

4
2e1



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE
TABASCO Y EL USO REGIONAL DE LOS
MEDIOS ELECTRONICOS DE
COMUNICACION MASIVA**

TESIS PROFESIONAL

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION**

P R E S E N T A :

OSCAR CANTON ZETINA

1987



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO
Y EL USO REGIONAL DE LOS MEDIOS
ELECTRONICOS DE COMUNICACION MASIVA

	PÁGINA
PRESENTACION	4
INTRODUCCION	8
1. Usos y Efectos de los Medios Electrónicos en el Estado de Tabasco	26
1.1 Políticos	33
1.2 Publicitarios y Propagandísticos	46
1.3 Informativos	49
1.4 Recreativos	54
1.5 Educativos y Culturales	60
1.6 Otros	64
2. Inventario y Características de los Medios Elec- trónicos de Comunicación Masiva en la Entidad	73
2.1 Radio	75
2.2 Televisión	99
3. La Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco	109
3.1 Exposición de Motivos y Acuerdos para la Crea- ción de CORAT	112

3.2	ESTRUCTURA Y ORGANIZACIÓN DE CORAT	117
3.2.1	ASPECTOS ADMINISTRATIVOS	119
3.2.2	ASPECTOS TÉCNICOS,	121
3.2.3	INFORMACIÓN Y NOTICIAS	126
3.2.4	PRODUCCIÓN DE TELEVISIÓN	131
3.3	PROYECTO DE PROGRAMACIÓN Y PRODUCCIÓN, (1985)	140
3.4	EVALUACIÓN DE LAS TRASMISIONES DE CORAT	191
4.	INTERRELACIÓN DE CORAT CON EL SISTEMA REGIONAL Y NACIONAL DE MEDIOS ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN	212
4.1	ALCANCES	221
4.2	LIMITACIONES	237
	CONCLUSIONES,	259
	BIBLIOGRAFIA,	342
	APENDICES	345
	I. PRINCIPALES ASPECTOS SOCIOECONÓMICOS, POLÍTICOS Y CULTURALES DEL ESTADO DE TABASCO	I
	II. MAPA DE LOCALIZACIÓN DE LOS MEDIOS ELECTRÓNICOS LOCALES DE COMUNICACIÓN MASIVA	XXII
	III. ACUERDO QUE FACULTA LA CREACIÓN DE CORAT	XXIII
	IV. MAPAS CON LA COBERTURA DE CORAT EN LA ENTIDAD	XXXVII

	PÁGINA
V. REGLAMENTO INTERNO DE CORAT.	XXXVII
VI. MANUAL GENERAL DE ORGANIZACIÓN DE CORAT . . .	XCV
VII. CENSO RADIOFÓNICO Y TELEVISIVO DEL ESTADO. . .	CXXV
DE TABASCO	

P R E S E N T A C I O N

Este trabajo tiene como propósito fundamental -- dar a conocer a los especialistas y estudiosos de la comunicación masiva, y a los de materias afines, la importancia y trascendencia que tiene el organismo público descentralizado del Gobierno del Estado de Tabasco denominado Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco (CORAT).

La trascendencia puede encontrarse en el hecho -- de que CORAT, como un organismo regional, mediante las más avanzadas técnicas de difusión, trata de preservar la cultura, valores y forma de ser de los tabasqueños, pero no en -- demérito y en perjuicio de la unidad nacional, sino como recurso complementario y reforzador de la cultura mexicana.

Se consideró que así como la federación dispone -- de un sistema de medios de comunicación masiva para infor-- mar y preservar los intereses nacionales, también cada entidad federativa debe tener su propio sistema para los mismos fines, pero de acuerdo a los intereses regionales y la cul-

tura local, que lejos de ser excluyente de la nacional, se complementan de manera orgánica con ella.

En este sentido, el trabajo de tesis se centra en CORAT y en el uso que da el propio organismo a la radio y a la televisión para cubrir las finalidades informativas, educativas, políticas y culturales que le fueron asignadas socialmente a este organismo por medio del Gobierno del Estado de Tabasco, en este caso, representante de los intereses y aspiraciones del pueblo tabasqueño.

A fin de tener un elemento empírico para confrontar lo hecho por CORAT, se tomó en cuenta el uso dado en Tabasco a la radio y a la televisión en manos de los empresarios y utilizadas con fines de lucro.

Se omitió hacer la misma comparación con la prensa del referido Estado porque ésta es un medio no relacionado -por sus características técnicas- directamente con radio y televisión; además, tampoco se intentaba hacer un diagnóstico de los medios de comunicación masiva en la entidad tabasqueña, aunque se dispuso de un estudio superficial

que sirvió -en cierta forma- para tener una noción elemental de dichos medios; por la misma razón, el trabajo ignora lo relacionado con el cinematógrafo, pero sin olvidar que en Tabasco es un importante canal de difusión pública.

Como puede apreciarse en la extensión y asuntos abordados en la tesis, para la realización de la misma se necesitó y tuvo el apoyo de varias y diversas personas -- que auxiliaron en la recolección de información y sistematización de los datos, a lo largo de casi tres años, --- mientras estuve como funcionario del Gobierno del Estado de Tabasco y aún después de mi separación de ese cargo.

La interpretación de los datos y sentido general del trabajo me corresponde y proviene de que soy originario del estado de Tabasco, y espero que ello sirva -- para justificar la preocupación que siento por mantener - vivas las tradiciones y manera de ser de los tabasqueños, afectadas en varios casos por el acelerado desarrollo industrial de la región, la explotación del petróleo y por la nutrida migración proveniente de las demás entidades - federativas de México y aún de Centroamérica.

El esquema de la tesis, así como la guía para recabar la información, junto con los criterios y fundamentos teóricos implícitos y explícitos del trabajo, los hice de acuerdo a las observaciones, que, en distintos momentos y fases del trabajo, me señaló el asesor de la tesis, profesor Guillermo Tenorio Herrera.

De manera muy especial deseo expresar mi agradecimiento a Raciél García Arroyo y a Martha García de García, quienes me ayudaron a definir las técnicas de monitoreo y concentración de información, las que después fueron aplicadas por el personal especializado que intervino en un monitoreo general y simultáneo, requerido por el Gobierno del Estado, el cual se hizo en 1985 para todas las estaciones de radio y TV que operaban localmente en Tabasco.

Oscar Cantón Zetina

Villahermosa, Tabasco, Diciembre de 1986.

INTRODUCCION

Una preocupación mundial que alcanzó sus mayores niveles la década pasada, y que aún se hace manifiesta, es el por qué, para qué y por quién se utilizan los modernos y eficaces medios de comunicación --- masiva.

Se trata de un problema difícil de resolver. Su complejidad se debe a que no sólo están implicados los aspectos técnicos, sino también políticos, económicos, sociales, jurídicos, culturales e, incluso, morales.

Si los representantes de varias disciplinas, como sociólogos, antropólogos, filósofos, politólogos, lingüistas y hasta meros aficionados --por mencionar -- algunos--, no han disminuido su atención a la forma como son usados los medios de comunicación masiva, más - interesa este problema a los egresados de la especialidad de Ciencias de la Comunicación, en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.

Interesa porque su actividad profesional directa (periodistas, productores, directivos) o indirecta

ta (investigación, docencia, análisis) siempre tiene que ver con dichos medios. Estar al pendiente de lo que ocurre con ellos, o de los nuevos estudios que cada vez los explican mejor y les abren nuevas perspectivas es, pues, una obligación permanente de quienes han hecho de la comunicación su actividad profesional.

Es en estas circunstancias que pareció motivo de un estudio y, en lo posible, profundo, lo relacionado con la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT), organismo público descentralizado del gobierno de esa entidad, creado en 1983, que precisamente busca usar los -- medios de comunicación masiva -- en este caso radio y televisión-- para fines y servicios que trascienden lo conocido o practicado hasta la fecha (1985).

Quizá lo más interesante de CORAT sea que aprovecha la coyuntura que se da entre la soberanía federal y la autonomía de la entidad federal para que, sin contravenir o afectar al pacto federal, rescate, mantenga y refuerce la identidad y --

cultura regionales; fortalezca el sentido histórico de la entidad y contribuya a que ese sentido esté más sólidamente unido al devenir de la nación mexicana, ya - que Tabasco, en todos los órdenes (estratégicos, históricos y políticos y económicos) es seguramente uno de los principales apoyos con que cuenta la federación -- mexicana.

Se ha buscado que el estudio sirva como tesis profesional, a fin de que con ella obtuviera el título que la Universidad Nacional Autónoma de México otorga - a quienes cursaron la especialidad en comunicación en - su Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. Este trabajo se somete ahora a la consideración del H. Jurado - asignado de acuerdo a lo procedente en estos casos.

Enunciado y Justificación del Tema

Con el estudio denominado La Comisión de Radio y Televisión de Tabasco y el uso regional de los - medios electrónicos de comunicación masiva pretenden - lograrse, por lo menos, dos objetivos: Uno es resca--

tar la trascendencia que para Tabasco y el país tiene - la creación de CORAT, como un proyecto estatal de comunicación de servicio a la colectividad y, al mismo tiempo, la importancia que tiene para tipificar un uso racional y nacionalista de los medios electrónicos de comunicación masiva (radio y televisión) en el sureste de la República Mexicana, región que acusa una compleja dinámica de fenómenos económicos, políticos, sociales y culturales.

Otro objetivo es señalar nuevos ámbitos para el ejercicio profesional de la carrera, precisamente, - en proyectos regionales de comunicación masiva a cargo de los gobiernos de cada entidad federativa, proyectos con los cuales pueden resultar beneficiados importantes núcleos de la población mexicana.

Planteamiento del Problema Específico

El problema del cual se ocupa este trabajo - se halla vinculado a la Comisión de Radio y Televisión

de Tabasco y a su relación con los medios electrónicos de comunicación masiva que funcionan en el mismo ----- Estado.

Se contemplan tanto las causas y condiciones que dan origen a la referida CORAT, como su situación jurídico-política desde la perspectiva federación/entidad federativa, y las repercusiones políticas, sociales y culturales a que dan lugar su operación, según los objetivos que propiciaron su creación, de acuerdo al Plan Estatal de Gobierno del Estado de Tabasco.

Hipótesis de Trabajo

Así como la federación dispone de un sistema de medios de comunicación masiva para informar y preservar los intereses nacionales, también cada entidad federativa debe tener su propio sistema para los mismos fines, pero de acuerdo a los intereses regionales y la cultura local, que lejos de ser excluyente de la nacional, se complementan de manera orgánica con ella.

Marco Teórico

En este trabajo, el problema de la comunicación se maneja desde la perspectiva sociológica, la cual postula que la comunicación humana es una forma intencional más de interrelación social y, por ello, es parte de las estructuras sociales que conforman un orden social. De esta manera, hay comunicación humana porque existe la sociedad que la posibilita y media; y la sociedad es posible en tanto que todo el tejido de interrelaciones humanas, además de ser socioculturales, socioeconómicas y sociopolíticas, al mismo tiempo son relaciones comunicativas.

Para explicar a CORAT como objeto de estudio se acudió tanto a las principales teorías de la comunicación humana y teorías de los medios de comunicación masiva, como las manejadas en los cursos respectivos de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. 1/

1/ Véase a Alejandro Gallardo: Propuesta de Contenido para la Materia Teorías de la Comunicación y la Información; passim.

A fin de validar la hipótesis de trabajo y argumentar la trascendencia que tiene CORAT como una opción para darle un uso más racional a los medios electrónicos de comunicación masiva, se hizo necesario entender a este organismo desde la perspectiva ju rídico-político que implica la dualidad federación/en tidad federativa, sobre cuyas bases se erige México - como república federal.

Dadas estas condiciones, la República Mexicana constituye una entidad de derecho político, que une a varios Estados, pero no con carácter interna--- cional, sino nacional, es decir en lo interno, pues - cada parte de la federación carece de facultades para establecer las relaciones reguladas por el derecho in ternacional, como son pactos, alianzas, convenios mer cantiles y otros. Esto sólo puede hacerlo el órgano que aglutina a todas las entidades, es decir, la fe-- deración o estado federal.

Dicho de otra manera, y es precisamente lo que interesa destacar, la federación es un conjunto -

de unidades territoriales llamadas entidades federati--
vas (provincias) que gozan de cierta autonomía, pero no
de soberanía, pues ésta la ejerce un organismo superior
llamado poder federal que fundamenta su existencia por
medio de una constitución política. La primera federa--
ción que existió en el mundo con esta característica --
fue la de Estados Unidos.

La cierta autonomía y no autonomía plena ---
obedece a que cada componente de la federación está su
bordinado -de manera irreversible- al poder federal.
Pero dentro de sus límites, cada una de dichas entida--
des, por lo menos en el caso de México, goza de auto--
nomía y está en libertad de proteger su identidad re--
gional, etnias, sentido histórico y expresiones - - -
culturales.

Esta libertad de ninguna manera va en contra
del federalismo. Todo lo contrario. En la misma pro--
porción en que se fortalezca la cultura y la identidad
regional, por citar algunos elementos involucrados, en
esa misma proporción se fortalece la federación y la -
nación misma.

Metodología del Trabajo

Para desarrollar el presente estudio se siguieron los criterios que a continuación se detallan, en cada uno de los apartados que integran al texto.

Introducción

En la introducción se precisa el objetivo de la investigación y se delimita el problema. Se dice cómo está relacionado con la especialidad y cuáles son sus aportaciones a la misma.

También se formula la hipótesis de trabajo, la cual está relacionada con el objeto de la investigación y el problema de estudio.

Igualmente, se indica qué recursos metodológicos y teóricos se utilizaron para visualizar y explicar el problema, las técnicas de investigación, las partes en que se dividió el estudio y la presentación, los contenidos y características de los apéndices.

Además se hace una argumentación jurídico-política acerca de la dualidad federación/entidad federativa y la razón por la cual México se constituye en federación o pacto federal, pero sin hacer nugatorio los derechos de cada entidad federativa a existir y ejercer autonomía.

Capítulo I. Usos y Efectos de los Medios Electrónicos de Comunicación Masiva en el Estado de -- Tabasco

En este apartado se especifica para qué y cómo se usan los medios de comunicación masiva, tanto por los propietarios como por los integrantes del público.

Queda sobreentendido que en la mayoría de los usos está implícita la finalidad mercantil, es decir, como un medio para lucrar. No necesariamente será ese el único objetivo -ni siquiera secundario- de los medios de comunicación masiva. Pueden ser expresamente políticos o educativos, por ejemplo.

Debido a ello, se desarrollan los subapartados correspondientes a los usos políticos, publicitarios, propagandísticos, informativos, entretenimientos, educativos y culturales, por citar algunos.

Los conceptos de usos políticos, publicitarios, propagandísticos, etcétera, se entienden de la siguiente manera:

1. Políticos. Se refiere al uso del medio para defender o atacar intereses, posiciones, puntos de vista ideológicos, -- por parte de grupos, partidos políticos, sindicatos, asociaciones, que de manera abierta se enfrenten entre sí.
2. Publicitarios y propagandísticos. Se refiere a la forma como el medio lucra con los servicios publicitarios o de --- propaganda, y cómo también la propaganda y publicidad son aceptadas por los receptores.

3. Informativos. Está relacionado con el -- trabajo periodístico, o sea la reseña y - análisis del acontecer público y de interés general.
4. Entretenimientos. Son los contenidos y - usos destinados a llenar el ocio del pú-- blico.
5. Educativos y culturales. Educativos son los mensajes que buscan enseñar sistematizada y formalmente al público; culturales son aquellos que no se hallan sistematizados, pero que pretenden dejar un saber.
6. Otros. Aquí entran usos no considerados en los puntos anteriores, pero que exis-- ten, como el uso social, es decir, como - recurso aglutinador y cohesionador de la población mexicana.

Capítulo 2. Inventario y Características de los Medios Electrónicos de Comunicación Masiva en la Entidad.

Aquí se presenta una especie de censo de los medios electrónicos de comunicación, tanto aquellos que cubren todo el estado, como aquellos que llegan sólo a uno o dos municipios.

