiano El Informador de enero 1986 y la de -- XHUG de "Piensa y Trabaja" (1976-1983) de la U. de G., p. 284 y algunas veces las transmisiones cotidianas no coinciden con lo que se anuncia.

24 CUADROS POR A LUNES  
transmite ~~Programa~~ sólo los ~~miércoles~~ a partir de las 7 P.M.).

Como un punto de referencia externa tomaremos el ejemplo de Radio Universidad Veracruzana, que de hecho existe desde 1979 y es hoy una de las mejores emisoras universitarias a nivel nacional. Las características más relevantes de su programación son:

- 1.- Los lunes y jueves transmite un programa especial llamado: Enlace con la red universitaria mexicana en donde se difunden "Programas ganadores de los concursos nacionales de producción de programas de radio.
- 2.- Los viernes se realizan transmisiones a control remoto de la Orquesta Sinfónica de Xalapa, desde el teatro del estado, donde se encuentran también los estudios de la radiodifusora.
- 3.- Los sábados se realiza un programa especial dedicado a los cañeros: "Tumbando caña".
- 4.- Se observa un número muy elevado de programas en vivo. El que tiene más arraigo y audiencia (dado el horario y su contenido es Revista Campesina transmitido diariamente de 5 a 7 horas de la mañana).
- 5.- Consideramos en el recuento a los programas noticiosos que son:
  - a) De tipo científico: La reseña científica a las 18:45.
  - b) De tipo general a las 8 y 13 horas.
  - c) De tipo educativo: Noticiero SEP todos los días a las 17 horas.
- 6.- Los programas pregrabados de música clásica son minoritarios. Comparando las tres emisoras, podemos observar que XHUG y XEJB tienen un mínimo porcentaje de producción en vivo (8% y 25% respectivamente) contra R.U. que tiene un nivel óptimo (77%).

- 7.- Desde el punto de vista cualitativo es importante que XEJB y XHUG eleven su calidad de programación en vivo para aspirar a premios radiofónicos del Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (1).
- 8.- La gran mayoría de los programas de XEJB consisten en música clásica pregrabada acercándose paradójicamente al modo de funcionamiento de las emisoras comerciales, pero sin la publicidad.
- 9.- Consideró negativo el que se haga énfasis en la Alternativa Cultural a Música Culta, etc., pues se infiere por exclusión que todas las demás expresiones (incluidos los comerciales) no son cultura, lo cual es radicalmente falso.
- 10.- Es necesario disminuir a un 30% los programas pregrabados de música clásica (moderna o popular) y aumentar los programas en vivo. Aquí -- convendría producir programas con músicos altamente capacitados (creo que el personal de la Escuela de Música de la Universidad de Guadalajara podría ser una buena solución).
- 11.- Debe ligarse funcionalmente las instituciones que realizan regularmente eventos "culturales" (como ICC, Ex Convento del Carmen, Universidad de Guadalajara) con la XEJB.
- 12.- Deben reanudarse los programas a control remoto desde estas instalaciones. A finales del año 1985 se procedió a realizar este tipo de --

(1) Ejemplo: El Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias (que también abarca emisoras estatales metropolitanas y de provincia) organizó un Concurso Nacional de Producción de Programas de Radio en 1983, en el cual Radio Universidad Veracruzana ganó "8 premios, Radio Educación 7 y Radio Baja California 7".

programas todos los viernes en el espacio denominado "A las 9 con usted", sin embargo, inexplicablemente se canceló esta actividad.

13.- Estos programas de control remoto se realizaban con la intervención del público presente, lo cual los hacía aún mas vivos.

14.- Ahondando en esta línea sería conveniente aumentar los programas -- con amplia participación de los ciudadanos. Una posibilidad es la -- que abrió Radio Educación, cuando los domingos organizaba festivales populares "en vivo y en directo" desde sus jardines. Se solían congregar de 200 a 300 personas creando un gran ambiente festivo y participativo.

15.- Los programas de Jazz (hasta ahora los más numerosos fuera de los de música clásica) deben también hacerse cotidianamente por la noche.

16.- Los programas de rock y los de música folklórica deben hacerse cotidianamente como los de jazz arriba mencionados.

Estas acciones nos permitirán incidir en la población juvenil que se desvía hacia las emisoras comerciales por carecer XEJB de suficientes espacios de este tipo.

17.- "A las 9 con usted" es el único programa en vivo de la mañana. Es demasiado exiguo y debería abarcar 2 horas (de 9 a 11 horas) con lo cual se cubrirían más temas de manera más profunda.

18.- Los noticieros de XEJB, no cubren generalmente el ámbito internacional y cuando lo cubren es en base a informaciones periodísticas. Creo que al igual que RUV, Radio Educación o Radio Universidad debería contar con los servicios de Notimex y de alguna corresponsalía del exterior (en este sentido los estudiantes becados por la Univer-



sidad de Guadalajara podrían servir en algunos casos como correspondientes voluntarios. La única erogación entonces sería por concepto de llamadas de larga distancia).

19.- Se nos informó que desde 1983 el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras contempló la probabilidad de que el Segundo Concurso Nacional de Producción Radiofónica se realizaría en Guadalajara, sin embargo dicho proyecto no se concretó. Sugerimos que se retomara donde quedó y se impulse dicho concurso en esta ciudad.

20.- También sería conveniente completar esta investigación analizando tanto cuantitativa como cualitativamente\* las programaciones de Radio Educación, Radio Universidad, Radio Michoacán y Radio Mexquense. De todos éstos considero que los dos últimos nos darían pautas para el desarrollo de una radiodifusión estatal de calidad y con penetración en la sociedad civil.

\*) En el caso de XEJB, se sugiere ahondar en el análisis cualitativo, de recursos humanos y de auditorio.

## V. CONCLUSIONES.

En esta ponencia traté de mostrar como la radiodifusión universitaria se sitúa entre lo que llamé radiodifusión independiente y radiodifusión privada (en este caso particular de Jalisco). Vimos como la abrumadora superioridad numérica de la radiodifusión comercial (ver gráfica anexa) no siempre va aunada a una superioridad cualitativa. Sin embargo, y retomando un poco el hilo de la conferencia que sobre el radio en Jalisco impartió Cristina Romo en el Simposio Medios de Difusión y Regionalización -- (marzo 1985), la radiodifusión cultural está -al igual que la comercial- lamentablemente sub-utilizada. En la mayoría de los casos se alimenta de productos enlatados... perdón pregrabados... y como todo aquel que no se nutre de productos naturales, sufre de una aguda anemia... y tal vez en algunos casos de cáncer. La radiodifusión cultural no puede ser el simple "cultural" de la radiodifusión comercial... y sin embargo, lo es. Un ejemplo: en la radiodifusión comercial se limitan a transmitir música y anuncios. En la radiodifusión cultural se transmite en muchos casos música y cápsulas "culturales" si que intervenga la imaginación creatividad y el saber propio de nuestras instituciones. Otro ejemplo: en la R.C. no se da participación al público (no hablemos de la participación telefónica, por favor!). En la radio cultural tampoco, salvo contadas excepciones donde como en radio educación se abren las puertas de la radioemisora para dejar que el público participe con el personal en un evento vivo que recupera las verdaderas expresiones del pueblo. Pero no se trata de hablar de excepciones sino de lo general y lo más general es que no haya alternativa realmente válida.

Sin recursos suficientes, las radiodifusoras culturales aisladamente no pueden enfrentar el reto de la producción. En esas condiciones tampoco pueden generar la infraestructura necesaria para alimentar adecuadamente el proceso de producción radiofónica, infraestructura que, dicho sea de paso, debía ser proporcionada por el Estado. ¿Cómo se puede alcanzar el objetivo de conformar una conciencia nacional sustentada en nuestros valores y tradiciones, sin una política adecuada de cultura popular? Pocos recursos canaliza el Estado para este rubro a las instituciones educativas, y no se tienen noticias de que haya asumido su responsabilidad ya no digamos para alimentar a las radiodifusoras culturales sirviendo como simple enlace, sino siquiera para llenar decorosamente el 12.5 por ciento del tiempo que por ley le tienen que otorgar los medios concesionados a las empresas privadas.

Esta falta de alternativas, este franco vacío que genera el no poder (o no querer) hacer, de alguna manera se ha pretendido llenar. Un interesante esfuerzo lo constituyó el Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias. Ante la falta de respaldo financiero, todo parece indicar que el plan de trabajo de ese organismo se ha reducido considerablemente. Confrontado con sus metas iniciales, el programa dejó de ser lo que se pretendía lo cual resulta lamentable.