Radio

1. Nombre de la emisora y siglas
2. Frecuencia y potencia
3. Concesionario
(en caso de sociedad anónima, de ser posible, se indican los principales accionistas)
4. Fecha de establecimiento
5. Domicilio
6. Agrupación a la que pertenece
7. Cobertura
 - 7.1 Municipal
 - 7.2 Estatal
 - 7.3 Número de radiohogares alcanzados

8. Horas de Trasmisión
9. Características
 - nacional
 - 9.1 Musical internacional mixto
 - 9.2 Dramático
 - 9.3 Noticioso
 - 9.4 Educativo o cultural
 - 9.5 Otros (publicidad, propaganda)
10. Clase de equipo
11. Personal
12. Sindicato
13. Tarifas

Televisión

1. Nombre de la Emisora y Siglas
2. Frecuencia y Potencia
3. Concesionario
(en caso de sociedad anónima, de ser posible, se indican a los principales accionistas)
4. Fecha de establecimiento
5. Domicilio
6. Agrupación a la que pertenece

7. Cobertura**7.1 Municipal****7.2 Estatal****7.3 Número de hogares alcanzados****8. Horas de Trasmisión****9. Características****9.1 Musical** **Nacional
Internacional
Mixto****9.2 Dramático****9.3 Noticioso****9.4 Educativo o cultural****9.5 Otros (publicidad, propaganda)****10. Clase de Equipo****11. Personal****12. Sindicato****13. Tarifas**

Capítulo 3. La Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco

A partir de los resultados de la geografía-radiografía de los medios electrónicos de comunicación masiva en la entidad, presentados en el capítulo II, se destaca la necesidad de otro tipo de usos de los medios referidos y cómo el gobierno del Estado ha buscado esos usos mediante la creación de un organismo especializado.

Asimismo, se hace una glosa y análisis de los principales documentos que se tienen de CORAT, además de mencionar cuáles son sus recursos y el número de habitantes beneficiados en lo cualitativo (calidad de los mensajes difundidos por CORAT).

Capítulo 4. Interrelación de CORAT con el Sistema Regional y Nacional de Medios Electrónicos de Comunicación Masiva.

Interesa aquí mostrar la forma en que CORAT sirve como recurso comunicativo que cubre las necesidades tanto de la federación como de la cultura y los intereses regionales.

Conclusiones

Además de hacer la síntesis del trabajo y de los resultados hallados en la investigación, se elabora un comentario acerca de la importancia de CORAT y de su viabilidad, incluso para otras entidades de la República Mexicana.

Técnicas de Investigación

Para recabar la información sobre el problema estudiado, se recurrió a la investigación de campo y documental. Igualmente se hicieron entrevistas e indagaciones con quienes guardaban relaciones significativas con los medios electrónicos de comunicación masiva, tanto en los explotados comercialmente, como los utilizados con fines educativos y culturales.

En la medida de lo posible, se solicitó información con los principales funcionarios gubernamentales, especialmente, de aquellos que estaban relacionados con CORAT.

La información obtenida se prefirió presentarla a manera de ensayo. Siempre que fue posible se eliminaron las citas que no fueran estrictamente necesarias, así como datos numéricos y cuadros estadísticos. Todo ello, para lograr un texto ágil y dinámico.

Universo de Estudio

El Universo de estudio se limita a CORAT y a su espacio, que se reduce al Estado de Tabasco en una doble dimensión, el ámbito municipal y estatal.

Por lo que toca al aspecto temporal, este -- trabajo se desarrolla en el transcurso de 1985. Se -- analiza y evalúa aquello que sucedió con CORAT y sus -- emisiones radiofónicas y televisivas sólo en 1985, sin perder de vista los antecedentes y perspectivas de este organismo.

1. USOS DE LOS MEDIOS ELECTRONICOS DE
COMUNICACION MASIVA EN EL
ESTADO DE TABASCO

Paradójicamente, en los momentos cuando - más se ha dicho acerca de los medios de comunica--- ción masiva, cine, prensa, radio y televisión, es - cuando menos, desde la perspectiva teórica, ha podi--- do entenderse lo que en realidad sucede con ellos; sin embargo, en los casos prácticos sucede lo con--- trario, pues en ocasiones se sabe cómo usar los me--- dios con eficacia: La Telesecundaria, por ejem--- plo. 1/

Dicho de otra manera, la explicación cien--- tífica de los medios de comunicación masiva se ha - convertido (en el mejor de los casos) en una refle--- xión filosófica, que deriva en un manojo de juicios valorativos que satanizan a los referidos medios de comunicación, a los cuales se les imputa todo lo ne--- gativo que puede ocurrir en la sociedad capitalista moderna.

1/ Por medio de Comunicación Masiva (pública o co--- lectiva), e incluso, medio de difusión o de in--- formación, se entiende al conjunto de recursos tecnológicos, con el cual pueden producirse in--- dustrialmente mensajes para hacerse llegar a - grandes núcleos de población que, a su vez, --- constituyen un público.

Por otro lado, los mismos medios son utilizados eficientemente con diversas intencionalidades -que en ocasiones llegan a corresponderse- por parte de emisores y -receptores.

Desde esta perspectiva, se considera que los citados medios de comunicación se han articulado al sistema social de medios de comunicación, en donde se engranan e interactúan con la escritura, lenguajes, aparatos electrónicos, expresiones artísticas, escritura, cadenas humanas y estructuras sociales, entre otros, para formar una totalidad disponible para los flujos informativos (mensajes y respuestas) que son requeridos socialmente, o sea, más -- que operar solos, los medios de comunicación masiva se -- articulan a la dinámica de interacciones que configuran - un orden social y cultural dado.

Por lo mismo, los medios de comunicación masiva se complementan con todos los medios de comunicación disponibles en un contexto social. Ni son los mejores - ni tampoco los únicos. Son tan sólo un recurso comunicativo más, tanto en la sociedad capitalista como en la que podría denominarse socialista.

De acuerdo a ello, los medios de difusión masiva no pueden explicarse en sí mismos, ni constituyen una finalidad. Son precisamente medios para propósitos específicos, los cuales llevan aparejados la comunicación. Si el representante de un partido político, por ejemplo, pretende convencer a un auditorio de que apoye a su partido, puede valerse del periódico o la radio; entonces habrá comunicación, sólo que entendida como una intención de transmitir una finalidad política, pero no como el afán de comunicar por comunicar.

Consecuentemente, se entendería mejor qué -- ocurre con los medios de comunicación masiva desde la óptica sociológica, si se determina qué usos les dan -- emisores y receptores, cómo y en qué circunstancias los utilizan y para qué acuden a ellos. Sin partir de prejuicios tales como que cualquier uso dado a dichos medios siempre será cuestionable, negativo y hasta nocivo para el público que supuestamente termina en calidad de víctima manipulada o enajenada.

En este trabajo interesa muy especialmente saber cuáles son los usos de los medios de comunicación masiva que prevalecen en Tabasco. A partir de que esto se logre pueden plantearse o redefinirse -- los usos encaminados a lograr un efectivo servicio a la colectividad, pues entonces sí se sabrá qué se -- quiere y puede hacerse con los referidos medios.

Sin embargo, esta es una empresa sumamente difícil y complicada, que rebasa los límites y posibilidades de un trabajo como el presente. De cualquier forma, es una referencia objetiva y se aspira llegar - a ella.

Para el efecto, se consideró que siempre -- hay la intención consciente de utilizar los medios de comunicación masiva con propósitos bien definidos. A ello se le denomina uso, el cual involucra tanto a los propietarios, personal especializado y compradores de servicios, como a los integrantes del público o receptores.

Por lo que toca a los medios de comunicación masiva, en el caso de México y particularmente en el de Tabasco, en buena parte de los usos está implícita la finalidad mercantil. Es decir, el empleo del medio como instrumento para lucrar. Pero no necesariamente es la utilización principal, ni siquiera secundaria. Puede ser política o educativa, por encima de cualquier otra.

Con relación a estos usos, es posible mencionar los políticos, publicitarios, propagandísticos, informativos, recreativos, educativos y culturales, por citar los más importantes previstos en la presente investigación.

Se tiene un uso político cuando los medios de comunicación masiva son utilizados con el propósito de defender o atacar intereses, posiciones, puntos de vista ideológicos y otros, por parte de grupos, partidos políticos, sindicatos, asociaciones y demás, que de manera abierta se enfrentan entre sí.

Publicitarios o propagandísticos se refieren a la forma como los medios de comunicación lucran con la venta de servicios publicitarios o propagandísticos.

Los usos informativos se vinculan con el trabajo periodístico, o sea la reseña y análisis del acontecer público y de interés general para toda una colectividad.

Los usos destinados a llenar el ocio del público son los que están relacionados con los entretenimientos.

Educativos son los mensajes difundidos por -- los medios con el propósito de enseñar sistematizada y formalmente al público (de aquí que se tenga el uso educativo o cultural); los culturales vendrían a ser iguales a los educativos, sólo que no están sistematizados ni formalizados. En un caso, por ejemplo, se tendría el bachillerato por televisión, y en otro biografías de personajes ilustres en formato de radionovelas.

Hay usos que por abreviar se clasifican en -
otros, como el social, o sea cuando los medios son uti-
lizados -acción que de todos modos va implícita en ----
cualquier otra- para relacionar dinámicas sociales, como
la de productores y vendedores con los consumidores; o
la de seguidores o militantes de alguna creencia o idea
política con aquellos a quienes se aspira reclutar o --
combatir. Por eso se dice que -en determinados casos-
los medios de comunicación masiva son aglutinadores y -
cohesionadores de la población de una entidad y hasta --
de un país.

1.1 Políticos

En Tabasco, los medios electrónicos de comuni-
cación masiva simultáneamente son usados de muchos mo---
dos, tanto por parte de quienes los controlan, como par-
te de quienes forman parte del público o auditorio.

Por ello puede afirmarse que no existe un sólo
uso o usos aislados de los referidos medios, los cuales
forman parte de muchas dinámicas y fines sociales.

De estos usos destacan, por estar bien definidos y reconocidos, los usos políticos de los medios electrónicos de comunicación masiva, que se refieren a los casos en que partidos políticos, asociaciones y agrupaciones igualmente políticas, sindicatos, centrales e, incluso, grupos que en forma espontánea o intermitente, como un núcleo de vecinos o asociación de padres de familia, acuden expresamente a los medios citados para luchar por el poder o sus intereses; o para defender y mantener el poder; o bien para influir en los centros de poder.

De otra manera, se considera que hay un uso político de los medios electrónicos de comunicación masiva, cuando quienes aparecen como emisores manifiestos u ocultos, atacan, justifican o difunden posiciones e intereses y, así, participan en la lucha y dinámica correspondiente a todo sistema político.

Este uso político en Tabasco puede considerarse en dos niveles. Uno es el formal y se halla regulado por los artículos Sexto y Séptimo de la Constitución Fe-

deral, por la Ley Federal de Radio y Televisión, la -- Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales de la Federación, la Constitución Política del Estado de Tabasco y la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Tabasco (1979). 1/

El uso político es informal en tanto que es cambiante en sus expresiones y se extiende a las distintas capas sociales, aunque siempre tiendan a resultar beneficiados con ese uso los grupos minoritarios - de carácter empresarial y organismos políticos afines.

Por lo que toca al uso político formalizado, y según lo previsto en los artículos Sexto y Séptimo - de la Constitución Política de la Federación, pueden - expresarse opiniones políticas, incluso adversas al go bierno, por los medios electrónicos de comunicación ma siva, siempre en apego a derecho.

Asimismo, la libertad de imprenta se hace - extensiva a los medios electrónicos. Ello equivale a

1/ La LOPPE fue abrogada el 13 de febrero de 1987; en su lugar entró en vigor el Código Federal Electoral.

que, como sucede con los periódicos y publicaciones de los partidos y organismos políticos, con estos medios se participe en la lucha política, contra enemigos bien identificados; se combatan ideas, programas y acciones; o, también, se apoyen, defiendan y difundan con miras al proselitismo.

Respecto a los partidos políticos, la Constitución Política local prevé, Artículo 13, su existencia, de acuerdo a lo señalado en la Constitución Federal, --- artículo 41, en la cual se establece que son entidades - de interés público.

Sobre estas bases, los partidos políticos tienen como finalidad promover la participación popular en la vida democrática del país, contribuir a la integra--ción de la representación nacional y, en su calidad de organizaciones de ciudadanos, hacer posible el acceso - al ejercicio del poder público, según los programas, -- principios e ideas que postulan los mismos partidos po--líticos y mediante el voto libre, directo y secreto.

En este mismo Artículo 41 Constitucional se establece que los partidos tienen derecho al uso en forma permanente 1/ de los medios de comunicación social (debería decir masiva), según la legislación que rige a la materia.

En cuanto a la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Tabasco, en el ---- Artículo 51 se establecen las condiciones a que debe --- ajustarse la propaganda de los partidos políticos.

Y en el Artículo 54 se definen las prerrogativas de los mismos partidos. La marcada con la fracción III indica que los partidos políticos tendrán acceso a los medios de comunicación masiva durante los periodos de campaña electoral, de acuerdo a lo siguiente:

- a) Aquellos que hubieran registrado candidatos ante los organismos electorales, a partir de la fecha del cierre del propio registro y hasta 3 días antes de la fecha de la elección, podrán utilizar -

1/ Este uso en forma permanente es el uso político formal de los medios electrónicos de comunicación masiva.

los medios de comunicación para dar a conocer al electorado, sus tesis ideológicas y sus programas de acción;

b) Las transmisiones de los Partidos Políticos se sujetarán a las prevenciones que sobre propaganda establece esta Ley, a las correspondientes de la Ley de la materia, y versarán en torno a la tesis ideológica y programas de acción que sostengan frente a los problemas, no pudiendo constituirse en ningún caso en plataformas para dirimir cuestiones personales;

c) La Comisión Estatal Electoral, a petición de los Partidos Políticos solicitará de la Comisión Federal Electoral el acuerdo necesario en Comisión de Radiodifusión para que los Partidos Políticos Estatales puedan gozar de las prerrogativas señaladas al respecto para los Partidos Políticos Nacionales por la Ley relativa.

Si los partidos Políticos así lo acuerdan podrán solicitar a la Comisión Estatal Electoral que los medios de comunicación se utilicen para la exposición conjunta de sus tesis ideológicas en torno a los temas específicos bajo la dirección de un conductor de programas designado por los Partidos de común acuerdo, o en su defecto por la propia Comisión Estatal Electoral.

Corresponderá a la Comisión Estatal Electoral vigilar que las transmisiones de los Partidos se mantengan dentro de lo dispuesto por esta Ley y demás ordenamientos legales, así como imponer las sanciones procedentes por las infracciones que al respecto se cometieren.

Finalmente, de 1979 cuando se promulgó la referida Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Tabasco, a 1985, han tenido participación en la radio y televisión local los partidos políticos: Partido Revolucionario Institucional, Partido Acción Nacional, Partido Popular Socialista y Partido Socialista de los Trabajadores, durante los procesos electorales correspondientes a 1982 y 1985.

Por lo que toca al gobierno del Estado, también usa los medios electrónicos con propósitos políticos y para legitimarse.

En un caso, el gobierno informa para justificarse como administrador de los bienes y recursos del pueblo tabasqueño. En el otro, la legitimación se hace para mantener la aceptación de la base ciudadana y demostrar con acciones vistas y verificables por todos que el gobierno hace aquello que los ciudadanos esperan del mismo y está en concordancia con la idea que del gobierno tradicionalmente se tiene y admite como la correcta.

Precisamente, en este caso, el gobierno informa para cumplir con el mandato constitucional prescrito en el Artículo Sexto de la Constitución Política de la Federación, en el sentido de que el derecho a la información será garantizado por el Estado.

Sin embargo, el acceso a los medios electrónicos para el gobierno del Estado no es tan fácil o simple

como pudiera esperarse. Sobre todo, en los medios que se hallan en poder de los empresarios, de los cuales - sus intereses no siempre coinciden con los intereses - nacionales, democráticos y populares.

Las restricciones que los medios empresaria-- les presentan a la comunicación del gobierno estatal -- dieron lugar a que se buscaran salidas para garantizar el uso de los modernos medios de comunicación masiva al Gobierno del Estado, ya que los concesionarios privados no tratan formalmente con los gobiernos de las entida-- des federativas, pues radio y televisión son competen-- cia de las autoridades federales.