Sin embargo, hay otras alternativas que se pueden experimentar. Estas -- descansan en la organización popular, como sustento y fundamento del que hacer radiofónico. Desde la formación de nuevos productos hasta la elaboración de programas de gran calidad y bajo costo, deben constituir los ejes sobre los que descansa la actividad de quienes laboran en los medios.

Los esfuerzos no reconocidos de quienes marchan en esta dirección, bien podrían canalizarse hacia la integración de un organismo modesto pero autosuficiente para incidir, en la práctica y en lo inmediato, en la lucha por ampliar el espacio cultural en México.

CURRICULUM VITAE

1 9 8 9

NOMBRE	Inés María de los Angeles Cornejo Portugal.	
DIRECCION	Tabasco 165 - 202 Colonia Roma., 06700 México D.F.	
TELEFONO	514 - 66 - 81	
FECHA DE NACIMIENTO	27 de Octubre de 1954.	
NACIONALIDAD	Peruana.	
ESCOLARIDAD	FECHA	NOMBRE DE LA ESCUELA
PRIMARIA	1960-1965	Reparadoras del Sagrado Corazón, Miraflores, Lima - Perú.
SECUNDARIA	1965-1970	Reparadoras del Sagrado Corazón, Miraflores, Lima - Perú.
ESTUDIOS PROFESIONALES	1970-1973	Pontificia Universidad Católica del Perú. Programa Académico de Estudios Generales Letras.
	1975-1979	Pontificia Universidad Católica del Perú. Programa Académico de Ciencias Sociales. Especialidad Sociología.
ESTUDIOS DE POSGRADO	1985-1988	Universidad Iberoamericana. Maestría en Comunicación y Desarrollo. México D.F.
	1987 (Abril-Mayo)	Escuela Internacional de Cine y Televisión. Diálogos de Altos Estudios con Armand Matellart. La Habana, Cuba.
	1988 (Marzo-Abril)	Escuela Internacional de Cine y Televisión. Diálogos de Altos Estudios con Armand Matellart. La Habana, Cuba.

## OTROS ESTUDIOS

- 1972-1974 Cursos de Inglés en el Instituto Peruano Norteamericano. Lima, Perú.
- 1973-1974 Curso de Filosofía Antigua y Medieval en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (Perú).
- 1974-1974 Seminario de Marxismo en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (Perú).
- 1973-1974 Seminario sobre la problemática del Estado, dirigido por el Dr. César Germaná, en la Universidad Nacional Mayor de San Marcos. (Perú).
- 1973-1974 Seminario sobre "El Desarrollo Capitalista en el Perú", dirigido por el Doctor Ernesto Yepez, en la Universidad Nacional Agraria. (Perú).
- 1976-1977 Curso sobre la "Problemática Familiar en los jóvenes", dirigido por el doctor Thomas Rausser, en la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- 1978-1979 Curso sobre "Problemática Femenina", organizado por la Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC), Perú.
- 1980-1981 Curso sobre "Medios y Teoría de la Comunicación" en la Universidad de Lima. (Perú).
- 1981-1982 Curso sobre "Periodismo y Realidad Social", en el departamento de comunicación de la Universidad de Lima. (Perú).
- 1983-1984 Seminario sobre "Sicoanálisis y Violencia", dirigido por el doctor César Rodríguez Rabanal, en la Pontificia Universidad Católica del Perú.
- 1985-1987 Taller de "Recepción Crítica" en la Universidad Iberoamericana, México D.F.
- 1986-1987 Curso de Sico drama en "Río Abierto", México D.F.
- 1986-1987 Curso de Lectura de Inglés, en la Universidad Iberoamericana, México D.F.

1988

Seminario sobre "Sociología de la Comunicación", en la Universidad Iberoamericana, México D.F.

#### EXPERIENCIA LABORAL

1974-1975

Cooperativa Magisterial "José Carlos Mariátegui", en Huancayo, departamento de Junín, en Lima -Perú. Asistente de Investigación y miembro del Comité de Educación.

1979-1980

Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana (CELADEC). Encargada del departamento de Documentación y Publicaciones; y editora.

1980-1981

Revista "Marka". Asistente de la dirección periodística. Comunidad de Compensación Minera (COCOMI). Editora de "Cocomi Informa". (Perú).

1982-1982

Revista "Testimonio" (de actualidad y análisis), asistente de la dirección periodística.

- Productora del Programa Documental "Mate y Punto", para América Televisión Canal Cuatro (Perú).

- Productora del Programa televisivo "Agua para Todos", patrocinado por SEDAPAL (Servicio de Agua Potable de Lima Perú).

- Editora de la Revista "De Punta y Taco", publicación con motivo del Mundial de Fútbol "España '82".

1983-1984

DATUM (empresa de investigación de medios, opinión pública y mercado). Perú. Jefatura de Análisis.

1984-1985

Latinoamericana de Investigaciones S.A. (empresa de opinión pública, medios y mercado). Jefatura de Análisis.

1987

Centro de Estudios de Comunicación de El Pedregal, México D.F. Docencia en los cursos: Seminario de Tesis y Teorías de la Investigación Social.

1988

Instituto Nacional Indigenista. Investigadora del Departamento de Radio. México D.F.

## INVESTIGACIONES

- 1974-1974 Asistente de la Investigación: "El Impacto de la International Petroleum Company en las comunidades de la Sierra Central" (departamento de Junín, provincia de La Oroya). Lima -Perú.
- 1975-1976 Asistente de Investigación para el "Taller Minero", de la Universidad Nacional Agraria. (Lima-Perú).
- 1976-1977 Investigadora del proyecto "A fin de Cuentas Qué", sobre la problemática de las parejas jóvenes. Dirigido por el Doctor Thomas Rausser.
- 1977-1978 Investigadora del Taller Urbano Industrial, para el proyecto "Adex (Asociación de Exportadores) o el deseo nostálgico de la burguesía industrial". Pontificia Universidad Católica del Perú.
- 1979-1980 Colaboradora en el proyecto del programa "Mujer" de la Comisión Evangélica Latinoamericana de Educación Cristiana. Celadec de Perú.
- 1981-1982 Colaboradora en el proyecto de educación y difusión de técnicas de video para pueblos jóvenes. De la empresa H.L. producciones.  
Investigadora para el documental "Mate y Punto", proyecto que constituyó un recuento histórico del volley ball peruano desde la década del '50 hasta los años '80.
- 1983-1983 Asistente de investigación en los análisis mensuales de la curva de popularidad del presidente en el gobierno.  
Análisis mensual del impacto de los candidatos en el público. Perfil de los candidatos presidenciables. Análisis del impacto de los medios de comunicación, influencia de los medios, importancia. Todo ello a partir de investigaciones cuantitativas y cualitativas.  
Prueba de Producto (30 días) en la ciudad de Bogotá-Colombia para Datum del Perú.
- 1984-1985 Jefatura de análisis, en investigaciones como: "La depredación de los suelos en la zona de Selva Central (zonas de Selva Baja)".



En Satipo, Chanchamayo, San Ramón, Oxapampa, Villa Rica en el departamento de Junín - Perú.  
Convenio del gobierno canadiense y el Proyecto Pichis Palcazú (gobierno peruano) y Latinoamericana de Investigaciones S.A.

"Consumo de drogas en los jóvenes", convenio del gobierno peruano (Ministerio de Educación) y Latinoamericana de Investigaciones S.A.

. Proyecto de Paternidad Responsable, convenio AID y Latinoamericana de Investigaciones. (En esta investigación se utilizó análisis cualitativos y cuantitativos, así como prueba de spots publicitarios).

. Proyecto de Rehidratación Oral, convenio de AID y Latinoamericana de Investigaciones S.A. Investigaciones que se realizaron a nivel nacional en Lima - Perú.

. Investigadora en estudio cualitativo de prueba de producto en San Juan - Puerto Rico, por Latinoamericana de Investigaciones S.A.

- 1986                   Diseño de un programa cultural de 30 minutos para IMEVISION, México D.F.
- 1987                   Investigación sobre la socialización a la sexualidad a partir de la Televisión Privada, en niños de 9 a 11 años en el Distrito Federal. México.
- 1987                   Investigación sobre "La Prensa Mexicana y la Ley Simpson Roldino", para El Colegio de la Frontera Norte, Tijuana - Baja California, México.
- 1988-1989             Investigadora en el proyecto sobre "Formas y Medios de Comunicación en Zonas Indígenas", para el Instituto Nacional Indigenista. México, D.F.
- 1989                   Asistente de investigación en el proyecto sobre "La Televisión en América Latina" para la Universidad Iberoamericana. México, D.F.