Como una de las posibles soluciones, el go-- bierno del Estado de Tabasco decidió solicitar de la - Federación que le autorizaran frecuencias para operar estaciones de radio en AM, FM y televisión. La autori-- zación se obtuvo en 1983 y para hacerse cargo de di--- chas emisoras se creó el organismo estatal denominado Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco (CORAT).

De esta manera, el gobierno de Tabasco dispuso de estaciones de radio y televisión para manejarlas de acuerdo al uso político comentado aquí en este punto y con los propósitos reseñados en el punto 3.

Más complejo que el uso político formal de radio y televisión es el informal. En Tabasco, este uso requiere un estudio detenido y centrado en este fenómeno del cual se muestran algunos aspectos al hablar de la programación en el punto 2.

Precisamente, llaman la atención las formas como se disfraza el uso político de la radio y televisión por parte de los concesionarios, para -en muchas circunstancias- canalizar así el malestar de las contradicciones sociales, no en contra de la minoría económicamente poderosa, sino del gobierno estatal y de manera notable para reprobador todas aquellas acciones que buscan para los mexicanos mejores condiciones de vida, en los órdenes social, político, económico y cultural.

En otros casos, ni siquiera se vislumbra una responsabilidad en el manejo de las emisoras. Sólo se pretenden desencadenar reacciones viscerales en el público a costa de decir y repetir que todo en el gobierno es corrupción y los gobernantes son corruptos.

Por eso, los medios electrónicos de comunicación en manos de empresarios, radio y televisión se han convertido en un serio problema en México, tanto en el ámbito federal como en el Estatal.

Respecto al federal, baste decir que de manera permanente tienden a violar la legislación que rige la materia y aprovechan las lagunas jurídicas para hacer y deshacer.

Por la magnitud de su fuerza económica y su penetración social, se infiere que el gobierno federal ha evitado fricciones con los propietarios de dichos medios, para no incurrir en la situación que vivió el Presidente Luis Echeverría durante su mandato, cuando quiso someterlos al pleno control estatal.

Y es que, al contrario de lo sucedido con la prensa que requiere del subsidio publicitario del Estado, se considera que la radio y la televisión son autosuficientes pues viven del anunciante privado.

Esto no es del todo cierto, pues también la radio y TV han captado sus principales ingresos de la publicidad oficial y paraoficial. Por ejemplo, se sabe que el principal anunciante de la TV empresarial, en 1984, no fueron los fabricantes de bebidas alcohólicas como se creía, sino los distintos bancos ya nacionalizados, que innecesariamente se anuncian a la usanza de cuando estaban concesionados a particulares^{1/}.

Sin embargo, se le teme a la televisión empresarial y otro tanto ocurre con la radio empresarial. Los propietarios de uno y otro medio gozan de una situación de excepción y se amparan, para lo que les conviene, en la Federación.

1/ Véase Informe de Bancomer (1985). El gasto de publicidad de este banco fue de 1133 millones de pesos (94.4 millones mensuales); en otras promociones fue de 566.6 millones. También véase Informe del Director de Serfín, SNC (1985). El gasto por publicidad de este banco fue de 1.4 al millar con relación al monto total captado de los ahorradores.

En las entidades federativas este problema se complica, pues casi nada puede hacerse ante la radio y TV empresariales, más que sufrir sus presiones y "cuestionamientos" al ejercicio de gobierno, así como la desnacionalización y desculturación, en tanto que operan - con un mismo modelo de comunicación mercantilizada para todo el país 1/, sin tomar en cuenta las peculiaridades socioculturales de cada región o Estado.

En el caso de Tabasco esto se repite. En la radio empresarial sobre todo, el gobierno es tratado -- despectivamente, lo consideran el único foco de corrupción e irresponsabilidad. Por lo mismo, de acuerdo a - la lógica de las radiodifusoras, al poder público debe denunciársele y atacársele, especialmente al gobierno - local.

Con esto logran un doble efecto, la atención del público en forma rápida y barata, y al mismo tiempo reúnen un mercado potencial que venden a los anun-- ciantes.

1/ A este modelo se le llama Puerto Rico, porque se - aplica en dicho "país", precisamente para que pierda su identidad nacional, lengua y sentido de la - autonomía e independencia.

El gobierno del Estado poco puede hacer contra esto por la vía del enfrentamiento, pues se corre el --- riesgo de tener fricciones con la Federación que, en este caso, actúa como manto protector de las agrupaciones radiofónicas.

Lo mejor es que cada entidad tenga su propio - sistema de medios de comunicación electrónica, no para - desplazar o competir con los empresariales, sino para ha - cer exactamente aquello que los empresarios no hacen (y que es necesario) y definitivamente no les interesa rea - lizar porque, aseguran, esa es una tarea gubernamental.

1.2 Publicitarios y propagandísticos

De los usos dados a los medios electrónicos, - el más difundido es el que comúnmente se llama mercantil o lucrativo porque está referido a la venta de servicios que estos medios hacen a los anunciantes, publicistas y propagandistas.

Se ha preferido llamársele a estos usos publicitarios y propagandísticos porque son términos comunicativos y tanto la publicidad como la propaganda son contenidos de la comunicación masiva.

La publicidad y la propaganda son mensajes persuasivos. La primera está encaminada al consumo de bienes y servicios; la segunda, a fortalecer, refutar o proclamar ideas políticas o religiosas; filosofías, doctrinas o meras concepciones del universo.

Tanto la radio como la televisión comercial -- venden sus servicios a quien quiera y pueda pagarlos. -- Aunque en la práctica se establecen preferencias y prácticas monopólicas, un anunciante puede acaparar los mejores tiempos de un medio; o los propietarios de los medios obligan a los anunciantes a comprar paquetes para lograr espacios publicitarios, en la TV, por ejemplo, de tal suerte que al pequeño anunciante o usuario esporádico se le dificulta el acceso al medio.

Al igual que en la República, casi todas las emisoras radiofónicas y televisivas que operan localmente en el Estado de Tabasco están orientadas a usos publicitarios y propagandísticos.

En principio esto no sería problema si, por lo menos, efectivamente los concesionarios se apegaran a lo que contempla la Ley Federal de Radio y Televisión, en el sentido que ambos medios sirvan a la colectividad. Sin embargo, como se verá en el siguiente capítulo, los tele y radiodifusores no sienten un compromiso pleno -- con la entidad y, por otro lado, se organizan en grupos comerciales que venden sus servicios en paquete casi -- siempre desde la capital del país, de acuerdo a las estrategias de la mercadotecnia de los grandes anunciantes y productores (bebidas embriagantes, por ejemplo), -- pero sin considerar las peculiaridades culturales, étnicas, políticas, históricas y sociales de cada región o zona, lo único que contemplan es la densidad de población y su poder adquisitivo. Dicho de otro modo, el público no es entendido como un núcleo sociocultural -- con derecho a la cultura, información y entretenimiento, sino como un mercado cautivo.

Dadas estas circunstancias, puede saberse por qué de las 17 estaciones de radio (13 AM y 4 FM), sólo tres, apenas el 17.5 por ciento, sean culturales y de servicio a la colectividad, así como uno solo de los dos canales televisivos.

El por qué se refiere al casi nulo interés -- que tienen los empresarios de la radiodifusión por todo aquello que no sea la obtención de utilidades. En consecuencia, dos de las citadas emisoras culturales y un canal de televisión son operados directamente por el -- gobierno del Estado de Tabasco; la otra radiodifusora -- está a cargo del Instituto Nacional Indigenista. De es ta manera se ha buscado atenuar los efectos negativos -- del uso mercantil de los medios de comunicación masiva en general.

1.3 Informativos

En el Artículo 58 de la Ley Federal de Radio y Televisión se prevén los usos informativos de los --

medios electrónicos de comunicación masiva, en tanto que se garantiza que el derecho de información, expresión y recepción, mediante radio y TV, no serán objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, ni censura previa, y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes.

Asimismo, por estar así señalado en la citada Ley, Artículo 77, las transmisiones radiofónicas y televisivas, como medio de orientación para la población, incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social y cultural, deportivo y otros asuntos de interés general, nacionales o internacionales.

Del Artículo 77 se infiere que todas las emisoras radiofónicas y televisivas deben ofrecer servicios -informativos al auditorio.

Estos servicios informativos consisten en la -trasmisión de noticiarios, elaborados con criterios periodísticos y por profesionales del periodismo.

Se entiende que con esta disposición se busca que la radio y televisión sirvan como instrumentos para ayudar al público a enterarse de los principales acontecimientos locales, regionales, nacionales y mundiales, los que en un sentido o en otro pueden afectar los intereses individuales y grupales de la población mexicana, y con ello estar en posibilidades de tomar las mejores decisiones.

Asimismo, los noticiarios contribuyen a vincular el hacer y pensar modernos con todas las culturas -- del mundo, en tanto que se dan a conocer las ideas y --- acciones que interesan y preocupan a la humanidad.

Sin embargo, la realidad de la radiodifusión -- mexicana no es del todo satisfactoria, en lo que a usos informativos (y en otros aspectos) se refiere.

Es algo por demás evidente que varios concesio- narios no cumplen con los servicios informativos. Y --- quienes lo hacen no siempre se apegan al espíritu de la Ley Federal de Radio y Televisión, pues dan propaganda o publicidad como información noticiosa.

En un caso, los protagonistas de la información (entrevistados o declarantes) que reciben mayor difusión son aquellos que más se identifican con los intereses empresariales, por ejemplo. En el otro, la información se refiere más bien a los negocios a los cuales están vinculados los concesionarios, como es el caso de ciertos espectáculos deportivos. Aquí se entrevista y habla de los "deportistas"; día con día se da cuenta de todo aquello que hacen, como si en verdad se tratara de acontecimientos que trascendieran en la vida política, económica, social y cultural de los mexicanos.

Esto ha dado lugar a que los usos informativos se distorsionen y ante lo delicado de la situación, en el Estado de Tabasco se buscó proporcionar el servicio informativo a la colectividad de una manera responsable y seria, precisamente, mediante las emisoras asignadas a la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT).

Además, de resolver este problema, CORAT ha procurado llenar el vacío informativo, ya que la mayoría de las radioemisoras tabasqueñas no cumplen con el señalamiento de informar al público.

De las 14 emisoras radiofónicas empresariales de Tabasco, sólo 5 tienen servicios noticiosos; pero debe reconocerse que la calidad de estos servicios deja mucho que desear, en tanto no se da esmerada atención al acontecer local, ni tampoco se tiene un mínimo de calidad profesional.

Lo anterior se explica porque, como ya se ha dicho, los grupos a que pertenecen las estaciones de radio responden a intereses casi siempre definidos y perfilados desde la capital de la República, sin que valoren plenamente un uso social de la radio para el país, menos para las entidades federativas.

De acuerdo a ello, se hace evidente que la información radiofónica y televisiva debe recibir un tratamiento distinto al que han impuesto las agrupaciones de radio y TV.

Así como es imprescindible para el país una información noticiosa que englobe el todo nacional, es

también apremiante que se estructure otro sistema radiofónico para darle calidad profesional a la recolección de datos relacionados con el acontecer local e imprimirle profundidad al análisis destinado al consumo de cada entidad federativa, e incluso municipal, cuando la densidad de población y la dinámica sociopolítica, cultural y económica así lo requieran.

Aunque con sus variantes, ello también es válido para la televisión de Tabasco. Si bien los dos canales que operan en la localidad dedican espacios a la información periodística, no persiguen la misma finalidad. El canal 7, aún con fallas humanas y técnicas se orienta al servicio social; el canal 9, la mayoría de las veces, al lucro.

1.4 Recreativos

Algunos especialistas y aficionados a la materia tienen la firme creencia que la gente sólo busca entretenimiento en la radio y televisión, es decir, algún insumo para llenar el ocio.

Esta apreciación es errónea. Si bien hay entre el público quienes prenden sus aparatos de radio o TV en busca de un pasatiempo, no quiere decir que todos los televidentes y radioescuchas así lo hagan, ni tampoco que quienes así actúan una vez siempre procedan de la misma manera.

Relacionado con ello, abundan ejemplos en los cuales se observa que la comunicación radiofónica o televisiva es complemento de muchas otras actividades desarrolladas simultáneamente. Es difícil que en una relación con estos medios el receptor se quede del todo pasivo, especialmente en el caso de la radio.

De cualquier forma, los contenidos de la comunicación masiva pueden clasificarse además de informativos, en recreativos y culturales (o educativos).

Recreación, diversión y entretenimiento son equivalentes en este contexto, sobre todo porque los tres términos se hallan relacionados con diversos espectáculos generados de manera separada de la radio y tele

visión, o propiciados directamente por ambas, como es el caso de eventos deportivos, musicales, dramáticos o humorísticos. Pero sean propios o ajenos, de dichos -- espectáculos se habla en los medios de comunicación masiva, si es que no se difunden por los mismos medios -- electrónicos.

Precisamente, el espectáculo es la clave de la recreación, diversión o entretenimiento derivados de la comunicación radiofónica y televisiva. Quienes deciden los contenidos que se incluirán en estos medios dan preferencia a los usos recreativos a grado tal que de la misma realidad económica, social y política, se hace un espectáculo (un siniestro o crimen, por ejemplo).

Lo anterior obedece a que el espectáculo es fácil de producir y requiere de una inversión mínima. Es rentable, si no es que excelente negocio.

Esto es lo que sucede con la programación de las radiodifusoras llamadas disqueras, que sólo se dedican a mantener un espectáculo musical mediante grabaciones fonográficas con el ánimo de entretener al auditorio.

De estos casos, la mayor actividad de las emisoras se reduce a quitar y poner ("discos") grabaciones. Eventualmente se reciben las peticiones del público, pero en ocasiones ni eso, porque quien decide qué se toca es un programador, el cual obedece a compromisos o intereses de personas vinculadas a las compañías disqueras -- que pagan los servicios radiofónicos para popularizar -- tal o cual canción o melodía.

Un esquema de esta naturaleza prevalece en el Estado de Tabasco. La mayoría de las radiodifusoras -- acude a la música grabada (raramente en vivo) para entretener a los radioescuchas.

En no pocos casos, esta música, o más bien la letra de las canciones, es violatoria del Artículo 63 -- de la Ley Federal de Radio y Televisión, que reconoce -- los usos recreativo y prohíbe todas las transmisiones -- que causen la corrupción del lenguaje y las contrarias a las buenas costumbres, ya sea mediante expresiones maliciosas, palabras o imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido, apología de la violencia o del -- crimen, así como los recursos de baja comicidad y sonidos ofensivos.

También, el Artículo Quinto del Reglamento a la referida Ley establece que los programas recreativos procurarán un sano entretenimiento, que afirmen los valores nacionales, no sean contrarios a las buenas costumbres, eviten la corrupción del lenguaje, la vulgaridad, las palabras e imágenes procaces, frases y escenas de doble sentido y busquen ennoblecer los gustos del auditorio.

Pese a ello, las estaciones comerciales de radio y televisión que existen en Tabasco contravienen estas disposiciones en mayor o menor grado, aparte de que permanecen poco permeables a los gustos y entretenimientos propios de los tabasqueños y su cultura, a veces, la degradan, en vez de enaltecerla.

Para cubrir estas necesidades, el gobierno de la entidad, por medio de CORAT y sus dos estaciones de radio, así como su canal de televisión, ha procurado ofrecer un entretenimiento más digno para los habitantes de la región.

Sin embargo, la empresa ha sido difícil. Desde detectar el problema y buscar una solución requirió poner atención en los posibles recursos que iban a darse como sucedáneo de las diversiones mercantilizadas - ofrecidas por los concesionarios privados.

Lo más crítico ha sido la resistencia acusada por el mismo público, que en algunos casos pareciera - estar demasiado familiarizado con los modelos comerciales con que se explotan la mayoría de las estaciones de la localidad.

Ello obligó al comienzo que en las citadas - emisoras de CORAT se programaran contenidos casi similares a los que predominan en las estaciones comerciales, con el fin de iniciar un proceso lento, pero que busca ser irreversible, para educar y reeducar a los - radioescuchas y televidentes, encaminado todo a formar una actitud analítica, selectiva y más inclinada por - la diversión de calidad.