## CONFERENCIAS

- 1974            Cooperativa Magisterial "José Carlos Mariátegui", Huancayo, Junín (Perú).  
Expositora: "El trabajo de la mujer y su emancipación".
- 1975            Cooperativa Magisterial "José Carlos Mariátegui", Zona Minera Morococha - Junín, Lima - Perú.  
Expositora: "La participación de la mujer en el trabajo".
- 1987            Ponente en el IV Congreso de Investigadores Mexicanos de la Comunicación, con "La Recepción Activa Integral", celebrado en Guadalajara, México.

## PUBLICACIONES

- 1981            Editora y Compiladora del "Boletín de Educación", Nº1, 2, 3, de CELADEC.
- 1981            Editora y Compiladora de COCOMI INFORMA, boletín de la Comunidad de Compensación Minera. Perú.
- 1982            Editora de "Las Dictaduras en América del Sur", en Cuadernos de Estudio de CELADEC.
- 1982            Editora de la Revista " De Punta y Taco". Perú.
- 1986            Autora de "La Recepción Activa Integral", en Cuadernos de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación. AMIC. México D.F.
- 1987            Co-autora del "Taller de Recepción Crítica". Universidad Iberoamericana. México D.F.

PRESENCIA DE LA XETLA EN LA COMUNIDAD  
RECEPTORA DE LA MIXTECA OAXAQUEÑA

I. Introducción (\*)

La radio nace en Latinoamérica bajo la influencia del modelo comercial norteamericano. Después de la Segunda Guerra Mundial, en países como México, Colombia y Bolivia, surgen experiencias que dan nacimiento a emisoras culturales y educativas. Un caso particular lo constituyen las llamadas 'Radios Indigenistas'.

En 1979 da inicio en México este tipo de radiodifusión. En un principio estas radios fueron expresión de proyectos desarrollistas para los que la falta de educación era la causa de la desigualdad. Educar significaba dejar el atraso, modernizarse y lograr mejores niveles de vida. Todo esto bajo patrones impuestos por el mundo occidental. Sin embargo, a partir de 1985 se modifican dichos planteamientos a la luz de reivindicaciones logradas por las comunidades indias y de teorías como 'El Indigenismo Participativo', el cual trata de involucrar a la población india en todas las etapas de acción, garantizar que esa voz y esas opiniones tengan el peso que debe corresponder a la toma de decisiones. Ahora, en el proyecto de comunicación radiofónica, que pretende llevar a cabo el Instituto Nacional Indigenista de este país, el indígena ya no sólo es el receptor de mensajes, sino gestor de ellos.

En el presente proyecto, a partir de 'La Voz de la Mixteca', se trata de entender cómo la comunidad receptora está viviendo

la influencia de la radio. Es decir, cómo la presencia de este medio tecnológico moderno contribuye o no, al fortalecimiento y dinamización de la identidad étnica. Dicho en otros términos, en qué medida coadyuva a 'actualizar las culturas indígenas proporcionándoles su ser contemporáneo'.

## II. Consideraciones Generales

### A) Teóricas:

En este apartado se pretende señalar algunas reflexiones generales sobre el papel que puede llegar a jugar el medio radiofónico en un contexto indígena. Asimismo, planteamos como una de las tesis de esta investigación que el medio radiofónico es sólo uno de los elementos que participan en la difusión y socialización de los conocimientos y valores al interior de este contexto rural.

Las dos grandes puertas de entrada de este trabajo son:

1. En la comunidad rural indígena el medio radiofónico interactúa con otras redes de sociabilidad -la familia, la escuela, las instituciones- en un proceso complejo. La influencia del medio radiofónico no la reciben de manera homogénea todos los individuos, es necesario por ello, analizar los procesos de recepción desde determinadas mediaciones. "En primer lugar, la subjetividad del individuo va a influir en la manera cómo el medio le va a afectar. En segundo lugar, mantiene relaciones interpersonales que van a afectar la asimilación, la percepción y aceptación o rechazo de los mensajes. Un tercer elemento, es la ubicación del individuo en la sociedad, la cual va a influir en su percepción, selectiva y usos que le da el medio."

## 2. El Nuevo Indigenismo

El aporte de los científicos sociales y el avance en las luchas de los sectores indígenas gestan una nueva concepción de indigenismo en el cual de lo que se trata es de involucrar a la población indígena en todas las etapas de la acción y garantizar que esa voz y esas opiniones sean escuchadas.

En términos del medio radiofónico se trataría de utilizar sus características y posibilidades como instrumento para negociar, revitalizar y actualizar su identidad cultural indígena.

### B) Metodológicas:

La información se organizó de acuerdo a las siguientes precisiones metodológicas:

1. Los datos fueron obtenidos de una muestra por proporciones al azar de la población a la que llega la señal de la XETLA, tomando la variable lengua como guía para los cálculos estadísticos. Se clasificó a la población en tres categorías: personas monolingües -lengua indígena-, personas monolingües -lengua española-, personas bilingües- lengua indígena y española. Intervinieron como criterios para segmentar la muestra: a) sexo, b) edad, c) lengua. La muestra está conformada por 200 sujetos de los 8 distritos bajo la cobertura de la XETLA.
2. El proceso de recolección de información se llevó a cabo a través de una encuesta de opción múltiple en la mayoría de los casos, y de aplicación directa y personal.

3. El comportamiento de la variable 'exposición' se ha relacionado independientemente con las siguientes variables:

- a) Lengua
- b) Sexo
- c) Nivel educativo

ANTEPROYECTO  
DE  
INVESTIGACION

25 Años de RadioDifusión Cultural  
en el NoroEste de México.  
Sonora-Baja California 1962-1987

ARTURO VALENCIA RAMOS

tijuana, B.C. Primavera 1989

#### FUENTES DE LA INVESTIGACION;

Archivos de los Gobiernos de Baja California y Sonora.  
Hemerotecas de los Estados de Sonora y Baja California.  
Diario Oficial de la Federación.  
Per iódicos oficiales de ambos Estados.  
Actas de reuniones del Programa Nacional de Colaboración de Radiodifusoras Universitarias.  
Actas de las reuniones realizadas en materia de radiodifusión por el Programa Cultural de las Fronteras.  
Actas de reuniones del noroeste, realizadas en coordinación con el Instituto Mexicano de la Radio, y Radio Educación.  
Entrevistas con los creadores de las radiodifusoras o con personajes ligadas a ellas cuando estas fueron creadas.

Arturo Valencia Ramos.



#### MARCO HISTORICO:

En cuanto al marco histórico se refiere, se habrán de tratar así 25 años de radiodifusión cultural en el noroeste de México. Por orden cronológico se habrá de empezar con XEUS, Radio Universidad de Sonora, fundada en 1962; y se habrá de concluir con XHITT, Radio Tecnológico Cultural, fundada en Tijuana en 1987.

El seguimiento histórico no pretende ser lineal (a no ser que el curso de la investigación así lo requiera), sino que se darán saltos entre los orígenes de una estación y otra, para después globalizar, y buscar los posibles denominadores comunes, o el denominador común entre ellas.

#### CRONOLOGIA:

Radio Universidad de Sonora	Fundada en 1962.
Radio Universidad Autónoma de Baja California	Fundada en 1976.
Radio Sonora	Fundada en 1982.
Estereo Frontera	Fundada en 1986.
Radio Tecnológico Cultural	Fundada en 1987.

#### MARCO SOCIOECONOMICO:

Ya que la investigación es histórica este marco es sólo referencial; sin embargo es importante considerarlo ya que nos ofrece pautas sobre los caracteres de las comunidades donde se ubican las estaciones, a saber: Hermosillo, Mexicali y Tijuana. La primera pertenece a Sonora, las dos restantes a Baja California. Se verá en lo general sus similitudes y diferencias. En este sentido se hace un estudio comparativo de las estaciones según las ciudades en las cuales se encuentran.

#### DURACION DE LA INVESTIGACION:

Un año seis meses a partir de enero de 1989.

## JUSTIFICACION Y OBJETIVO DE LA INVESTIGACION:

De 1962 a 1987 han transcurrido 25 años y durante ese lapso han visto propagar sus ondas al aire cinco estaciones culturales, o de las actualmente llamadas no comerciales: dos de ellas universitarias, una del Gobierno Federal, otra del Gobierno del Estado de Sonora y otra del Instituto Tecnológico de Tijuana. Cabe añadir aquí que no estamos considerando las repetidoras de Radio Sonora ni la de Radio Universidad de Baja California.

Conocer los orígenes de las mismas es conocer los motivos de aquéllos que trabajaron para que la radiodifusión cultural se hiciera una realidad. Indagar esos orígenes es la tarea que nos proponemos con la presente investigación.

Aquí se habrán de investigar y analizar, en su caso, cuáles son las similitudes y diferencias entre cada una de ellas si es que existen y en que consisten.

Otro punto a estudiar es la relación que guardan estas estaciones con otras similares del resto del país. Y, en caso concreto, se habrá de investigar una línea de influencia directa en cuanto a la toma de decisiones desde el centro de la República.

En cuanto a los criterios de producción, programación, operación y administración, se trata de ver si son criterios locales, descentralizados, o bien, si éstos dependen de las decisiones del Distrito Federal. Se trata de ver si fueron políticas descentralizadas las que dieron origen a las estaciones, y si éstas responden y respondieron realmente al llamado anhelo de las comunidades locales por tener una radiodifusión cultural.

Importa en la presente investigación ver en que momento de las economías locales, o en qué momento de los desarrollos sociales de las entidades en mención surgieron las radiodifusoras, y cuáles fueron los objetivos primeros que se trazaron para observar si con el paso del tiempo estos son los mismos, o si han tenido que ser modificados.

Se analiza también el concepto de radio cultural en relación con las radios comerciales; asimismo se estudian los nexos entre las radiodifusoras culturales y otras dependencias de promoción cultural; tanto de los estados como de la Federación.

LIC. GERARDO COTERA CORREA  
LIC. EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION SOCIAL  
UNIVERSIDAD REGIONMONTANA

DOMICILIO PARTICULAR:

Río de la Plata #122  
Col. Roma, 64700  
Tel: 58-28-11

Monterrey, N.L.  
México.-

" TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA  
RADIODIFUSION EN MEXICO "

" La Radio...Mito o Utopía realizable "

INTRODUCCION.-

Cuando se me pidió por parte de la Universidad Regiomontana mi participación en el "Taller de Discusión y Análisis de la Radiodifusión en México", sentí una gran duda sobre mi capacidad intelectual y profesional para comprometerme en exponer sobre la Radio en mi región. Sin embargo, debo ser sincero, también surgía dentro de mí, un deseo enorme de atreverme a hacerlo, ya que en los pocos años que tengo en el medio, (desde que CIESPAL me becó en 1985 para participar en el "Curso-Taller de Producción de Programas Radiofónicos", con sede en la Ciudad de Quito, Ecuador y con el auspicio de Radio Nederland Training Center) he podido constatar el mal uso que las Radiodifusoras -tanto comerciales como las supuestas educativas-, locales - de mi ciudad han y siguen haciendo del Medio.

Ahora bien, una vez convencido, me ha surgido un gran entusiasmo por exponer mi muy particular punto de vista en tan discutido tema.

Empecemos:

Para lograr comprender la función adecuada de la Radio en nuestra sociedad contemporánea, se debe insistir en que la historia del medio radial, necesita no sólo su mención del papel que desempeña, sino - su interpretación de ese desenvolvimiento.

Sin embargo, los "Medios Masivos de Comunicación" ofrecen dos paradojas con respecto a éste punto. Veamos:

Primera Paradoja: Los "Medios Masivos de Comunicación" (entre comillas, ya que no funcionan como tales, sino mas bien, como Medios Masivos de Información, y en mi manera de ver, esa es la función que tienen actualmente en nuestra sociedad. No tienen una aceptable historia escrita. Claro, se

conoce la historia de la radio o la historia de la Televisión, pero siempre desde puntos de vista tecnológicos, pero esos no dejan de ser muy limitados. Y los verdaderos escritos sobre su historia, suelen ser para áreas geográficas muy concretas y muchas veces alejadas de la realidad en que uno se desenvuelve como profesionalista. Mas no por eso, que quede claro, dejan de ser interesantes como punto de referencia.

Segunda Paradoja: Los medios masivos, cosmopolitas por excelencia, no han encontrado la preocupación histórica que los ayude a ser contemplados en toda su dimensión de acción, por lo que todo se reduce a simples informaciones intrascendentes que lejos de unificar un criterio - específicamente hablando de la Radio -, nos alejan para comprender mejor su funcionalidad dentro de nuestra sociedad.

Por eso debemos insistir en que la Radio, mal o bien tiene su propia historia escrita. Sin embargo, es obligación de los que nos dedicamos a Este Medio, pensar en que: los usos, técnicas, estructuras, innovaciones y en que las nuevas tecnologías, son hechos que deben ser estudiados. Y es importante pensarlo, porque es precisamente dicha reflexión la que nos permitirá en la posteridad, la comprensión del lugar que ocupa la Radio en cada circunstancia.

Se dice que la Radio es el medio más extraordinario y maravilloso de nuestro siglo. Y los que aseguran "Esto, lo justifican mencionando que - ningún otro medio consigue hacerle competencia: "La Radio informa, entretiene, acompaña, educa, orienta, es multivalente y multisituacional. Ni el cine, ni la televisión, ni el video, a pesar de la extraordinaria ventaja visual que gozan, consiguen su valor cotidiano, su valor emotivo, e incluso su valor político", afirma Llevi's Bassets en su libro, De las Ondas Rojas a las Radios Libres.

Entonces, ¿Porqué la radio ha atravesado un período de dura decadencia hasta nuestra actualidad?

Hace ya varios años McLuhan desmintió esta creencia poniendo como ejemplo al conflicto árabe-israelí. McLuhan demostró que en dicho conflicto, la conciencia islámica había crecido a tal grado que el fanatismo surgió en aquella región. Y todo esto gracias a los mensajes radiofónicos.

Entonces, ¿qué ha pasado?

Muchos se han cansado en señalar que este Medio maravilloso no ha dado aún de sí todo lo que podía esperarse. Y que frente al crecimiento constante de la tecnología comunicativa, la radio ha demostrado pertenecer al terreno de las tecnologías desaprovechadas y sub-valoradas.

Sin embargo, todo me parece indicar que la mencionada marginación tiene mucho que ver directamente con el tratamiento que el Estado le ha dado al Medio. Síno, veamos: desde sus inicios, el poder legal ha intentado someterla a un control férreo, debido a sus posibilidades de subversión. Bueno, aquí hay que aceptar que no es casualidad que la -- "primera época" de la radio coincida fecha por fecha con la época de las Revoluciones Proletarias. Por tanto, la primera actitud del Estado frente a este medio, es de controlarlo, para que de esta forma, se puedan controlar sus posibilidades subversivas. Controlar la emisión y -- controlar la recepción de licencias o de determinadas bandas, no es -- producto de la casualidad ni porque se quiera mejorar su nivel, ya que hasta la fecha no lo han hecho.

Pero después de lograr esta primera instancia, surge una segunda: el aprovechamiento político (del cual no profundizaré, sin embargo, recuérdense la década de los años treinta y cuarentas, en donde se dió lo que todos conocemos como: la lucha psicológica).

En sí, todo lo que el Medio Radiofónico podía dar - orientación, información, educación, entretenimiento, valoración de raíces, etc. - se vio pisoteado por la descomunal utilización con fines geoestratégicos bélicos.

Sin embargo, cuando todo parecía indicar que "esa" utilización perdía ya valor, surge un medio llamado televisión, el cual, se convirtió en el nuevo juguete de la "cultura", trayendo como consecuencia la falta de audiencia a las producciones radiofónicas que se realizaban en aquel entonces, tales como: radio-novelas, radio-teatro, producciones educativas, culturales, documentales, reportajes, etc.

A pesar de ello, la Radio, no queriéndose dejar ganar el mercado, marca una nueva pauta, "Radios Especializadas en sonidos distintos" (música pop, rock'n'roll) etc. pero trayendo las consecuencias que todos conocemos y que hasta la actualidad vivimos.

Actualmente no nos queda sino una ardua labor de revalorización del Medio. Estamos obligados a buscar nuevas formas de hablar y de hacer; formas que rompan las viejas formas (valga la redundancia) y estereotipos para volver a captar al público; un público aburrido del medio televisivo, y ansioso de sorpresas que pueda depararle el hacer girar el dial de la banda.

Sin embargo, dicha revalorización no se produce a impulsos de las vanguardias políticas e ideológicas. Sino, se puede -ya no digamos lograr, más bien acercarse al verdadero que-hacer radiofónico-, llegar a la confrontación sobre su utilización y volver a congregarse a los grandes públicos a su alrededor.