Un adelanto de esto se ha logrado con emisiones como Punto y coma, Fiesta en mi pueblo, Mi amigo el teniente, Las aventuras de Liborio. Así pensamos los niños, Musical Juvenil, por ejemplo.

1.5 Educativos y culturales.

Los usos educativos y culturales de la radio y la televisión son diversos y múltiples. A fin de cuentas cualquier contenido de los medios electrónicos de comunicación masiva da como resultado la socialización, es decir, los medios de comunicación masiva participan en un proceso sociopsicológico mediante el cual se moldea (educa) la personalidad de los individuos en todo momento, de acuerdo a los patrones culturales generados por toda la sociedad y mantenidos en las instituciones educativas.

En esta dinámica se entrelazan todas las instituciones sociales, como la escuela, familia, grupos de juego y amistades; núcleos religiosos; comunidades y medios de comunicación masiva, por mencionar algunos de --

los factores sociales que intervienen en este proceso, en el cual todas las acciones tienden a mantener el ---orden social.

Si en el caso de la radio y la televisión estos usos educativos y culturales parecieran no explicar se de manera satisfactoria con la teoría de la socialización, esbozada líneas antes, de cualquier forma, dichos usos se comprueban en tanto que están regulados y establecidos como obligación para los concesionarios ra diofónicos y televisivos en el Artículo 59 de la Ley -- que norma la materia.

En ese artículo se indica que las estaciones - de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gra tuitas diarias, con duración hasta de 30 minutos conti--nuos o discontinuos, dedicados a difundir temas educati--vos, culturales y de orientación social.

De la misma manera, en el Reglamento de esta - Ley (Artículo Tercero) especifica que radio y televisión orientarán preferentemente sus actividades a la amplia--

ción de la educación popular, la difusión de la cultura, la extensión de los conocimientos, la propalación de --- las ideas que fortalezcan nuestros principios y tradicio nes, entre otros.

Para las estaciones de radio y TV que operan - en Tabasco, esta función educativa y cultural debiera -- ser la sustantiva y primordial, dadas las condiciones -- educativas que prevalecen en el medio rural y semiurba-- no, así como la necesidad de fortalecer la cultura lo-- cal y nacional en toda la población lugareña, pero no -- ocurre así. 1/

Es por demás obvio que la finalidad de las es taciones de radio y TV comerciales de Tabasco (y de to do el país) no es la educativa o cultural, sino la pu blicitaria, que se apareja con el reclutamiento de ra-- dio y telespectadores mediante programas que se desa--- rrollan en las fantasías de un mundo de violencia gra-- tuita, episodios triviales, estereotipos, dramas cursis y sentimentaloides.

1/ El 24.5 por ciento de la población tabasqueña ma-- yor de 15 años es analfabeta y sólo el 40 por ---- ciento de los egresados del nivel primario reciben educación básica. (1984)

El tipo de productos promovidos por estas -- difusoras es de consumo inmediato, suntuario o accesorio, cuyo principal blanco se halla constituido por los grandes núcleos de población tipificada por los bajos -- ingresos, escasos niveles educativos y una vida en donde son comunes las frustraciones e insatisfacciones derivadas del consumismo, deprimentes condiciones económicas y dinámicas propias de la transculturación.

Además, las empresas que generan la publicidad, muchas transnacionales, llevan a experiencias lingüísticas aberrantes, incluso, que pretenden desencadenar prácticas contra la salud individual, familiar y -- social, precisamente en un público formado en su mayoría por menores de edad y adultos escasamente letrados.

El poco interés de los concesionarios de radio y TV por corregir todo esto ha llevado a que también las estaciones del gobierno manejadas por CORAT -- se ocupen de la función educativa y cultural con más -- tiempo y cuidado.

En este sentido pueden mencionarse programas - como Nuestros estudiantes, Polifonía de la naturaleza, - Expresiones, Proyección universitaria, Reencuentro, Tiempo Joven.

Además de CORAT, tiene que destacarse la labor de la Voz de los Chontales (XEMAC), estación del Instituto Nacional Indigenista, la cual -aún con todas sus limitaciones presupuestarias y técnicas- se ha echado a cuentas la tarea de mantener vivo el dialecto chontal, rama del antiguo maya.

Sobra decir que tanto el gobierno federal como el estatal debieran dar más importancia y apoyos a esta radiodifusora, así como a las emisoras de CORAT, pues en ellas ha recaído el trabajo de fortalecer a la cultura local, que a fin de cuentas es parte significativa de la cultura nacional.

1.6 Otros

En los apartados anteriores se han presentado algunos de los múltiples usos que pueden darse a los medios electrónicos de comunicación masiva.

Con esto ha querido mostrarse que en el caso - de Tabasco, como en otros, se requería que el gobierno - de la entidad participara en la radio y teledifusión pa- ra atender las necesidades comunicativas, sociocultura-- les y educativas de la población tabasqueña. Necesida-- des que quedan en un plano secundario para los concesio- narios empresariales, como se ha reiterado, debido a --- que éstos son supervisados por la Federación y operan - también agrupados en corporaciones que tienen su base so- bre todo en la capital de la República, lo cual signifi- ca que tales corporaciones sólo ven por sus intereses y no por los de aquellas entidades de donde obtienen segu- ramente cuantiosas utilidades.

Pero aun cuando el uso mercantil de los medios electrónicos de comunicación masiva pudiera ser el que - más llama la atención, interesa a unos y preocupa otros, se insiste, no es el único. Además de los ya menciona--- dos, están otros como el uso social, filantrópico, de -- prestigio y el económico.

En cuanto al uso social, puede decirse que los medios de comunicación masiva son utilizados por los distintos núcleos sociales para infinidad de interrelaciones y acciones sociales.

De hecho, estos instrumentos tecnológicos para la comunicación se engranan y articulan a las estructuras sociales que resultan de la dinámica social y conforman un orden social dado.

Lo anterior quiere decir que cada persona recibe de los medios de comunicación masiva elementos que le permiten relacionarse con otras personas, bien sean noticias, opiniones o explicaciones acerca de hechos y sucesos que interesan (porque afectan o benefician) a la colectividad. O bien, lo derivado de espectáculos deportivos, musicales o dramáticos.

Aunque en menor proporción, también por dichos medios, las personas -que no sean anunciantes, comunicadores o propietarios- pueden enviar a otros sujetos elementos para la interrelación. Esta posibilidad no está

abierta a todos los individuos, pero existe la oportunidad de utilizar a dichos medios como tribunas o meros enlaces, como es el caso de compra-venta de oportunidades, teléfono abierto y otros.

Dentro de este mismo orden, lo que se dice en los medios de comunicación masiva es captado por un grupo reducido de sujetos, pero como los mismos no están -- aislados, aquellos que recibieron algo lo transmiten (comunican) a quienes con ellos interactúan en los grupos -- primarios. Los de esta segunda capa lo pasan a otros -- más y éstos a otros, mediante lo cual se forman cadenas comunicativas que se cruzan y entrecruzan, además de amplificar por mecanismos sociales la penetración social -- de los medios técnicos de comunicación pública, es decir, cine, prensa, radio y televisión.

Es social este uso de los medios de comunicación masiva porque cada sujeto acude conscientemente a -- los mismos para conocer y relacionarse con aquello que -- sucede en su contexto social, así como para compartir --

las experiencias de entretenimiento, modas y consumos en las que muchos participan, y para saber (desde el punto de vista educativo) aquello que los demás tienen como -- parte del acervo cultural.

Igualmente es social, porque -en otra perspectiva- los medios de comunicación masiva sirven para fortalecer, en tanto que lo vinculan más, al pacto social - presidido por el Estado; si todo Estado se funda en el - monopolio de la fuerza, no todo en el Estado es fuerza, es sobre todo, organización económica y social; racionalidad que se convierte en un orden institucional que --- crea la autoridad y la aceptación de la autoridad. La - organización que proviene del Estado establece las condi ciones para que exista la sociedad.

Respecto al uso filantrópico, éste se refiere al hecho de que con frecuencia los concesionarios o funcionarios de las estaciones de radio y televisión, en es te caso, dan facilidades a grupos o personas dedicadas a tareas piadosas y asistenciales de carácter privado, co-

mo asilos de ancianos o huérfanos, a fin de exhibir esas actividades como algo benéfico y positivo.

Ello da lugar a que dichas personas reciban -- ayudas monetarias o en especie como resultado de la exhibición, además de ser bien vistas; mientras que los propietarios de los medios de comunicación consideran (y se justifican) que hacen un servicio social a la colectividad.

En la misma situación están aquellas acciones en las cuales se buscan o presentan extraviados; se pasan recados de enfermos o ausentes; se piden medicinas o plasma sanguíneo; se reportan siniestros o problemas de tránsito.

El uso de prestigio se relaciona paralelamente a otros y consiste en la costumbre de que aparecer en los medios de comunicación masiva es tomado como una distinción y privilegio de unos cuantos; equivale a decir que quien más sale en los medios de comunicación masiva goza de más popularidad, aceptación y respeto en la colectividad.

Lo anterior puede apreciarse también con quienes se desempeñan como comunicadores, periodistas, - - - articulistas, conductores, anunciadores o locutores, entre otros, los cuales por el hecho de estar en los referidos medios son reconocidos y aceptados entre el público, a grado tal que se les llama líderes de opinión, es decir tienen fama y prestigio.

Por lo que toca al uso económico, éste se origina en la publicidad, la cual puede influir en las preferencias de la gente al momento de consumir bienes y -- servicios.

Así está reconocido, por ejemplo, en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la -- Ley de la Industria Cinematográfica.

Acerca de ello, en el Artículo Sexto se dice que la programación de radio y televisión deberá con--- tribuir al desarrollo económico del país, a la distri-- bución equitativa del ingreso y al fortalecimiento de -- su mercado.

Asimismo, el Artículo Séptimo obliga a las citadas estaciones a que su publicidad estimule el consumo de bienes y servicios preferentemente de origen nacio---nal; además, debe tomarse en cuenta la situación del ---país a fin de restringir, en cada caso, la publicidad de artículos suntuarios y propiciar la elevación del nivel de vida del auditorio, por medio de una adecuada orien---tación en la planeación del gasto familiar.

Esto último parece que casi siempre ha sido - letra muerta para los concesionarios de radio y televi---sión, pero no para las emisoras de CORAT, que buscan el uso racional de estos medios, para difundir mensajes y contenidos de carácter nacionalista, cultural y cívico, que en verdad sean trascendentes y útiles para la pobla---ción de la entidad, de acuerdo a sus tradiciones y sen---tido histórico.

Y precisamente, de aquello que es CORAT, obje---tivos y funciones, se ocupa el capítulo tres del pre---sente trabajo; mientras que en el número dos se hace un

recuento y análisis de las principales características de las estaciones de Radio y Televisión que había en - Tabasco, durante el año de 1985.

2. INVENTARIO Y CARACTERISTICAS DE LOS MEDIOS
ELECTRONICOS DE COMUNICACION MASIVA
EN LA ENTIDAD

En el territorio del Estado de Tabasco, cuya superficie es de 25 mil 337 kilómetros cuadrados, en 1985 --- funcionaban localmente 13 radiodifusoras de amplitud modulada, cuatro de frecuencia modulada y dos canales de televisión.

Todos estos recursos comunicativos, más cinco --- periódicos de circulación estatal, así como los que forman parte de las redes (repetidoras) de los medios electrónicos de comunicación masiva que tienen cobertura nacional --- (estatales y empresariales), pretendían ganarse la atención e influir en la forma de pensar y decidir de 1,062,961 tabasqueños. De éstos, el 39.4 por ciento habitaban en las áreas urbanas y el 60.6 por ciento en las zonas rurales.

Las referidas estaciones eran las siguientes: 1/

<u>INICIO</u>	<u>ESTACION</u>	<u>SIGLAS</u>	<u>FRECUENCIA</u>	<u>POTENCIA</u>	<u>MUNICIPIO</u>
1947	Radio Variedades	XEVT	97.0 KHZ	5000 w	Centro
1955	Radio Tab... La Juvenil	XETAB	1410 KHZ	5000 w	Centro
1959	Radio Chontalpa	XEVX	570 KHZ	1000 w	Comalcalco
1960	La Emisora del Hogar	XEVA	790 KHZ	5000 w	Centro
1962	Radio 620 (Antes Radio Pueblo)	XEACM	620 KHZ	1000 w	Centro
1963	La Consentida	XERTM	1150 KHZ	1000 w	Macuspana

1/ Para elaborar este cuadro se tomó la información del directorio --- Medios Audiovisuales, que dirige D.J.A. Villamil, y de documentos internos de la Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco; todo esto se verificó con los datos que facilitó la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión, Delegación Tabasco.

1969	Radio Cárdenas	XEJAC	1110 KHZ	1000 w	Cárdenas
1970	Radio Futurama (La Gran Ranchera del Cuadrante)	XEZQ	1520 KHZ	1000 w	Huimanguillo
1971	Radio Sensación	XEKV	740 KHZ	1000 w	Centro
1975	La Voz del Usu— macinta	XEZX	860 KHZ	1000 w	Tenosique
1978	Radio 13	XEYR	1340 KHZ	1000 w	Teapa
1979	Fórmula Melódica	XHOP-FM	96.5 MHZ	60000 w	Centro
1979	FM de Tabasco	XHVB-FM	97.3 MHZ	30000 w	Centro
1981	La Voz de los Chontales	XEMAC	1440 KHZ	500 w	Nacajuca
1983	Radio Tabasco	XHTVA-FM	94.9 MHZ	5000 w	Centro
1984	La Nueva Estación	XETVA-AM	1230 KHZ	5000 w	Centro
1985	Estéreo 90	XHSAT-FM	90.1 MHZ	30000 w	Centro
1979	Canal 9	XHTV-TV	—	25000 w	Centro
1984	Canal 7	XHSTA-TV	—	10000 w	Centro

Individualmente, cada una de estas radio y tele-
difusoras mostraron las características en su programación
que se especifican a continuación.

2.1 Radio

XEVT RADIO VARIEDADES

VILLAHERMOSA, TABASCO

Establecida en 1947, por el Sr. Aquiles Calde-
rón Marchena. Concesionario, Radio Sureste, S.A.
97.0 Kilohertz; 5000 w Representante Radio, S.A.

Las transmisiones se inician a las 6:00 horas con el programa Panorama en la Noticia que dirige Rubén Arceo. Durante el mismo se dan a conocer hechos locales, estatales, nacionales e internacionales.

Las noticias nacionales e internacionales -- son suministradas por la agencia informativa NOTIMEX. El acontecer estatal es bien trabajado y el locutor --- aporta comentarios e improvisaciones.

Dentro del mismo noticiero el conductor agrega anuncios comerciales sin separar la información y la publicidad.

SERVICIOS NOTICIOSOS

Se tomaron tres muestras en los días 21, 24 y 25 de Junio de 1985, de las cuales se obtuvieron los siguientes datos.

De estos días, sólo el 21 se tuvo una de
claración del gobernador Enrique González Pedrero, acerca de
su plan de gobierno (duración de 50 segundos).

El Gobierno del Estado fue mencionado una oca
sión al hacerse una crítica acerca de la inadecuada pres
tación de los servicios públicos.

Los secretarios de Gobierno fueron citados en
tres ocasiones los días 21 y 25 en notas informativas; se
dijo que había corrupción e ineptitud en la prestación de
un servicio. Ocupó un total de seis minutos y medio.

Los gobiernos municipales fueron aludidos en
cinco ocasiones; en una, se habló de corrupción adminis-
trativa y las cuatro restantes sobre la puesta en marcha
de un plan a mediano plazo. Un total de ocho minutos.

También se habló de un candidato a diputado -
del partido oficial en una nota informativa neutra acer-
ca de la campaña (45 segundos).

La actividad cultural tuvo una aparición el día 23; en una hora informativa se dio cuenta de la misma (30 segundos).

Acerca del programa de gobierno se dijo que se pondría en marcha un plan a mediano plazo, porque el actual era inoperante, por mala planeación, falta de apoyo institucional y corrupción oficial (11 minutos).

Los anuncios comerciales, con excepción del noticiario de las 6:00 horas, son grabados y todos tienen acentuado contenido local.

La estación transmite otros dos noticiarios: Notinueve, que es el enlace con un noticiario de televisión (canal 9), y el Mundo a las Doce (que se enlaza con Radio 520).

XETAB RADIO TAB... LA JUVENIL
VILLAHERMOSA, TAB.

Establecida, Junio 15, 1955. Concesionario,
La Voz de Tabasco, S.A.

Representantes
Radio Programas de México, S.A.

1410 khz. 5000 watts

Trasmite de 6.00 a 22.00 horas
Música moderna español/inglés

Esta radiodifusora es musical y es una de --
las de mayor penetración entre la población juvenil; ca
rece de servicios informativos.

La estación pertenece a la cadena de Radio -
Programas de México, S.A.

Su programación musical se apoya en la bala-
da comercial en español y en algunos casos en inglés, -

que no dista mucho de la programación de Radio Variedades.

El 70 por ciento del material publicitario es producido en el Distrito Federal, es el caso de comerciales correspondientes a instituciones bancarias, - automovilísticas, vitivinícolas.

Tiene publicidad local grabada y sirve de enlace entre individuos que requieren comunicarse entre sí.

**XEVX RADIO CHONTALPA
COMALCALCO, TAB.**

Establecida en 1959. Concesionario, José S. Dagdug J.

**Representantes
Radio Ventas de Provincia, S.A.**

570 Khz. 1000 watts de potencia

**Trasmite de 6.00 a 22.00 horas
Música variada**

La estación, localizada en Comalcalco es totalmente musical y comercial. No trasmite ninguna clase --- de programas informativos. Tiene un programa de felicitaciones que trasluce la capacidad de penetración en la ciudad y sus alrededores.

La programación musical es de temas tropicales; no hay la intención de transmitir música tradicional.

Respecto a los mensajes publicitarios, éstos - son locales (Comalcalco) y a veces se refieren a Jalpa -- Nacajuca y Cárdenas. La publicidad se hace en cabina.

**XEVA LA EMISORA DEL HOGAR
VILLAHERMOSA, TABASCO**

Establecida, abril 30, 1960. Concesionario,
Radio Tabasco, S.A.

Representantes
Radio Programas de México, S.A.

790 Khz. 5000 watts día, 250 noche

Trasmite de 5.00 a 24.00 horas
Música variada. Novelas y noticias

Se le considera como la estación de Villahegmosa con mayor público en el Estado. Los tabasqueños acuden a la misma para manifestar sus problemas. Está afiliada a Radio Programas de México, S.A.

Su programación informativa está formada por los noticiarios radiofónicos conducidos y dirigidos por Jesús Sibilla Zurita, un líder de opinión local muy influyente; lleva emitidos casi diez mil programas.

Servicios Noticiosos

La muestra abarca las emisiones del 24, 26 y 29 de junio de 1985.

El gobierno fue nombrado cuatro veces, todas en notas informativas y relacionadas con el sector social; se criticó la mala planeación y falta de servicios (dos minutos).

A los secretarios de gobierno se refirieron en dos ocasiones; nota informativa, con tono neutro -- (minuto y medio).

El día 25 se habló de los municipios, sólo de la actividad social (15 segundos).

De los trabajadores se habló el día 29 --- en una nota informativa con crítica a la mala planeación y a la corrupción (minuto y medio).

Y del sector educativo se habló una vez. El día 29 se informó de las actividades que realizan las instituciones culturales y educativas en el Estado.

**XEACM 620 (ANTES RADIO PUEBLO)
VILLAHERMOSA, TABASCO**

**Concesionaria, Sucesión Josefa Landero de
Calderón**

Establecida en 1962

**Representantes
Radio, S.A.**

620 khz. 1000 watts

**Trasmite de 6.00 a 24.00 horas
Música variada melódica suave**

**Es la única estación con capacidad de pro---
ducción de programas grabados, como la serie nocturna -
Música en el Aire, y ofrece información orientada a conu
ducir al público por caminos de entretenimiento y cul--**

tura, lo cual no pudo observarse en otras emisiones privadas e incluso oficiales. Pertenece al grupo Radio, - S.A.

Servicios Noticiosos

Trasmite el noticiero El Mundo a las Doce, - con noticias locales, estatales, nacionales e internacionales. Tiene otros dos servicios noticiosos en enlace con Radio Variedades y el canal 9.

El mundo a las Doce es producido y emitido - en el ámbito local por la Estación XEACM, Radio 620, a las 12:00 horas, de lunes a viernes. El conductor y director es Agustín Núñez.

El gobernador sólo apareció mencionado el día 21, e hizo una declaración relacionada con el programa de gobierno y un nuevo plan que se implantará a mediano plazo (40 segundos).

Del Gobierno del Estado se hizo referencia el día 21 siete veces; el 24, cinco veces y el 25 en una ocasión. De ellas seis fueron declaraciones, cinco notas informativas y una entrevista; la cobertura temática estuvo enfocada al sector cultural seis veces, al social cuatro veces y a los servicios dos veces, en todas estas referencias se critica el mal servicio que prestan las instituciones gubernamentales (ocho minutos).

De los secretarios de Gobierno se habló tres veces en notas informativas, una de ellas destacó el mal servicio que prestan ciertas instituciones (cuatro minutos y medio).

De los gobiernos municipales se ocuparon dos ocasiones el día 24, en una nota informativa y una declaración; una decía que se pondría en marcha un plan de desarrollo y la otra hablaba de la mala planeación y prestación deficiente de servicios.

El sector educativo apareció en cuatro ocasiones, se habló de un alto grado de corrupción.

**XERTM LA CONSENTIDA
MACUSPANA, TABASCO**

Establecida en 1963

Representantes

Organización Impulsora de Radio, S.A.

1150 khz. 1000 watts

Trasmite de 6.00 a 20.00 horas

Música ranchera y tropical

La Consentida es una estación (afiliada a -- OIRSA) con fallas de continuidad; sirve al público con el recurso de enviar felicitaciones, condolencias y com placencias musicales.

De la capital del país se le envía publici-- dad grabada, que se añade a la regional. Carece de --- servicios noticiosos.

**XEJAC RADIO CARDENAS
CARDENAS, TABASCO**

Establecida, febrero, 1969. Concesionario,
Juan A. Calderón Landero

•
Representantes

Organización Impulsora de Radio, S.A.

1110 khz. 1000 watts

Trasmite de 6.00 a 19.00 horas

Música Tropical

La estación opera en Cárdenas y forma parte de la agrupación Organización Impulsora de Radio, S.A. y antes lo fue de Radio ventas de Provincia, S.A. de - C.V., al igual que sus vecinas de Comalcalco y Huimanguillo. Es completamente comercial. No se detectaron programas noticiosos.

XEZO RADIO FUTURAMA (LA RANCHERA
DEL CUADRANTE)
HUIMANGUILLO, TABASCO

Establecida, Octubre 1o., 1970. Concesionario,
Carlos Zerecero Díaz

Representantes

Radio Ventas de Provincia, S.A. de C.V.

1520 khz. 1000 watts día; 100 noche

Trasmite de 6.00 a 19.00 horas

Nueva programación con música ranchera,
balada, tropical, instrumental y moderna
internacional, noticiarios y programa
especial agropecuario.

La XEZQ de Huimanguillo está agrupada a Radio Ventas de Provincia, S.A. de C.V.

Su programación es de música ranchera, cada hora tiene cápsulas informativas que exceden de dos minutos. Las cápsulas están basadas en la información de la prensa estatal.

Tiene publicidad local.

**XEKV RADIO SENSACION
VILLAHERMOSA, TABASCO**

Establecida, marzo 22, 1971. Concesionario,
Enrique Lodoza Gómez

Representantes
Radorama, S.A.

740 khz. 1000 watts

Trasmite las 24 horas
Música variada, noticias

Su programación se halla estructurada con --
50% de música y el 50% restante a publicidad.

Esta difusora tiene un programa informativo
denominado Oídos del Mundo, al medio día; un locutor --
habla sobre un tema, corte que dura más de cinco minu--
tos al aire.

**XEZC LA VOZ DEL USUMACINTA
TENOSIQUE, TABASCO**

Concesionario, XEZC Voz del Usumacinta, S.A.

Establecida 1975

Representantes

Radorama, S.A.

860 khz. 1000 watts día, 150 noche

Trasmite de 6.00 a 20.00 horas

Música variada

Trasmite música sin cortes, es decir, sin hacer mención de la referida radioemisora y no tiene un locutor fijo. Está unida a la corporación ACIR.

XEYR RADIO 13
TEAPA, TABASCO

Establecida, marzo 1978

Representantes
Radio, S.A.

1340 khz; 1000 watts

Trasmite de 5.00 a 21.00 horas
Música moderna variada

XHOP FM FORMULA MELODICA
VILLAHERMOSA, TABASCO

Establecida, septiembre 10., 1979. Concesionario, Salvador García de los Santos

Representantes
Agentes de Radio y Televisión, S.A.

96.5 mhz. 60000 watts Potencia Efectiva Radiada
Trasmite las 24 horas

Pertenece al grupo ARTSA, de presencia nacional con cabeza en Guadalajara, Jalisco. Es difícil de sintonizar y no se apreció que pueda impactar a un público amplio.

**XHVB FM DE TABASCO
VILLAHERMOSA, TABASCO**

Establecida, diciembre, 10, 1979

Concesionario,

Representantes

Radio, S.A.

97.3 mhz., 30000 watts

Trasmite de 6.00 a 24.00 horas

Música variada español e inglés

Se encuentra afiliada al grupo OIR, y busca al público de estrato medio superior. Tiene cápsulas - noticiosas leídas por sus locutores con música de fondo y textos extraídos de agencias informativas de Estados Unidos.

Por las noches se enlaza al canal 9 de televisión.

**XEMAC LA VOZ DE LOS CHONTALES
NACAJUCA, TABASCO**

Fecha de establecimiento: Febrero de 1981.
Concesionario, Instituto Nacional Indigenista.

1,440 khz. 500 watts

Trasmite de 7.00 a 19.00 hrs.
Cultural; bilingüe (chontal)

El Instituto Nacional Indigenista opera en Nacajuca, desde 1981, la estación bilingüe XEMAC, La Voz de los Chontales; de esta forma se lucha por mantener vivo el lenguaje chontal.

Actualmente (1985), la radiodifusora está en vías de reestructuración. Anteriormente se programaba música sin ningún nexo con la región.

Ahora presenta melodías del folclore nacional y música tropical.

La Voz de los Chontales dice tener alcance en varios municipios: Nacajuca, Comalcalco, Paraíso y Centla, aunque en realidad su señal se pierde por la baja potencia con que emite (500 w).

Al parecer parte de su restauración deberá incluir el cambio de potencia y por lo menos duplicar la actual.

XHTVA FM RADIO TABASCO
VILLAHERMOSA, TABASCO

Establecida por decreto del Gobierno de Tabasco (CORAT), el 29 de agosto de 1983.

94.9 mhz; 5000 watts

Programación cultural

A partir de 1983 el Gobierno del Estado de Tabasco empezó a manejar medios electrónicos de comunicación masiva. Inicialmente comenzó a funcionar esta radioemisora y el Canal 7, a cargo de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT), que se fundó con el fin de normar la actividad de la radiodifusión, que hasta el momento sólo operaba en manos de las grandes cadenas radiofónicas y con objetivos puramente comerciales.

La primera de estas emisoras en salir al aire ocupó la banda de FM con una programación parecida al esquema radiofónico de XEEP Radio Educación del DF, de hace 10 años.

Puede decirse que hasta el momento (1985), no se ha podido adaptar la radio a las raíces culturales - tabasqueñas. La emisión apenas si logra sobresalir del ruido e interferencias que dominan a la FM. La programación noticiosa descansa en el noticiario En Punto, -- producido por CORAT para radio y TV.

No produce servicios noticiosos, recibe los noticiarios de XEEP Radio Educación y los suministra-- dos por CORAT. Las noticias locales son leídas de los diarios estatales por el locutor en turno.

**XETVA AM LA NUEVA ESTACION
VILLAHERMOSA, TABASCO**

Establecida por decreto del Gobierno de Tabasco (CORAT), el 29 de agosto de 1983.

Inicio de operaciones en 1984.

1230 khz; 1000 watts

Cultural

La Nueva Estación pertenece a CORAT y difunde, desde Villahermosa, programas dramatizados, comentarios, difusión cultural, noticias y música popular.

En lo referente a noticias abarca el panorama nacional e internacional con dos emisiones de treinta minutos de El Noticiero, producido por el Instituto Mexicano de la Radio y financiado con mensajes promocionales de Pemex, Nafinsa, Conasupo y Aeroméxico y servicios noticiosos de Notimex.

Como su filial en FM, enlaza su frecuencia a las 20.30 horas para transmitir En Punto.

Se perciben fallas en la continuidad del operador o del locutor en todas las emisiones y no se detectó la frecuencia adecuadamente fuera de Villahermosa.

XHSAT FM ESTEREO 90
VILLAHERMOSA, TABASCO

Establecida en 1985

Representantes

Agentes de Radio y Televisión, S.A.

90.1 mhz; 30000 watts potencia efectiva radiada

Características de la transmisión

Trasmite las 24 horas

Baladas en Inglés-español

2.2 T E L E V I S I O N

La televisión en Tabasco comenzó a operar en 1968, cuando se instaló una repetidora del canal 2 (DF).

Un año después (1969) inició sus trabajos el canal 9 con producción local y producción retransmitida de Telesistema (hoy Televisa); por ser el único canal -

local se constituyó durante 15 años en el medio novedoso buscado para obtener diversión e información en los hogares tabasqueños.

Ante la necesidad, la atención de productos radiofónicos se centró en la televisión comercial y se descuidó el crecimiento de la radio, ambos medios se enfrentan para conseguir anunciantes.

El panorama televisivo regional fue ampliado al comenzar a funcionar el canal 7 dependiente de CORAT en 1984.

Actualmente, aparte de la programación de Televisa y de los canales locales, se recibe la señal generada en el centro del país por el Instituto Mexicano de Televisión (canales 2 y 6).

CANAL 9 LA IMAGEN
VILLAHERMOSA, TABASCO
XHTVL-TV

Establecida, 31 de julio de 1979

Concesionario; Teleemisoras del Sureste, S.A.

Representantes

Televisoras Afiliadas a Sistema de Televi---
sión Mexicana, S.A. de C.V.

Frecuencia y Potencia

Canal 9, 25000 watts

Comercial variada

Trasmite dos emisiones producidas localmente
que llenan el espacio de entretenimiento e información;
la demás programación es comprada a Televisa.

Las producciones del canal son

FRICASE

Es un programa de mucha aceptación entre el público televidente de Tabasco. Con escenografía variable, esta serie es una especie de revista para amas de casa; pasan entrevistas, consejos, comentarios y música. Eluden los temas políticos como lo hacen las revistas - femeninas en televisión, trasmitidas en las mañanas por el canal 2 capitalino.

NOTINUEVE

El noticiario presenta información internacional, nacional y local, dura 30 minutos.

Se analizaron las emisiones del 24 y 25 de junio, en las mismas se hicieron cinco referencias políticas, una de ellas al gobernador, dos veces a los -- secretarios de Gobierno, una a las entidades paraestatales y otra a los gobiernos municipales.

Y de los gobiernos municipales se informó -- que trabajan de manera planificada y coherente con el - gobierno del Estado.

Este noticiario pasa en cadena con las estaciones, Radio Hogar y Radio Variedades, a las 20.30 de la noche todos los días.

A la misma hora el Canal 7 trasmite su noticiario En Punto.

CANAL 7, REFLEJO DE TABASCO
VILLAHERMOSA, TABASCO
XHSTA-TV

Establecida por decreto gubernamental (CORAT)
el 29 de agosto de 1983.

Frecuencia y Potencia
Canal 7, 30000 watts

Cultural

Buena parte del material transmitido es producido por el canal son las siguientes barras: cultural, orientación vocacional, información, entretenimiento y deportiva.

Como el canal 9, inicia sus transmisiones al medio día, con un noticiero Punto y Coma; sigue con programas de orientación vocacional, una barra infantil, programas culturales sobre el Estado, su música y sus tradiciones; el noticiero En Punto, la barra deportiva (beisbol) y concluye la transmisión con la última edición noticiosa.