Por lo tanto, la Radio está esperando ser utilizada y explotada con los más de 10 géneros o formatos que la componen, para una digna labor en la formación del ser humano. Bertold Bretsch, menciona que la radio es un medio por excelencia, y un medio en donde más que normas o leyes que la rigen, interviene la libre creatividad de los productores radiales para el tratamiento de "X" tema. En la actualidad la radio carece de verdaderos hombres de oficio ( y no solo hablo del medio o radiodifusoras culturales, sino también del medio comercial completamente obsoleto y falto de creatividad, en donde la mentalidad de los que se dicen ser "profesionistas" sólo tienen el signo de pesos. Algo que no sean mensajes banales...ortodoxos...intrascendentes...que en su conjunto son mensajes basura) y su resultado está presente, en los oídos de todos. La radio contemporánea necesita de profesionistas involucrados de corazón para ayudar a salir del bache en que los llamados "profesionales" la han dejado caer, y lo que es peor aún, no les interesa sacarla ( ya que han encontrado la fórmula de hacer dinero) por el contrario obstaculizan a los jóvenes llenos de ideales y ganas (lo más importante) por realizar una digna labor en el medio radiofónico en beneficio de la humanidad, y específicamente de nuestro pueblo mexicano.

Bien, pero antes de terminar con esta parte de mi ponencia, quisiera dejar muy claro que nunca me ha sido fácil sujetarme a la metodología a seguir para mis escritos, sin embargo y debido a los objetivos esenciales de éste "Taller de Discusión...."

Trataré de hacer todo lo humanamente posible y cumplir con lo establecido. Sólo pretendo dar un panorama no tan general, más bien particular, sobre el único Sistema Radiofónico educativo de mi Estado y en el cual laboré por dos años 86-88, como Jefe del Departamento de Producción, obteniendo satisfacciones más negativas que positivas, pero ello se tratará más adelante. Esperando que se me disculpe mi falta de experiencia literaria y todo lo que ella pueda ocasionar en mi llegada al tema del Sistema Radio Gobierno del Estado de Nuevo León que actualmen



te cuenta con 8 Estaciones (próximamente 10) repartidas por varios Municipios del Estado, - insisto- trataré de no desviarme (algo que me cuesta mucho) de los puntos más importantes y trascendentes, y que - además considero que deben ser conocidos por mis compañeros Productores como una experiencia no única, pero sí inconcebible.

FATIMA FERNANDEZ CHRISTLIEB

Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Información por la Universidad Iberoamericana. (1968-1972)

Estudios de licenciatura y maestría en sociología en la Universidad Nacional Autónoma de México. (1971-1976)

Estudios de postgrado en Ciencia Política en la Universidad de Roma, Italia (1980-1982).

Profesora de tiempo completo en el Centro de Estudios de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México.

Coordinadora del Comité de Investigación en el Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación. (1986-1988)

Expresidenta de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.

Autora del libro Los medios de difusión masiva en México. Juan Pablos Editor. (Primera edición: 1982 Sexta edición 1987)

Coautora de los siguientes libros:

- México hoy (Siglo XXI Editores)
- México mañana (Editorial Océano)
- México ante la crisis. (Siglo XXI Editores).
- Televisa, el quinto poder (Editorial Claves Latinoamericanas)
- Comunicación y democracia en América Latina (Editorial DESCO).
- El reclamo democrático (Siglo XXI Editores-ILET).

Ha publicado artículos sobre comunicación en las revistas: NEXOS; Comunicación y Cultura; TELOS ; Comunidad Informática; Información Científica y Tecnológica, entre otras.

Teléfono: 595-86-14

Dirección: Apartado postal 70-480  
México 04510 D.F.

# "Lo nacional y lo regional en la radio mexicana"

F. Fernández C.

CAP. 1: EL CENTRALISMO MEXICANO: UNA CONSTANTE EN LA INDUSTRIA RADIOFONICA DESDE SUS INICIOS.

TESIS  
Maestría  
Jurisprudencia  
UNAM  
1989

## 1. Orígenes del centralismo en México.

- Nudocidades fundacionales o regiones claves de una nación.
- La corografía mexicana y su incidencia en el ejercicio centralizado del poder durante las distintas etapas de formación del Estado actual.

## 2. Génesis del centralismo en la industria radiofónica mexicana.

- El carácter central-federal del régimen de concesiones.
- Necesidad de unidad y dominio por parte de los gobiernos posrevolucionarios. Cárdenas y la obligatoriedad de agruparse en cámaras industriales. López Mateos y la ley federal centralista.
- ~~Regimen~~ E. Azcárraga y sus requerimientos de expansión y control. Períodos y tácticas.

## 3. La integración de las organizaciones radiofónicas regionales al centro.

- 1941: La coptación de los concesionarios organizados de provincia.<sup>primeros</sup>
- 1946: El Congreso de Radioemisoras de las Américas y el declive del centralismo en monopolio.
- 1949: Fundación del Consejo Nacional de la Cámara de la Industria de Radiodifusión o el ~~trixixixix~~ resultado de la presión de los emisores de provincia.

## 4. El centralismo radiofónico en la actualidad: una cuestión formal.

- Intervención del centro en coyunturas específicas: vencimiento de concesiones y campañas electorales.
- La entrada de nuevos capitales a la industria radiofónica y el surgimiento de nuevos centros regionales.

CAP.2: LA PRESENCIA Y LA PRESION DE LAS REGIONES, OTRA CONSTANTE EN LA HISTORIA DE LA RADIO MEXICANA.

1. La conceptualización de la región a partir de las disciplinas y de las necesidades de la administración pública.
  - los geógrafos
  - los historiadores
  - los sociólogos y politólogos.
  - los planificadores y desarrollistas.
  
2. Las acepciones del término región para el análisis de los emisores de mensajes radiofónicos.
  - La cohesión espacio-tiempo, principio de existencia de una región: Dumolard
  - La región como espacio dominado: Foucault
  - Las regiones como áreas-núcleo integrantes de una red y de una centralización: Raffestin.
  
3. Organizaciones radiofónicas regionales que surgen con la lógica de dominio del centro y/o en defensa de sus áreas de influencia.
  - Asociación de Estaciones Comerciales del Pacífico A.C.
  - Asociación de Radiodifusoras y Televisoras de Occidente A.C.
  - Radiodifusoras Veracruzanas A.C.
  - Comité Coordinador de Radiodifusoras de los Estados.
  
4. La nueva configuración de las organizaciones radiofónicas en los años ochenta.
  - La nueva regionalización de los grupos radiofónicos.
  - Los grupos de cobertura restringida: Promomedios, Estrellas de Oro, ARTSA.
  - Organizaciones radiofónicas surgidas a partir de la ~~xxx~~ instalación del Sistema de Satélites Morelos: el caso de RADIOSAT.
  - Cambios en la programación regional de las repetidoras a la difusión vía satélite pasando por el sistema de microondas.

*en la década de los cincuenta.*

CAP 3: NATURALEZA DE LA ARTICULACION NACION-REGION EN LA RADIO DE  
DIFERENTES ENTIDADES FEDERATIVAS.

1. La permanente dificultad para articular nación-región.

- La nación: algo construido recientemente.
- La región: algo existente desde siempre.
- El vínculo centro-entidades federativas: un asunto de cúpulas.
- La articulación nación-región: una cuestión de pertenencia natural.

2. Los radiodifusores de regiones con mayor autonomía y/o desarrollo  
y su relación con el centro.

- El caso sonoreense
- La radio en Yucatán.
- Los radiodifusores de ~~XXXXXX~~. Jalisco.

3. Los concesionarios de entidades federaivas pequeñas, poco desarrolla-  
das o de reciente formación y su relación con el centro.

- Campeche y su vínculo formal con la federación.
- Hidalgo y la ausencia de capital local en su industria radiofónica.
- Quintana Roo y la insólita predominancia de la radio estatal.

Lomas Verdes, Edo. de México, abril 7 de 1989.

Comité de Investigación (CONEICC)

Fuego N°1031

Jardines del Bosque

Guadalajara, Jal.

Por medio de la presente me permito solicitar a ustedes mi inscripción al TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO, mismo que se llevará a cabo los días 26, 27 y 28 de abril del presente año, en la ciudad de Chapala, Jalisco.