Para canal 7, lo principal es la barra periódica; el noticiero estelar de las 20:30, En Punto, se promueve con cortes informativos y culturales que invitan al teleauditorio a sintonizarlo.

En Punto es transmitido por las dos radiodifusoras de CORAT.

EN PUNTO

Tevenoticiario de 60 minutos de duración producido por un equipo profesional en materia periodística y un tanto subprofesional en cuanto al manejo de --- imágenes. Difunde los despachos noticiosos de Notimex y mantiene una visión internacional y nacional acorde a la orientación del Estado. Reporta excesivamente las actividades del gobierno local. No se considera apto para público radiofónico por la longitud de los textos informativos; pasa a las 20:00 horas.

Respecto a los grupos, las 14 emisoras mercantiles y el canal de TV local también mercantil de Tabasco - están afiliados a las siguientes corporaciones:

Estación	Localidad	Agrupación	Total Tabasco	Total en la República
XEJAC	Cárdenas	Organización Impulsora de Radio, S.A. (OIR)	2	72
XERTM	Macuspana	"		
XHOP FM	Villahermosa	Agentes de Radio y Televisión, S.A. (ARTSA)	2	56
XHSAT FM	"	"		
XEVX	Comalcalco	Radio Ventas de Provincia, S.A.	2	36
XEZQ	Huimanguillo	"		
XETAB	Villahermosa	Radioprogramas de México, S.A. (RPM)	2	36
XEVA	"	"		
XEYR	Teapa	Radiodifusoras Asociadas de Innovación y Organización, S.A. (Radio, S.A.)	4	50
XEACM	Villahermosa	"		
XEVT	"	"		
XHVB FM	"	"		
XEZX	Tenosique	Radorama, S.A.	2	96
XEKV	Villahermosa	"		
Canal 9	Villahermosa	Televisoras Afiliadas a Sistema de Televisión Mexicana, S.A. de C.V. (Televisa)	1	30

La agrupación que controla más emisoras en Tabasco es Radiodifusoras Asociadas de Innovación y Organización, S.A. (Radio, S.A.), con cuatro estaciones. En todo el país tienen 50 emisoras, 42 de AM y 8 de FM.

Con dos radiodifusoras le siguen Organización Impulsora de Radio, S.A. (OIR); Agentes de Radio y Televisión (ARTSA); Radioventas de Provincia, S.A.; Radio Programas de México, S.A. (RPM) y Radiorama, S.A.

El Canal 9 está representado por Televisoras Afiliadas a Sistema de Televisión Mexicana, S.A. de C.V., que es una ramificación de Televisa, S.A.

En cuanto a tarifas, en promedio, las radiodifusoras comerciales de Tabasco cobraban, en 1985, 1525 pesos por minuto. En total, esas mismas emisoras transmitían 245 horas diarias. Esto se traducía en un ingreso potencial de casi nueve millones de pesos diarios, por concepto de la comercialización del 40 por ciento del tiempo (en este caso 98 horas), que es lo legalmente permitido en el Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Ley de la Industria Cinematográfica.^{1/}

^{1/} Aparte de estos ingresos, las estaciones de radio y TV tienen percepciones por concepto de producción, renta de equipo y otros servicios, como el equivalente a la gacetilla y la payola, o sea el pago para repetir un disco de "moda" en la programación habitual.

Respecto al canal 9, el precio promedio por minuto era de 39700 pesos. Trasmitía seis horas diarias. El tiempo autorizado para venderse era 18 por ciento del total, es decir, 1.8 horas, que significaba un ingreso potencial de poco más de dos millones y medio de pesos diarios.

3. LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION DEL
ESTADO DE TABASCO

El 29 de agosto de 1983, mediante un acuerdo expedido por el Gobernador Constitucional del Estado de Tabasco, se ordenó la creación de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT).

Esta acción se hizo dentro de las facultades -- que al titular del Poder Ejecutivo de la Entidad le conceden los artículos 51, fracciones I y XX de la Constitución Política de dicho Estado, así como el 5 y 8 de la -- Ley Orgánica del Poder Ejecutivo del Estado de Tabasco, -- que a la letra dicen:

Constitución Política del Estado Libre y Soberano de Tabasco

ART. 51. Son facultades y obligaciones del Gobernador:

- I. Promulgar y ejecutar las leyes y decretos dados por el Poder Legislativo del Estado y expedir los reglamentos necesarios para la exacta observancia de los mismos; y

XX. Las demás que le confiere esta Constitución y Ley Federal.

Ley Orgánica del Poder Ejecutivo

ART. 5 Para el mejor cumplimiento de las facultades -- que la Constitución otorga al Poder Ejecutivo, el Gobernador podrá crear o suprimir organismos descentralizados o desconcentrados o empresas - de participación estatal, mediante los acuerdos respectivos en los que se les asignará las funciones que fueran convenientes.

ART. 8 El Gobernador del Estado expedirá los reglamentos interiores, acuerdos, circulares y demás -- disposiciones, que tienden a regular el funcionamiento de las Dependencias del Ejecutivo y autorizará la expedición de los nombramientos administrativos.

Apareñemente, la creación de la referida CORAT fue un acto sólo administrativo, enmarcado en la legalidad

de la Constitución Política del Estado, como quizá ha sucedido con otros organismos fundados con anterioridad.

Sin embargo, CORAT es una instancia que reviste gran importancia social, precisamente, porque busca perfilar o mejorar, en su caso, nuevos usos de los medios electrónicos de comunicación masiva, radio y televisión.

3.1 Exposición de motivos y acuerdo para la creación de CORAT

Los antecedentes de CORAT se encuentran en la búsqueda del aprovechamiento racional de todos aquellos recursos disponibles y la organización social para lograr mejores condiciones de vida para la población. 1/

1/ Véase en el apéndice el acuerdo del Gobernador del Estado, del 27 de agosto de 1983, mediante el cual se autoriza la creación de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco.

Esta búsqueda atañe a los distintos grupos sociales presididos y coordinados por las instituciones gubernamentales, que a su vez requieren de medios de comunicación pública 1/ que difundan y fortalezcan los programas de desarrollo.

De estos medios de comunicación pública, la radiodifusión (que involucra a la radio y televisión), tiene mayor capacidad de penetración rápida y accesible, además de contribuir a la integración nacional y regional de aquellas comunidades que se hallan más alejadas de los grandes núcleos urbanos y agropecuarios, o de los polos de desarrollo; asimismo, la radiodifusión constituye un medio de expresión de sentir y pensar de la población nacional y estatal.

Todo esto, se infiere, influyó para que el gobierno de Tabasco creara un organismo desconcentrado que se encargara de usar la radiodifusión como medio de comunicación para el desarrollo, y que igualmente se hiciera

1/ Por medios de comunicación pública (medios de comunicación colectiva o masiva) se entiende a los recursos tecnológicos con los cuales es posible que en público se envíen mensajes producidos industrialmente a un gran número de receptores que constituyen un público; la difusión y recepción de mensajes, además de involucrar a amplias capas sociales, también es, sobre todo, rápida y efímera, tal y como sucede con cine, prensa, radio y televisión.

responsable de instalar y operar las estaciones cuyos programas promovieran el desarrollo de la entidad, el conocimiento de su historia y sus manifestaciones artísticas y culturales; paralelamente, que también despertara, promoviera y fortaleciera, según el caso, la conciencia cívica de la población tabasqueña.

Si ya lo anterior es de especial importancia para apuntalar la transformación y modernización de una entidad federal que acusa un desarrollo desigual, industrial, agroindustrial, agrario y sociocultural, lo es también que a CORAT se le asignaran las funciones de contribuir a fortalecer la unidad nacional, de divulgar el saber científico y tecnológico; así como la cultura y arte universales; aparte de que CORAT concentraría, todas aquellas actividades de otras dependencias locales con las que anteriormente el gobierno de Tabasco participaba, a un elevado costo y con duplicidad de funciones, en la radio y teledifusión.

Formalmente, las funciones que se asignaron a -- CORAT fueron:

- I. Instalar y operar las estaciones de radio y televisión cuyas frecuencias se otorguen al gobierno del Estado.
- II. Producir y transmitir programas que promuevan el desarrollo del Estado, que difundan su historia y sus manifestaciones artísticas y culturales y que estimulen la conciencia cívica de sus habitantes.
- III. Transmitir programas que fomenten la unidad nacional y divulguen los avances de la ciencia y tecnología, así como las mejores expresiones del arte y la cultura universales.
- IV. Producir y transmitir programas en colaboración con estaciones educativas y culturales por medio de los convenios respectivos.
- V. Coordinar y convenir la transmisión en cadena con otras estaciones.

VI. Los demás que le asigne el Ejecutivo del Estado.

En cuanto a su estructura directiva, CORAT es presidida por el Gobernador del Estado y se halla integrada por los secretarios de Gobierno; de Programación; Educación, Cultura y Recreación; Desarrollo; de Comunicaciones, Asentamientos y Obras Públicas, así como el Contralor General; cuenta con un Vocal Ejecutivo y el personal técnico, de producción y administrativo necesario. Esta comisión debe reunirse por lo menos, una vez al año, mediante la convocatoria respectiva del Gobernador.

La administración de CORAT se halla a cargo de la Junta Directiva y el Vocal Ejecutivo; la Junta se integra por los secretarios, contralor y vocal ejecutivos ya mencionados.

Corresponde al Vocal Ejecutivo el manejo de este organismo desconcentrado y hacer que alcance las metas y finalidades que le competen. De esto se hablará en el siguiente apartado.

3.2 Estructura y organización de CORAT

La función primordial de la radiodifusión pública mexicana, de acuerdo a los postulados de la Constitución Política Nacional, es fortalecer y conservar al pacto social y federal; buscar constantemente, en los quehaceres de la comunicación institucional, un uso más racionalizado de la radio y televisión; hacer comunes los asuntos públicos; reunir en la participación de la información a diversos sectores sociales; en síntesis, coadyuvar al fortalecimiento de la sociedad mexicana.

Tabasco cumple con dicho deber nacional mediante CORAT. El motivo que anima al organismo en este propósito es la producción y transmisión de contenidos que promueven el desarrollo socioeconómico y político de la entidad, ---asimismo, que difundan su historia, manifestaciones culturales o artísticas; todo ello para definir, reforzar y mantener la identidad regional como parte de la identidad y -unidad nacional.

Para el efecto, CORAT disponía en 1985 de dos estaciones de radio, una de amplitud modulada (XETVA AM, --- 1230 kilociclos), La Nueva Estación; otra de frecuencia modulada (XHTVA-FM, 94.9 megaciclos), Radio Tabasco; así como de un canal de televisión (XHSTA TV, Canal 7).

La penetración inicial de estas emisoras se extendía al área de la capital tabasqueña, Villahermosa y a su periferia. La población beneficiada finalmente ascendería a más de un millón de habitantes; es decir 191,000 radiohogares y 23,218 telehogares (cifras estimadas por 1985).

El organismo CORAT (1985) se hallaba dirigido -- por un Vocal Ejecutivo, quien es el responsable de su operación y funcionamiento 1/.

Por su parte, el Vocal Ejecutivo se auxiliaba -- de un Director Técnico; un Director de Producción; otro -- de Noticias; uno más de Programación y Promoción; así como la Dirección de Radio y la de Administración.

1/ Véase en los apéndices el correspondiente al Manual - General de Organización de CORAT.

3.2.1 Aspectos administrativos

Los trabajos administrativos de CORAT se iniciaron con el reclutamiento y selección del personal que se haría cargo de las distintas áreas previstas en el proyecto de CORAT; como producción, noticias, radio, programación, técnica y administración.

El 31 de julio de 1983 se publicaron convocatorias para contratar el personal que ocuparía los puestos establecidos en los distintos niveles y en las diversas especialidades; al respecto, se recibieron 465 solicitudes de empleo.

La selección del personal se hizo sobre la base de las aptitudes y conocimientos generales acerca de las áreas determinadas, sin tener como requisito indispensable los estudios o experiencia en los ramos de la radio y la televisión.

Las razones para ello fueron dos; por un lado, no se consideró conveniente prescindir de quienes ya labo-

raban en organismos con funciones similares a CORAT. Por otro lado, se estableció como objetivo la capacitación de empleos en la entidad.

Con dichos criterios se seleccionaron 100 personas, que incluían prospectos para productores, asistentes, locutores, reporteros, programadores, técnicos y personal administrativo.

Los trabajos de capacitación e integración se iniciaron el 15 de agosto de 1983, en el caso de los productores y en fechas posteriores la del resto del personal. Esto significó que en sólo 20 días se prepararon los recursos humanos que hacen posible el funcionamiento de CORAT.

El personal técnico inició su capacitación con la instalación del equipo técnico que ellos mismos manejarían. Los trabajos comenzaron el 23 de agosto y el equipo técnico entró en funcionamiento el 5 de septiembre.

Las instalaciones fueron construidas por el organismo estatal Codeurtab. Se levantaron tres edificios: el de oficinas y estudios de televisión; el de radio AM y el de radio FM. El equipo técnico se instaló en los estudios de radio y televisión y la red de transmisión.

En grandes cifras, el gasto total realizado en la primera fase fue de 473 millones de pesos, distribuidos en los siguientes rubros:

Inmuebles	\$ 191'000,000.00
Equipo técnico	216'500.000.00
Gastos de Instalación	37'900,000.00
Gastos de Operación	13'000,000.00
Impuestos de Importación	14'600,000.00

3.2.2 Aspectos Técnicos

Originalmente, a la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco le fueron asignadas las siguientes frecuencias para cubrir la ciudad de Villahermosa.

94.9 MHZ
1230 KHZ
XHSTA-TV CANAL 7

El 1 de septiembre de 1983 iniciaron sus emisiones de prueba los transmisores de FM y de televisión. A -- partir de entonces, la estación de FM ha operado ininte---- rrumpidamente, sus transmisiones se iniciaron en la ciudad - capital del estado. Por su parte, la señal de televisión - enfrentó serios problemas en gran parte de la ciudad debi-- do a la fuerte interferencia producida por la estación de - Televisión de la República Mexicana, Canal 2, del Cerro -- del Huitepec, en el Estado de Chiapas, la cual disponía de un transmisor de alta potencia y antena de alta ganancia, -- que generaba una potencia radiada aparente muy alta compa-- rada con la de CORAT.

Otras causas de las fallas en la transmisión fue-- ron errores en la operación técnica de los equipos; en ---- parte se debió a que la mayoría de los trabajadores eran -- estudiantes que antes del 23 de agosto de 1983 no habían -- tenido contacto con alguna actividad relacionada con su --- actual ocupación.

A pesar de ello, la mayoría del personal ha demostrado voluntad y capacidad de aprendizaje; ha mejorado notablemente su desempeño desde el inicio de las transmisiones de prueba.

Al mismo tiempo, se afinaron detalles en el acabado de la instalación y puesta en funcionamiento de los equipos, como son cámaras, control de video, video-grabadoras, switcher, consolas de audio, micrófonos, tornamesas, grabadoras de audio, módulos de edición, sistemas de iluminación y unidad móvil.

Como al comienzo CORAT sólo disponía de una radioemisora que debía ampliar la cobertura de la señal, se optó por una programación musical variada que captara gusto y atenciones de un público también variado. Se buscaba ofrecer una opción en el cuadrante, una alternativa original de sintonía.

Buenos días, Tabasco fue uno de los primeros programas que se transmitieron diariamente de lunes a vier-

nes de 7:00 a 8:00 de la mañana, y cuyo objetivo fundamental ha sido proporcionar información noticiosa, comentarios generales, entrevistas personales a invitados y el santoral. También eventualmente se ofrecen avisos sociales o bien de instituciones públicas a los ciudadanos y se divulga el sentir del auditorio respecto a ineficiencias de servicios públicos; esto se hace mediante llamadas o cartas.

También se ha producido el programa Para gozar y bailar, difundido los Jueves, viernes y sábado de las 19:00 a las 22:00 horas. Este programa ofrece barras de música afroantillana, con intervención constante y oportuna de comentarios e información sobre las piezas y sus autores, las fechas de producción, así como las características e importancia de los ritmos, que han sido asimilados a la cultura local y nacional.

El resto de la programación se integraba con la mezcla de ritmos, selecciones musicales y pertenencias culturales, para corroborar así las ideas de pluralidad, variación y agilidad.