Actualmente estoy realizando una investigación sobre la radio permitida en el estado de Hidalgo, la cual tiene un avance del 75%. Además tengo la intención de presentar como proyecto para mi maestría en Enseñanza Superior el tema: La educación informal a través de la radio, para grupos chicanos. Por lo tanto estoy sumamente interesada en establecer contacto con investigadores o instituciones que manejen, sobre todo, el área de la radio en la frontera norte y específicamente con los grupos chicanos. Igualmente quisiera aprovechar la oportunidad para conocer los temas específicos que se están abordando por otros investigadores de este medio de comunicación, objeto del taller que ustedes organizan.

En caso de ser aceptada pueden confirmármelo a los teléfonos siguientes:

domicilio particular 572 - 0314

UAM- Azcapotzalco 382 - 5000 extensiones 202 ó 204

Les saluda muy atentamente,

  
Mtra. Ana María Peppino Barale

CURRICULUM VITAE

Nombre: ANA MARIA PEPPINO BARALE

Grados académicos: LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA INFORMACION  
MAESTRIA EN ENSEÑANZA SUPERIOR

Nacionalidad: Argentina

Documento migratorio: FM2 No. 185209 Calidad INMIGRADO

Lugar de nacimiento: Rufino, Prov. de Santa Fe, Argentina

Fecha de nacimiento: Junio 9 de 1940

Cédula del Registro Federal de Causantes: PEBA400609

Domicilio: Camino a Santa Cruz del Monte 5, Alteña I, Lomas  
Verdes, Estado de México, C.P. 53120

Teléfono: 572-0314

## 1. EXPERIENCIA ACADEMICA

### 1.1. Docencia

#### 1.1.1. Impartición de cursos

- **Colegio de Bachilleres, Plantel 5, Satélite:**

1973 a 1975 Maestra fundadora de la asignatura de **Taller de lectura y redacción.**

1974 a 1975 Maestra Horas Gabinete. Funciones: elaboración de exámenes departamentales, coordinación y preparación de material didáctico, fichas bibliográficas comentadas, etcétera.

- **Universidad Nacional Autónoma de México, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Departamento de Periodismo y Comunicación Colectiva:**

1971 a 1973 Profesora de Asignatura

1973 a 1976 Profesora Asociada "A", medio tiempo

Asignaturas impartidas:

**Agencias Informativas,  
Organización de Diarios y Revistas  
Oficina de prensa  
Redacción e investigación documental**

- **Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia:**

1982 Profesor Asignatura, un semestre, materia de **Comunicación.**

- **Universidad Nacional Autónoma de México, Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, Departamento de Educación y Comunicación:**

1975 a 1977 Maestra fundadora de la asignatura de **Redacción e investigación documental.**



1982 a la fecha, Profesora de Asignatura, impartir cursos de:

**Redacción e investigación documental (1985)**  
**Organización y funcionamiento de empresas de comunicación colectiva**  
**Introducción a las ciencias de la comunicación colectiva.**

- **Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Azcapotzalco.** Número de personal: 10817. **Plazas:**

1982 septiembre 20 a 1983 agosto 31, Profesora Asistente tiempo parcial.

1985 octubre 10. a 1986 septiembre 20, Asistente C medio tiempo.

1986 mayo 16 a 1986 julio 21, Asociado D, medio tiempo.

1986 octubre 7 a 1987 septiembre 21, Asociado D medio tiempo.

1986 noviembre 3 a 1987 agosto 31, Asociado C medio tiempo.

1987 septiembre 22 a 1988 mayo 5, Asociado D, medio tiempo.

1987 noviembre 1 a 1988 septiembre 14, Asociado C medio tiempo.

1988 junio 18 a 1988 septiembre 16, Asistente C medio tiempo.

#### **Cursos impartidos**

Trimestre	82	"O",	<u>Comunicación</u> , un grupo.
"	83	"I",	<u>Comunicación</u> , un grupo
"	83	"P",	Asesoría alumnos.
"	83	"O",	<u>Comunicación</u> , un grupo.
"	85	"O",	<u>Redacción e investigación documental I</u> , dos grupos.
"	86	"I",	<u>Redac. e inv. doc. II</u> , dos grupos.
"	86	"P",	<u>Redac. e inv. doc. I</u> , dos grupos.
"	86	"O",	<u>Redac. e inv. doc. I</u> , dos grupos.
"	87	"I",	<u>Redac. e inv. doc. II</u> , dos grupos.
"	87	"P",	<u>Redac. e inv. doc. II</u> , dos grupos
"	87	"O",	<u>Redac. e inv. doc. II</u> , un grupo.
"	88	"I",	<u>Redac. e inv. doc. I</u> , dos grupos.

### 1.1.2. Elaboración de programas

UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Departamento de Periodismo y Comunicación Colectiva:

1975 programa por objetivos de **Organización de Diarios y revistas**

1976 programa por objetivos de **Agencias informativas**

### 1.1.3. Preparación de material didáctico

UNAM, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, textos mimeografiados para uso de los alumnos del Departamento de Periodismo y Comunicación Colectiva:

- Organización de periódicos.
- La administración científica de las empresas
- Diseño de la organización administrativa y financiera de un diario
- Agencias informativas
- Diseño de la organización de una revista ilustrada
- Mecánica de la transmisión y recepción de noticias de una agencia informativa moderna

UAM-Azcapotzalco, texto mimeografiado para uso de los alumnos de Redacción e investigación documental II:

- Instructivo para la elaboración de trabajos escolares

### 1.1.4. Tesis

- Participación en exámenes profesionales:

Dictamen de tesis y sinodal en examen para optar al título de Técnica en Periodismo y Comunicación Colectiva, Universidad Femenina del Estado de México, de Pilar Iracheta y Patricia Carroll: "El periodismo en la educación infantil", agosto 16 de 1975.

Dictamen y sinodal en examen profesional para optar al título de Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, F.C.P. y Sociales, UNAM, de Ma. del Carmen Villana, "Como se cubre una fuente en el departamento de Prensa de la UNAM"; junio 3 de 1974.

Dictamen y sinodal en examen profesional, Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, ENEP-Acatlán UNAM, de Irma Aguilera Olea, "Programa de Relaciones Públicas para los trabajadores sindicalizados del Centro Administrativo de Petroleos Mexicanos"; junio 14 de 1984.

Dictamen y sinodal en examen profesional, Licenciado en Periodismo y Comunicación Colectiva, ENEP-Acatlán UNAM, de Ma. Eugenia Ibarguengoitia, "Técnica para la elaboración de una revista ilustrada"; mayo 30 de 1988.

### Otros

Participación en la Comisión Dictaminadora de la UAM, como Asesora para el concurso de oposición CO.X-011.86 Plaza de Profesor Asistente en el área de Comunicación UAM-X, julio 17 de 1986.

## **1.3. Preservación y difusión de la cultura**

### 1.3.1. Conferencias.

- "Sociología del anciano", Escuela de Enfermería del Hospital Español, mayo 25 de 1983.
- "Enseñanza programada", UAM-A, Humanidades, septiembre 22 de 1986.
- "Comunicación y poder", UAM-A, Humanidades, 28 de octubre de 1987.

### 1.3.6. Coordinación de coloquios académicos

- Ciclo de conferencias: "Cine y revolución", UAM-A, noviembre 27 al 2 de diciembre de 1987.
- Presentación de **El Tumulto, Historiador Popular**, en Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, mayo 26 de 1988.

### 1.3.7. Participación en comités editoriales

- Consejo de redacción del periódico mural **El Tumulto Historiador Popular**, publicado por el área de Historia del departamento de Humanidades de la UAM-A.

## 2. EXPERIENCIA PROFESIONAL

**Nueva Editorial Interamericana, S.A.**, cita en Cedros 512, México, D.F., cumpliendo las siguientes funciones:

-Coordinadora de Investigación Bibliográfica, junio de 1977 a febrero de 1978. El puesto consistía en:

- a) Elaboración de un paquete de questionarios para realizar una investigación de mercado acerca de necesidades bibliográficas (textos universitarios). Participación cincuenta por ciento en su elaboración\*(Vid anexo).
- b) Vigilar la correcta administración de los cuestionarios, llevada a cabo por un equipo de siete investigadores de campo.
- c) Supervisar la labor del cuestionamiento en cada uno de los centros de estudios superiores tomados como muestra.
- d) Preparar y redactar el informe con los resultados obtenidos respecto a las necesidades de textos los cuatro primeros semestres de las carreras de Administración, Contaduría, Economía, Ingeniería, Física, Matemática, Biología, Química, Psicología, Pedagogía y Comunicación.\*

- Editora de Ciencias Sociales y del Comportamiento, División Textos Generales, de febrero de 1978 a diciembre de 1979.

Las funciones como Editora están encaminadas a la publicación de los libros más adecuados para cubrir las materias básicas y específicas de las carreras asignadas, así como mantener actualizado el catálogo con nuevas ediciones y nuevos títulos. Para ello es necesario:

- a) Investigar las necesidades editoriales.
- b) Elaborar un Programa Editorial \*
- c) Obtener las opciones de publicación correspondiente.
- d) Seguimiento de manuscritos;
- e) Supervisar el control de opciones y contratos.
- f) Elaborar un informe mensual del Progreso Editorial \*.
- g) Evaluar, interna y externamente los proyectos editoriales (Project Proposal Form) \*.
- h) Proyectar las ventas del nuevo producto.

- i) Obtener el compromiso de ventas de las subsidiarias.
- j) Solicitar el costo de manufactura.
- k) Negociar las regalías.
- l) Recomendar el precio y elaborar el plan de mercado.
- ll) Preparar el proyecto para la aprobación departamental, para la Junta de Pre-Transferencia a Producción y para el Comité Ejecutivo Editorial (Project Proposal Form)\*.
- m) Seguir planes, costos y fechas relacionados con los libros aprobados.
- n) Aprobar las cubiertas.
- ó) Revisar el tiro y la fecha de publicación.
- o) Recomendar precio y actualizar el plan de mercadotecnia cuando la obra esté lista para enviarse a la imprenta.
- p) Coordinar el lanzamiento comercial del producto (Marketing Plan)\*.
- q) Coordinar el registro del producto.
- r) Elaborar el material de presentación de la nueva obra para la fuerza de ventas y promoción de NEISA y para todos los distribuidores\*.
- s) Elaborar la ficha correspondiente para el catálogo de publicaciones.
- t) Elaborar la guía curricular para la carrera respectiva.

-Editora de Enfermería y Odontología, División Ciencias de la Salud, de enero de 1980 a junio de 1981.

Las mismas actividades reseñadas en el punto anterior.

#### Convenciones

- 1978 agosto, presentación del nuevo producto de Holt, Reinhart and Winston (HRW), en la ciudad de Nueva York.
- 1979 agosto, presentación del nuevo producto de HRW en San Juan de Puerto Rico, PR.
- 1979 diciembre 13, 14 y 15, presentación editorial del nuevo producto de NEISA, en Cocoyoc, Morelos.
- 1980 abril 14, 15 y 16, Convención Anual de Ventas NEISA en Oaxtepec, Morelos.
- 1980 noviembre 13, 14 y 15 presentación editorial del nuevo producto de NEISA en Acapulco, Guerrero.
- 1981 abril 14, 15 y 16 Convención Anual de Ventas NEISA en Taxco, Guerrero.

Cursos de capacitación del personal

1980 mayo 7 a junio 6, "Capacitación para Editores".

1980 diciembre, "Programa NEISA de Desarrollo Gerencial: principios de administración y método para el desarrollo y solución de casos de negocio.

1981 mayo 11 al 15, "Seminario para mandos intermedios: interpretación de estados financieros".

Congreso

Asistencia al Congreso de Psicología y Psicoanálisis de la Universidad de Monterrey, Monterrey abril 5, 6 y 7 de 1979.

### 3. E S C O L A R I D A D

#### 3.2. Licenciatura

1964 a 1969 en Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, **Licenciatura en Ciencias de la Información**; tesis Or-  
ganización de periódicos; examen profesional 23 de enero de 1973; promedio general : 8.97.

#### 3.3 Cursos de actualización

- **Investigación por encuestas de los medios de Comunicación Colectiva**, en Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, del 3 al 28 de marzo de 1969.
- **Introducción a América Latina**, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, del 11 de agosto al 15 de septiembre de 1969.
- **Sistematización de la enseñanza**, en Comisión de Nuevos Métodos de Enseñanza, UNAM, del 11 de agosto al 5 de septiembre de 1972.
- **Curso introductorio de Didáctica General**, ofrecido por ANUIES, del 21 de noviembre al 10. de diciembre de 1973.
- **Sabatino de nociones de lingüística**, ofrecido por la Subsecretaría de Educación Media, Técnica y Superior de la Secretaría de Educación Pública, del 8 de febrero al 18 de mayo de 1974.
- **Didáctica General**, en el Centro de Didáctica de la UNAM del 25 de marzo al 5 de abril de 1974.
- **Gramática estructural del español**, en el Centro de Extensión Universitaria de la Universidad Ibero-Americana, del 15 al 19 de julio de 1974.
- **Elementos de lingüística**, en el Centro de Adiestramiento y Formación de Profesores del Colegio de Bachilleres, del 5 al 16 de agosto de 1974.

- Dinámica de grupos**, en el Centro de Didáctica de la UNAM del 15 de agosto al 28 del mismo mes de 1975.
- Didáctica General y Tecnología Educativa y Administración Institucional** en el Centro de Pedagogía de la Universidad del Valle de México. Plantel Lomas Verdes, julio de 1982.
- Paleografía del siglo XVI**, en UAM-A, Departamento de Humanidades, del 3 al 7 de marzo de 1986. Duración 12.30 hs. Nivel de **posgrado**.
- Antecedentes históricos del cine mexicano**, UAM-A, Departamento de Humanidades, del 12 al 16 de mayo de 1986. Duración de 12.30 horas. Nivel de **posgrado**.
- Cinco estrategias de aprendizaje aplicadas a la comprensión de lectura en español**, UAM-A, Humanidades, del 12 al 16 de enero de 1987. Duración de 12 horas.
- Análisis semiótico de textos**, UAM-A, Departamento de Humanidades, del 26 al 30 de enero de 1987. Nivel de **posgrado**.
- Prolegómenos a Michael Foucault**, UAM-A, Dpto. de Humanidades, 20-22, 24 de abril, 7 y 14 de mayo de 1987. Duración de 21 horas. Nivel **posgrado**.
- Seminario de comunicación social**, UAM-A, Departamento de Humanidades, 28 de mayo, 4, 11, 18 y 25 de junio de 1987. Duración de 10 horas.
- Introducción a la semiótica narrativa**, UAM-A, Humanidades 18, 20, 21, 25, 27 y 28 de enero de 1988. Duración: 21 horas. Nivel de **posgrado**.
- Computación: Word Star IV**, UAM-A del 13 al 22 de junio de 1988. Duración de 18 horas.

### 3.5. Maestría

1976 a 1978 en Facultad de Filosofía y Letras, UNAM; **Maestría en Enseñanza Superior**; constancia de cien por ciento de créditos cubiertos; promedio general: 9.00.

### 3.7. Otros estudios

#### Idiomas

- Posesión de **inglés**.
- Posesión de **italiano**.
- Traducción de **portugués**.



Nombre de la investigación:

LA RADIO PERMISIONADA EN EL ESTADO DE HIDALGO

Nombre de la investigadora:

MTRA. ANA MARIA PEPPINO BARALE

Institución

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, UNIDAD AZCAPOTZALCO  
DEPRATAMENTO DE HUMANIDADES, D.C.S.H.

Descripción

El universo que comprende la investigación está constituido por el Estado de Hidalgo, porque presenta la particularidad de un arrollador crecimiento de los espacios radiofónicos permitidos. A partir de 1984 se han puesto en funcionamiento seis radiodifusoras y en breve la séptima, todas ellas conforman el Sistema de Radio Estatal Hidalguense. Además el estado cuenta con las dos emisoras del Patronato Indígena del Valle del Mezquital y Huasteca Hidalguense: Radio Mezquital. Por lo tanto éste año la proporción de radios permitidas en relación con las comerciales será de nueve por seis comerciales. La proporción nacional, según el Directorio 88 de CIRT, corresponde a 841 emisoras AM y FM comerciales, por solamente 42 permitidas (gubernamentales y de instituciones educativas principalmente).

La primera etapa de esta investigación está por concluir, el resultado será un informe de la investigación de campo con la cual se ha pretendido dar "voz" a los hacedores de esta realidad radiofónica, nada espectacular, pero que calladamente cumplen un papel importante de comunicación para zonas hasta hace poco totalmente aisladas como por ejemplo Tlanchinol, Jacala y pronto en San Bartolo Tutotepec. Lo anterior se apoya en una investigación documental que pretende presentar un esbozo de quién es el emisor y cuál

el medio que lo rodea.

Nuestra pretensión es lograr a través de este informe dar a conocer a los propios hidalguenses un fenómeno comunicacional que les atañe directamente y en el cual deben participar para hacerlo suyo.

A los demás interesados, especialistas o no, presentarles una realidad que tal vez se repita en muchos otros estados y que es necesario incorporar en el proyecto de comunicación nacional.

Para mí en especial, ha sido la oportunidad de enfrentarme a la labor silenciosa de los que, sin recursos técnicos impresionantes, preparando gente de la misma población han sacado adelante un sistema radiofónico que pretende cubrir todo el estado de Hidalgo.

Quisieramos que la segunda etapa encuestara las diferentes regiones de influencia de la Radio Estatal Hidalguense con objeto de medir sus alcances reales; además recoger las proposiciones de la propia población en relación con los contenidos programáticos.

Nombre del proyecto de investigación

LA EDUCACION INFORMAL A TRAVES DE LA RADIO, PARA GRUPOS CHICANOS

Nombre de la investigadora:

MIRA. ANA MARIA PEPPINO BARALE

Institución

UNIVERSIDAD AUTONOMA METROPOLITANA, UNIDAD AZCAPOTZALCO  
DEPARTAMENTO DE HUMANIDADES, D.C.S.H.

Dado que esta investigación se presentará como tesis para la maestría en Enseñanza Superior y que también será registrada en el Area de Historia del Departamento de Humanidades de la UAM-A, los lineamientos del trabajo deben contemplar tanto el aspecto educativo como el histórico.

Por lo anterior proponemos a la radio como medio para transmitir conocimientos históricos sobre México a una población particular en el suroeste de los EEUU : los llamados grupos chicanos. Sin embargo no contemplamos una información unidireccional, sino que pretendemos lograr una línea de comunicación que retroalimente el conocimiento de unos sobre los otros. Es decir los programas radiofónicos no serán determinados apriori y desde nuestra Area de Historia en la UAM-A, sino que será alimentada por las necesidades exteriorizadas por los receptores. A la vez, éstos serán en su momento emisores de su problemática con lo cual se enriquecerán las relaciones comunicativas.

El Area de Historia cuente en estos momentos con una experiencia compartida con la Universidad Autónoma de Querétaro y con la Dirección de Radio Estatal del estado de Hidalgo, misma que consiste en la producción y transmisión de cápsulas informativas.

El próximo mes de mayo participaré en un taller sobre La problemática chicana, a realizarse en el Distrito Federal y donde po-

dré establecer contacto con un grupo interesado en este tipo de intercambios. De ahí que resulte para mí muy importante participar en este Taller para ampliar posibilidades de relaciones y apoyos.

Como se puede entender no se trata sólo de proponer sino de realizar programas radiofónicos apoyados por una investigación de campo sobre las condiciones y necesidades de la población a la cual se quiere llegar.

Este proyecto posteriormente puede ampliarse a los habitantes de las principales poblaciones cercanas a la frontera norte, de uno y otro lado. Para ello es indispensable compartir responsabilidades, información y recursos con otras instituciones especializadas en la problemática de la comunicación fronteriza.

Pretendemos aprovechar la radio como un verdadero medio de comunicación, es decir un intercambio de experiencias aunque éstas estén determinadas por condiciones distintas.

Nuestro interés fundamental está enfocado al uso del medio radiofónico y no tanto a las elucubraciones teóricas. Proponemos, entonces, una amplia investigación de campo que sirva de apoyo y sustento para determinar contenidos (en este caso históricos preferentemente) que respondan directamente a expectativas señaladas por los mismos receptores.

Ana María Peppino Barale

"Proyecto de enseñanza informal por radio para grupos chicanos"

UAM - Azcapotzalco

Héctor Gómez Vargas

"La radiodifusión en Leon, Gto."

ITESM - León

12:00 CONCLUSIONES

Chapala, Jal.



UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

## DIRECTORIO DE PARTICIPANTES EN EL TALLER DE DISCUSION Y ANALISIS DE LA RADIODIFUSION EN MEXICO.

- 1.- Francisco de Jesús Aceves González  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C. U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal.
- 2.- Ricardo Amann Escobar  
Av. Américas # 1485 Tel: 421903  
U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal
- 3.- Pablo Arredondo Ramírez  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C. U. de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal
- 4.- José Cisneros Espinosa  
Sta. Catarina Mártir, Cholula Pue.  
Tel: 470000 ext. 1224  
U. de la Américas- Puebla.
- 5.- Inés Cornejo Portugal  
Tabasco 165-202. Col. Roma Tel: 5146681  
Instituto Nacional Indigenista.  
México, D.F.
- 6.- Gerardo Cotera Correa  
Río de la Plata # 122 Tel: 582811  
U. Regiomontana  
Monterrey, N.L.
- 7.- Fátima Fernández Christlieb  
Apartado Postal 70-480  
México 04510. D.F.  
UNAM.
- 8.- Miguel García de Fernando  
Apartado Postal 482 UDLA-P, Cholula  
Tel: 470000 ext. 1224. C.P. 72820  
U. de las Américas Puebla.

- 9.- Jorge García Negrete  
Insurgentes Sur 1870 Tel: 5346060 ext. 211  
U. Intercontinental  
México, D.F.
- 10.- Héctor Gómez Vargas  
Valle de Oaxaca 204 Tel: 81250  
ITESM, León  
León, Gto.
- 11.- Adonay de J. Hernández Briceño  
Calle 31 "A" # 351 Col. López Mateos  
Tel: 277371  
Instituto de Ciencias Sociales de Mérida  
Mérida, Yucatán
- 12.- Ma. Elena Hernández Ramírez  
Vidrio # 2384 S.J. Tel: 302419  
C.E.I.C U de Guadalajara.  
Guadalajara, Jal.
- 13.- Teresa Xóchilt Herrera Calderón  
Mariano de J. Torres # 108-6 Camelinas  
Tel: 4-8057  
U. Michoacana de Sn. Nicolás de Hidalgo  
Morelia, Mich.
- 14.- Ma. Refugio Larios Rodríguez  
Homero # 301 Dto. 103 Tel: 25 50618  
U. Iberoamericana.  
México, D.F.
- 15.- Carlos Luna Cortés  
Francisco Frejes # 183 Tel: 168775  
ITESO-CONEICC  
Guadalajara, Jal.
- 16.- Carlos Navarrete Martínez  
Plan de Ayala # 18  
Comunicación Social, Gob. del Edo. de Veracruz  
Xalapa, Ver.
- 17.- Luis Núñez Gornés  
Bartolache # 1120 Tel: 5591603  
U. Iberoamericana  
México, D.F. 03100
- 18.- Ana María Peppino Barale  
San Pablo # 160 Tel: 382-5000 ext. 202,204  
UAM-Azcapotzalco  
México, D.F.
- 19.- Edgar Rogelio Ramírez  
Savotino # 513  
U. de Monterrey  
Monterrey, N.L.

- 20.- Cristina Romo Gíl  
Santa María # 3089 Tel: 154653  
ITESO-CONEICC  
Guadalajara, Jal.
- 21.- Hugo Sánchez Sánchez  
Av. Santana # 272 Col. Unidad  
Culhuacán Tel: 6561042  
U. Latinoamericana  
México, D.F.
- 22.-Juan Schuster Fonseca  
Libertad 3-2 Coatepec, Ver.  
Tel: 6 2616 C.P. 91500  
IIESCA. U. Veracruzana
- 23.- Arturo Valencia Ramos  
Blud. Agua Caliente y Privada Pinos  
Tel: 862009  
U. Iberoamericana Noroeste.  
Tijuana, B.C.
- 24.- Enrique Velasco Ugalde  
5a. Cerrada de Caliz # 7-A  
Col. El Reloj. 04640 Méx., D.F.  
Tel: 677 13 97  
UAM-Xochimilco.  
México, D.F.





UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA

# CENTRO DE ESTUDIOS DE LA INFORMACION Y LA COMUNICACION



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

Guadalajara, Jal., mayo 8 de 1989.

C. CRISTINA ROMO GIL.  
Santa María No. 3089  
C i u d a d.

Estimado Colega.:

Por este medio te haremos llegar, conforme a lo prometido lo siguiente:

- 1.- El directorio de los participantes al Taller de Discusión y Análisis de la Radiodifusión en México.
- 2.- La programación del desarrollo del evento.

Aprovecho la presente para recordarte el compromiso de enviar la versión definitiva de tu presentación, a más tardar, el 31 de mayo. De esta forma podríamos acelerar la elaboración de la memoria.

Asimismo quiero agradecer tu participación al Taller, y espero que sus resultados impacten positivamente tu trabajo.

Con evidente afecto.

LIC. FRANCISCO DE J. ACEVES GONZALEZ.