La fonoteca se inició con 600 discos y 500 cintas; un 70 por ciento era música internacional (jazz, clásica, rock y popular tabasqueña. Este archivo se ha enriquecido con mayor cantidad de música culta; también ha recibido material proveniente de emisoras con fines y propósitos parecidos a los de CORAT, tales como Radio UNAM y -- radio Educación, del Distrito Federal, las cuales proporcionaron radionovelas como El águila y la serpiente, de -- Martín Luis Guzmán; radioteatros y programas monográficos.

Con relación a la formación de personal, en un -- comienzo, se realizaron pláticas con estudiantes del curso de periodismo para seleccionar posibles candidatos a locutores; luego de entrevistarlos, se escogió a un grupo de -- cinco prospectos originarios del Estado. Posteriormente -- se llevó a efecto un curso intensivo de locución en Radio Educación, en el Distrito Federal.

El curso se efectuó durante diez días seguidos, de las 8:00 de la mañana a las 22:00 horas. Comprendió -- desde principios de dicción, hasta ejercicios respirato--

rios. Una vez en la ciudad de Villahermosa, los prospectos iniciaron sus turnos de locución. En la primera de tres etapas, participaron los locutores sin comentarios; identificaron la emisora, leyeron promocionales y dieron la hora.

En la segunda etapa los locutores anunciaron las melodías y sus autores, en todos los géneros.

Durante la tercera etapa ampliaron la locución a la producción de los programas de Tabasco infantil, también los nuevos promocionales que surgieron al ampliarse los tiempos de transmisión.

3.2.3 Información y noticias

La tarea informativa está concebida como una de las prioridades de CORAT. Se parte de que una sociedad mejor informada puede ser más crítica y, por lo mismo, democrática; este organismo pretende informar y orientar sobre las acciones, programas y proyectos de los diferen-

tes sectores que integran a la sociedad tabasqueña. Para el efecto, los primeros programas informativos de CORAT -- que se difundían por sus frecuencias de televisión y radio fueron:

Televisión

Por lo que toca a televisión, se tiene el Noti--
ciario en punto, que se ha trasmitido de lunes a viernes, con duración de 30 minutos, a las 20:30 horas, y se retrasmite a las 23:30 horas.

Para la elaboración del noticiario se han utilizado videos de apoyo, videos mezclados con notas grabadas de los reporteros, e imagen y voz de terceros (discursos, entrevistas, encuestas, etcétera). También se han presentado con regularidad entrevistas en vivo a servidores públicos invitados al estudio.

El noticiario tenía asignados un jefe de información, un jefe de redacción, seis reporteros, aparte del apoyo técnico necesario.

Debido a que uno de los propósitos fundamentales de CORAT es la formación de cuadros periodísticos en la entidad, los reporteros son originarios de Tabasco, y fueron seleccionados de entre los alumnos del curso intensivo de periodismo auspiciado por el gobierno del Estado. Este -- grupo pasó por una etapa intensiva de capacitación, que en la medida de su avance ha permitido elevar el nivel profesional del noticiario En Punto.

En el manejo informativo tiene prioridad el acontecer estatal y municipal, sin olvidar el manejo de información nacional e internacional, bloque al que mínimamente se le dedicaban de cinco a seis minutos del noticiario.

Se ha formado una red de corresponsales en los 17 municipios tabasqueños, que se encargan de la información generada en los sectores social y privado. Se integró dicho equipo mediante una selección entre periodistas que vivían en las localidades.

Por lo que se refiere a imagen y la barra de información nacional e internacional, se integró un archivo

de video con los principales personajes de la vida pública nacional y mundial; material que fue proporcionado gratuitamente por los canales 11 y 13 de la capital de la República. Con el uso de este archivo visual es ahora más atractiva la información y el quehacer noticioso.

Para reforzar la barra mencionada, así como la información estatal y municipal, se elaboraron mapas diversos, con la división política completa y un juego de luces internas, que se manejan a cuadro según la procedencia de las informaciones.

De la misma forma, se incluyen en los noticieros, tres locutores más, seleccionados de entre el personal de CORAT. Ellos se encargan de leer la información nacional, internacional y deportiva.

Programa En público. Con duración de una hora, este programa se ha transmitido los miércoles de cada semana, de 21:00 a 22:00 horas en vivo; se previó que su propósito fundamental fuera ventilar a la luz pública aquellos problemas estatales de interés general y de actualidad, --

con el fin de permitir a la propia estructura de gobierno y a los representantes de los diversos grupos sociales -- plantear con entera libertad sus puntos de vista, disipar dudas y definir conceptos.

Las emisiones del programa En público se han -- enfocado fundamentalmente hacia el sector de los servi--- cios. Un conductor-moderador servía como enlace en el estudio entre el, o los funcionarios invitados y los even-- tuales representantes sociales.

Promocionales Hablan los hechos. Han sido mensa-- jes breves y diversos, cuya duración es entre dos y cuatro minutos, y de carácter informativo, para que, en un corto espacio, se describiera una obra del gobierno, así como - su compromiso y cumplimiento, incluida la participación po-- pular en el proyecto, inversión, fecha de terminación y po-- blación beneficiada.

Como parte complementaria, se presentaba la voz e imagen de los propios favorecidos con la obra, quienes - opinaban sobre sus repercusiones y utilidad.

Respecto a la radio, la Dirección de Noticias -- de CORAT inició su participación en el ámbito informativo con el programa radiofónico Buenos días, Tabasco, que se -- ha transmitido de lunes a viernes, por la estación de FM de CORAT de siete a ocho de la mañana.

Por otro lado, se estableció una coordinación -- plena entre la dirección de noticias y la dirección de radio; se delimitaron acciones y responsabilidades, para hacer más eficiente la tarea de ambas dependencias y aprovechar al máximo los esfuerzos.

Asimismo, desde el 26 de septiembre de 1983, la radiodifusora mencionada se enlaza con el Canal 7, también de CORAT, para transmitir simultáneamente el noticiario --- En punto.

3.2.4 Producción de Televisión

El equipo de producción se inició con tres personas de amplia experiencia; a ellos se unieron cinco productores y la misma cantidad de asistentes; éstos últimos

fueron oriundos de la región, quienes se han capacitado -- en las diversas esferas de la teleproducción.

Los programas iniciales producidos por CORAT -- fueron En consulta, Nuestro ambiente, Cómo como, Reencuentro, Así es Tabasco, Especial cultural y deportivo, la serie Cosas de familia (que en realidad era una barra diaria integrada por Monedero, La Familia Musical, Infantil, La - Mujer) y los programas informativos ya mencionados En pú-- blico y el noticiero En punto; además de los promociona--- les, identificaciones y cortinillas.

Con el propósito de fomentar la crítica y cap--- tar oportunamente las fallas de los programas que se tras- miten, ha sido necesario que la programación televisiva -- sea objeto de un detenido análisis, con la finalidad de -- evaluar la labor que se desarrolla.

De inmediato a su creación, CORAT buscó colabo-- rar con las dependencias gubernamentales de los ámbitos -- federal, estatal y municipal, a fin de que se produjeran -

materiales susceptibles de transmitirse por la televisión - del gobierno local, al igual que campañas promocionales de las diferentes actividades de las dependencias oficiales, como periodos de inicio de clases, ciclos de vacunación, - adquisición de semillas mejoradas, lucha contra la farmacodependencia, ferias regionales y ganaderas, entre otras.

Igualmente, y dentro del mismo rango, se ha tratado de ampliar el ámbito de las actividades televisivas a las asociaciones civiles, siempre y cuando sean de carácter no lucrativo.

PROMOCIONALES REALIZADOS EN 1983 (campañas permanentes)

Ecología

Reforestación

Economía popular

Fomento deportivo

Limpieza

PROMOCIONALES POR REALIZAR (campañas permanentes)

Colaboración ciudadana

Identificación regional

Prevención del alcoholismo y drogadicción

Cuidado del agua potable

IDENTIFICACIONES DEL CANAL CON IMAGEN DE MUNICIPIOS

Cárdenas

Comalcalco

Centro

Cunduacán

Jalpa de Méndez

Emiliano Zapata

Paraíso

Macuspana

Nacajuca

Tenosique

(Segunda fase)

Balancán

Huimanguillo

Centla
Teapa
Tacotalpa
Jalapa
Jonuta

La programación se integra de acuerdo a la investigación constante de las necesidades de comunicación pública de las instituciones gubernamentales que realizan operaciones en la entidad; de las agrupaciones civiles y de servicio social, y de los municipios y comunidades en general, para producir mensajes que tengan por objeto inculcar valores, estimular actitudes, provocar y reforzar comportamientos de interés general, con miras al desarrollo sano de la colectividad; a socializar los avances del sector público en la solución de problemas que afectan a los tabasqueños.

Dentro de la evolución de CORAT, se ha querido que la programación local cubra como mínimo el 50 por ciento del tiempo total de trasmisión, precisamente en los horarios de mayor atención del público. Queda el espacio

restante para la difusión de programas, películas (en el caso de TV), promocionales, cápsulas y similares de producción externa, considerada como complementarios a la producción local.

Dada la naturaleza regional de CORAT, los programas de producción externa han tenido objetivos como

- Incrementar el conocimiento de los problemas sociopolíticos, historia, geografía, economía y costumbres del país y de sus estados, a fin de fortalecer la conciencia y la solidaridad entre los mexicanos.
- Participar en los planes de comunicación social que se emprendan en el ámbito nacional.
- Integrarse al sistema nacional de educación por radio y televisión.
- Ampliar el horizonte científico, tecnológico, histórico, artístico y cultural mediante la presentación de las mejores manifestaciones universales.

La programación se ha apegado estrictamente a -- disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión; además, está prohibida la promoción de bebidas alcohólicas, - cigarrillos, y en general de todo servicio, producto o conducta que fomente el consumismo, la sumisión de la mujer, la desvalorización de la cultura local y de lo tabasqueño; así como el fanatismo y los comportamientos antisociales, especialmente las que vayan en detrimento de la dignidad humana, o en contra de la moral y del orden público.

El tiempo dedicado a la transmisión de promociones, cápsulas y similares, se conservan por debajo de lo - marcado por la misma Ley Federal de Radio y Televisión.

Recién fundada CORAT se recibió material audiovisual proporcionado por Radio y Televisión de Guanajuato; - pero se logró que una tercera parte de la producción fuera propia, y se integrara de la siguiente forma:

PRODUCCION PROPIA

En consulta

Nuestro ambiente

En público
Cómo como
Reencuentro
Así es Tabasco
Especial cultural y deportivo
En punto (noticiario)
Cosas de familia

PRODUCCION EXTERNA (series)

Aventuras de las plantas
Grandes batallas del pasado
Imágenes de nuestra historia
Voces del campo
Añoranzas
Aventuras del Himalaya
Plástica mexicana
Cómo hacer mejor
La guitarra en el mundo
Grandes ciudades
Vida en peligro
Canción de la Gran Bretaña

Sábados de 9 a 10

Cuentos y canciones

Imaginación de la palabra

Los tiempos pasados

Maestros del arte contemporáneo

Grandes ríos

Hombres de Guanajuato

En busca del pasado

Museos y monumentos

Festival de música antigua

Festival de música folklórica

Yacob Agam

Si las piedras hablaran

Historia del periodismo

La abeja molífera

La inquietante atmósfera

Historia de la navegación

3.3 Proyecto de programación y producción (1985) 1/

La creación de CORAT de ninguna manera fue una tarea fácil; en parte su origen puede encontrarse en la -- preocupación de sectores representativos del pueblo tabasqueño que cada vez más veían afectadas las tradiciones y -- costumbres regionales precisamente por influencias ni si-- quiera mexicanas.

También estaba y está de por medio el hecho de -- que a la radio y a la televisión en Tabasco sólo se utilizara con fines publicitarios, mercantilistas y propagandís-- ticos, en la mayoría de los casos, y rara vez con un verda-- dero sentido de servicio a la colectividad.

Igualmente, se hallan los requerimientos de man-- tener informados a los ciudadanos de todo cuanto les afecta; o de aquello que hace el gobierno municipal y de la -- entidad.

1/ Este proyecto se presenta con las limitaciones de la -- información que pudo conseguirse.

Esto, se insiste, no ha sido algo a lo cual pudiera responderse de manera fácil, dada la situación del marco jurídico vigente y las condiciones económicas que afecta al país desde finales de 1982.

Sin embargo, lo que sí ha resultado más difícil todavía es integrar (1985) y operacionalizar los objetivos de CORAT y traducirlos a programas radiofónicos y televisivos, así como a mensajes y campañas permanentes.

Dicha dificultad ha sido, de alguna manera, aumentada porque se ha querido que los medios electrónicos asignados a CORAT sean manejados por personal originario de Tabasco, para que en sus manos y decisiones esté la responsabilidad de informar y mantener la cultura y la identidad regional y nacional de los mismos tabasqueños.

Hubiera sido relativamente fácil para los directivos de CORAT llevar personal especializado de otras partes de la República, incluso contratar técnicos extranjeros, pero siempre se previó que esta no era la solución -- que se buscaba con el nuevo organismo.

Con sus fallas muy notorias, pero también con aciertos dignos del mejor reconocimiento, se presenta --- aquí la programación que se estructuró para 1985, la cual, con variantes y ajustes derivados de las transmisiones, así se pasó al aire por televisión. Antes se incluye el primer proyecto de programación que tuvo para las estaciones radiofónicas de CORAT en 1983.

PRIMER PLAN ALTERNATIVO DE PROGRAMACION RADIOFONICA # 1 (1983)

143.

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7 a 8	B.D.T. 1/	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.		
8 a 9	M. Tabasco 2/	M. Tabasco	M. Tabasco	M. Tabasco	M. Tabasco	Eventos	Culturales
9 a 10 10 a 11	Música Mexicana	Música Mexicana	Música Mexicana	Música Mexicana	Música Mexicana	"	"
11 a 12	Música Afroantillana	Música Afroantillana	Música Afroantillana	Música Afroantillana	Música Afroantillana	"	"
12 a 13	Novela El Aguil y la Serpiente		Novela El Aguil y la Serpiente	Música Latino americana	Novela El Aguil y la Serpien te	"	"
13 a 14	Música Latino americana	Música Latino americana	Música Latino americana	Música Latino americana	Música Latino americana	"	"
14 a 15	Música Instru mental	Música Ins-- trumental	Música Instru mental	Música Instru mental	Música Instru mental	"	"
15 a 16	Música Clási ca Ligera	Música Clási ca Ligera	Música Clási ca Ligera	Música Clási ca Ligera	Música Clási ca Ligera	"	"
16 a 17	El Aguil y la Serpiente		El Aguil y la Serpiente		El Aguil y la Serpiente	"	"
17 a 18	Grandes Bandas	Música Bra sileña	Grandes Ban das	Música Bra sileña	Grandes Bandas	"	"
18 a 19	Música Inter nacional	Música Inter nacional	Música Inter nacional	Música Inter nacional	Música Inter nacional	Eventos	Eventos
19 a 20	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Prog. para go zar y bailar	Progr. para go zar y bailar	Prog. para go zar y bailar	Prog. para gozar y bailar
20 a 21	Not. Local	Not. Local	Not. Local	Not. Local	Not. Local	Eventos	Eventos
21 a 22	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Prog. para go zar y bailar	Prog. para go zar y bailar	Prog. para go zar y bailar	Prog. para gozar y bailar
1/	BUENOS DÍAS TABASCO		2/	MÚSICA DE TABASCO			

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7 a 8	B.D.T. 1/	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.
9:30 a 10:00	El Aguila y la Serpiente		El Aguila y la Serpiente		El Aguila y la Serpiente	Eventos	Eventos
12:00 a 12:30		Radio Novela o Cuento Corto		Radio Novela o Cuento Corto		Eventos	Eventos
16:30 a 17:00	El Aguila y la Serpiente	Repetición	El Aguila y la Serpiente	Repetición	El Aguila y la Serpiente	Eventos	Eventos
18:00 a 18:30	Música Brasi- leña	S U D A M E R I C A Grandes Bandas	Música Brasi- leña	Grandes Bandas	Música Brasi- leña	Eventos	Eventos
18:30 a 19:00	Música Inter- nacional	Música Inter- nacional	Música Inter- nacional	Música Inter- nacional	Música Inter- nacional		
19:00 a 19:30	Música Inter- nacional	Música Inter- nacional Grandes Can- tantes	Música Inter- nacional	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar
19:30 a 20:30	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más			Eventos	Eventos
20:30 a 21:00		Not. Local	Not. Local	Not. Local	Not. Local	Eventos	Eventos
21:00 a 22:00	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Jazz, Rock y algo más	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar

1/ Buenos Días Tabasco

PROGRAMA ALTERNATIVO DE PROGRAMACION RADIOFONICO # 3

	Lunes	Martes	Miércoles	Jueves	Viernes	Sábado	Domingo
7 a 8	B.D.T. 1/	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.	B.D.T.
9:30 a 10:00	El Aguila y la Serpiente		El Aguila y la Serpiente		El Aguila y la Serpiente	Eventos	Eventos
12:30 a 13:00		Radionovela o cuento -- corto		Radionovela o cuento corto		"	"
16:30 a 17:00	El Aguila y la Serpiente	Radionovela o cuento -- corto	El Aguila y la Serpiente	Radionovela o cuento corto	El Aguila y la Serpiente	"	"
18:00 a 18:30						"	"
18:30 a 19:00						"	"
19:00 a 19:30				Prog. para go- zar y bailar	Prog. para go- zar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar
19:30 a 20:30							
20:30 a 21:00		Not. Local	Not. Local	Not. Local	Not. Local		
21:00 a 23:00				Prog. para go- zar y bailar	Prog. para go- zar y bailar	Prog. para gozar y bailar	Prog. para gozar y bailar

1/ Buenos Días Tabasco

PROGRAMACION DE LA NUEVA ESTACION. XETVA AM

1.-	A PRIMERA HORA	6:00 a 6:30 Hrs.	Lunes a viernes	30'
2.-	VOCES DEL CAMPO	6:00 a 7:00 "	Lunes a sábado	60'
3.-	EL NOTICARIO	9:00 a 9:30 "	Lunes a viernes	30'
		15:00 a 15:30 "		
4.-	RADIONOVELA CARMEN	9:30 a 10:00 "	Martes y Jueves	30'
		17:00 a 17:30 "	Repetición	
5.-	RADIONOVELA TIERRA SIN DIOS	10:00 a 10:30 "	Lunes a viernes	30'
		16:00 a 16:30 "	Repetición	
6.-	JAVIER SOLIS E INVITADOS	10:30 a 11:30 "	Lunes a viernes	60'
7.-	PEDRO INFANTE Y JORGE NEGRETE	12:00 a 13:00 "	Lunes a viernes	60'
8.-	TABASCO AL DIA	13:00 a 14:00 "	Lunes a viernes	60'
9.-	HORA DE LOS BEATLES	14:00 a 15:00 "	Lun, Miér, Vier.	60'
10.-	SALUDOS Y CANCIONES	16:30 a 17:00 "	Lunes a viernes	30'
11.-	NUESTRAS PALABRAS	18:00 a 18:30 "	Lunes a viernes	30'
12.-	JOSE JOSE Y CAMILO SESTO	19:00 a 19:30 "	Lunes a viernes	60'
13.-	VOCES Y LETRAS DE TABASCO	19:30 a 20:00 "	Jueves	30'
		10:00 a 10:30 "	Sábado	30'
14.-	REALIDADES	18:30 a 19:00 "	Sábado	30'
15.-	PARA GOZAR Y BAILAR	19:00 a 20:00 "	Viernes	60' a 120'
		20:00 a 22:00 "	Sábado	
16.-	EL GOLPE DE LA MUSICA	19:00 a 20:00 "	Sábado	60'
17.-	EN PUNTO	20:00 a 21:00 "	Lunes a viernes	60'
18.-	EN PUBLICO	21:00 a 22:00 "	Miércoles	60'
19.-	ABOGADO EN CASA	21:30 a 22:00 "	Jueves	60'
20.-	POEMAS Y CANTARES	21:30 a 22:00 "	Lunes y martes	30'
21.-	FEMENINAS ROMANTICAS	19:30 a 20:00 "	Lun, Miér, Vier.	30'
22.-	RITMO Y ORIGEN	21:00 a 22:00 "	Viernes	60'
23.-	EN CONFIANZA	8:00 a 8:30 "	Domingo	30'

PROGRAMACION DE RADIO TABASCO, XHTVA FM (1985)

147

1.-	BUENOS DIAS TABASCO	6:30 a 8:00 Hrs.	Lunes a viernes	90'
2.-	EN PUNTO	20:30 a 21:00 "	Lunes a viernes	60'
3.-	VOCES Y LETRAS DE TABASCO	19:00 a 19:30 "	Lunes	30'
4.-	RADIONOVELA LA SOMBRA DEL CAUDILLO	9:00 a 9:30 " 16:00 a 17:00 "	Lun., Miér., Vier., Repetición	30'
5.-	RADIONOVELA TIERRA SIN DIOS	10:00 a 10:30 " 15:30 a 16:00 "	Lunes a viernes Repetición	30'
6.-	EN CONCIERTO	21:30 a 22:00 "	Martes	30'
7.-	F. M. JAZZ	22:00 a 23:00 "	Miércoles	60'
8.-	ABOGADO EN CASA	21:00 a 22:00 "	Jueves	60'
9.-	PARA GOZAR Y BAILAR	22:00 a 23:00 "	Viernes	60'
10.-	REALIDADES	18:30 a 19:00 "	Sábados	30'
11.-	EN PUBLICO	21:00 a 22:00 "	Miércoles	60'
12.-	NOTICARIO RADIO EDUCACION	14:30 a 15:00 "	Lunes a viernes	30'
13.-	A TRAVES DEL ROCK	21:30 a 22:00 "	Viernes	30'
14.-	CUENTOS PARA DESPERTAR	9:00 a 9:30 " 16:00 a 16:30 "	Sábado Repetición	30' 30'
15.-	EL HOMBRE Y EL TIEMPO	11:00 a 11:30 "	Sábado	30'
16.-	EL GOLPE DE LA MUSICA	12:00 a 12:30 "	Sábado	30'
17.-	BELLAS ARTES EN RADIO	12:00 a 12:30 "	Domingo	30'
18.-	HACEDORES DE FUTURO	21:30 a 22:00 "	Domingo	30'

PROGRAMACION DE CANAL 7 (1985)

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO

- Género de Clasificación de la Programación de Canal 7 de TV - de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco.
- A. Noticiosos: Informe sobre sucesos locales, nacionales e internacionales; reportes meteorológicos, actos cívicos y sociales; comentarios y análisis.
- B. Deportivos: Presentación de Juegos y eventos locales, nacionales e internacionales; organización deportiva; capacitación deportiva; - noticias, comentarios y análisis.
- C. Entretenimiento: Los programas destinados a este fin: música, drama, variedades, comedia, telenovela, concursos.
- D. Económicos y Sociales: Informes sobre producción industrial, agrícola, minera, artesanal, etcétera; variaciones de precios; desarrollo comercial e industrial, seguridad social; transporte y comunicaciones; desarrollo de las ciudades; comentarios y análisis y participación comunitaria.
- E. Políticos: Informe sobre nuevas leyes; actividades del Ejecutivo y del - Congreso; informes de partidos políticos; elecciones en la -- República; charlas, comentarios, discusiones, discursos; opinión pública, opinión de la prensa, editoriales, mesas - - - redondas.
- F. Culturales: Para la comprensión y entendimiento de la literatura, música, bellas artes, historia, geografía, ciencias sociales y naturales, tanto nacionales como extranjeras; programas preparados por o con la cooperación de universidades, museos, bibliotecas, y otras instituciones de cultura; conferencias y conciertos; orientación profesional y vocacional; noticias sobre libros, exposiciones y conciertos; comentarios y análisis.

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO
CANAL 7

Programas de Producción Local

A. Noticiosos

En Punto
En Público
Punto Final

B. Deportivos

Cuestión de Deportes
Táctica y Estrategia

C. Entretenimiento

Punto y Coma
Las Aventuras de Liborio
Así pensamos los Niños

Ruido S.O.S.
Ritmo y Origen
Musical Juvenil
Fiesta en mi Pueblo

D. Económicos y Sociales

Voces del Campo
Monedero
Isssteservicio
Seguro que es Seguro
La Mujer

E. Políticos

Realidades

F. Culturales y educativos

Nuestros Estudiantes
Polifonía de la Naturaleza
Entorno Universitario
Reencuentro
Expresiones
Tiempo Joven
Proyección Universitaria
Educación en Marcha

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO

Producción Externa

- A. Noticiosos
- B. Deportivos
Futbol (UNAM)
- C. Entretenimiento
Mi Amigo El Teniente
Cine en la Noche
Soneros
- D. Económicos y Sociales
- E. Políticos
III Informe Presidencial
Programas Especiales promovidos por RTC
- F. Culturales
Los Libros tienen la Palabra
Los que hicieron nuestro Cine
Grandes Maestros del Arte Popular
Historia de Maestros
Grandes Batallas
La Historia de la Pintura de México
La Hora de Bellas Artes
La Obra de La Semana
Grandes Novelas

CANAL 7

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO

Tiempo de Trasmisión

Total de Tiempo al Aire (semanal)	72 horas	100%
Total de Tiempo de Producción		
Local	47 horas	65.28%
Total de Tiempo de Producción		
Externa	25 horas	34.72%

CANAL 7
TIEMPO DE DURACION POR PROGRAMAS

<u>DURACION GLOBAL</u>	<u>DURACION EFECTIVA</u>	<u>NO. DE CORTES INTERMEDIOS</u>	<u>TIEMPO DEDICADO A PROMOCIONES</u>
UNA HORA	54 MINUTOS	03	06 MINUTOS
MEDIA HORA	27 MINUTOS	01	03 MINUTOS
TOTAL DE TIEMPO DE TRASMISION DIARIA		10:00 HRS.	100%
TOTAL DE TIEMPO DEDICADO A PROMOCIONALES		01:00 HRS.	10%

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p><u>A. NOTICIOSO</u></p> <p>EN PUNTO</p> <p>TRANSMISION EN VIVO, --- POR RADIO Y T.V., DE LU NES A VIERNES, A LAS --- 20:30 HRS. CON REPETI--- CION A LAS 23:30 HRS. - EN UNA REEDICION QUE IN CLUYE OTRAS NOTICIAS Y LAS INFORMACIONES DE UL TIMA HORA.</p> <p>DURACION MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR: ARTURO ARDURA PALMA</p> <p>PRODUCCION:</p> <p>CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR AL TELEAUDITORIO INFORMACION VERAZ Y OPORTUNA SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS MAS RELEVANTES EN EL ESTADO.</p> <p>INVOLUCRAR A LOS HABITANTES DE TABASCO EN LOS PLANES Y PROGRA MAS DE DESARROLLO QUE EL GO--- BIERNO ESTA LLEVANDO A CABO.</p> <p>ORIENTAR A LA POBLACION SOBRE EL SENTIDO DE LAS OBRAS Y --- ACCIONES DEL GOBIERNO DEL ES- TADO.</p>	<p>EL PROGRAMA ESTA A CARGO DE UN CONDUCTOR PRINCIPAL Y DOS AUXILIARES. SE APOYA CON -- IMAGENES DE LOS SUCECOS DEL - DIA, ASI COMO ENTREVISTAS, EN CUESTAS POPULARES, REPORTAJES, ETCETERA. CUENTA ADEMÁS CON - COMENTARISTAS, DOS VECES POR SEMANA QUE HABLAN DE ASUNTOS POLITICOS, SOCIALES Y CULTU-- RALES.</p>	<p>CONSTA FUNDAMENTALMENTE DE LAS SIGUIENTES --- SECCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - INFORMACION GENERAL - DEPORTES - ACTIVIDAD MUNICIPAL - COMENTARIO - EDITORIAL

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

154

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>A. <u>NOTICIOSO</u></p> <p>7 PM. EN PUNTO (ADELANTO NOTICIOSO)</p> <p>TRANSMISION EN VIVO DE LUNES A VIERNES A LAS 19:00 HORAS, POR RA— DIO Y TV.</p> <p>DURACION 7 MINUTOS</p> <p>PRODUCTOR: ARTURO ARDURA PALMA</p> <p>PRODUCCION: CORAT</p>	<p>INFORMAR A LA POBLACION EN — FORMA BREVE, DE LOS SUCESOS — PUBLICOS MAS IMPORTANTES OCURRIDOS EN EL ESTADO.</p> <p>TOMAR LA DELANTERA A LOS DE— MAS MEDIOS, EN LA OPORTUNI— DAD DE LA NOTICIA.</p> <p>PROMOVER ENTRE LA AUDIENCIA EL INTERES POR EL NOTICIA— RIO EN <u>PUNTO</u>.</p>	<p>EL PROGRAMA ESTA A CARGO DE UN SOLO CONDUCTOR Y SE APOYA CON IMAGEN DE SUCESOS RELE— VANTES DEL DIA.</p> <p>LAS NOTICIAS SON SUMAMENTE BREVES, CON EL FIN DE QUE -- EN SIETE MINUTOS PUEDAN ---- LEERSE HASTA DOCE INFORMACIO NES.</p>	<p>TIENE UNA ENTRADA Y -- UNA SALIDA INSTITUCIO— NAL Y EL PROGRAMA -- LLEVA UN SOLO HILO CON DUCTOR, SIN CORTES, E INCLUYE NO SOLO LA IN— FORMACION GENERAL, SI— NO TAMBIEN LAS DE -- OTRAS AREAS, COMO DE— PORTES, CULTURA, MUNI CIPIOS, ETCETERA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

155

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>A. <u>NOTICIOSO</u></p> <p>EN PUBLICO</p> <p>TRANSMISION EN VIVO, POR RADIO Y TV., LOS MIERCOLES A LAS 21:00 HORAS.</p> <p>DURACION, 1 HORA.</p> <p>PRODUCTOR ARTURO ARDURA PALMA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>INFORMAR A LA POBLACION DE LOS PROBLEMAS SOCIALES, -- ECONOMICOS Y POLITICOS QUE SE PRESENTAN EN EL ESTADO, PROPORCIONANDO OPCIONES PARA SU SOLUCION Y PROMOVRIENDO SU PARTICIPACION EN EL -- QUEHACER SOCIAL.</p> <p>PROMOVER EN LA POBLACION -- EL EJERCICIO DE LA AUTOCRITICA Y EL ANALISIS.</p> <p>ORIENTAR AL TELEVIDENTE Y AL RADIOESCUCHA, SOBRE LA EXISTENCIA DE LAS DEPENDENCIAS -- ENCARGADAS DE ATENDER LOS -- PROBLEMAS DE SU COMUNIDAD.</p>	<p>UN CONDUCTOR Y VARIOS INVITADOS QUE SEAN REPRESENTANTES -- DE LOS DIFERENTES SECTORES.</p> <p>SE APOYARA CON REPORTAJES, -- COMENTARIOS, ENTREVISTAS Y -- ENCUESTAS.</p>	<p>EN EL ESTUDIO SE REALIZA UNA MESA REDONDA CON LA PARTICIPACION DE REPRESENTANTES DE LOS DIFERENTES SECTORES DE LA POBLACION INVOLUCRADOS EN EL -- TEMA A DESARROLLAR.</p> <p>SE PRESENTARA UN REPORTAJE QUE SERVIRA DE HILO CONDUCTOR.</p> <p>EL TELEFONO PERMANECE ABIERTO AL TELEAUDITORIO Y A LOS -- RADIOESCUCHAS, CUYAS PREGUNTAS U -- OPINIONES SE PASAN AL PANEL POR MEDIO DE TARJETAS.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

156

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>A. <u>NOTICIOSO</u></p> <p>PUNTO FINAL</p> <p>RESUMEN INFORMATIVO</p> <p>TRANSMISION DIFERIDA DE LUNES A VIERNES A LAS 23:30 HORAS.</p> <p>DURACION DE 15 A 30 MINUTOS</p> <p>PRODUCTOR ARTURO ARDURA PALMA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONA AL TELEAUDITORIO INFORMACION VERAZ Y -- OPORTUNA SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS RELEVANTES EN EL ESTADO Y DEL PAIS.</p> <p>INVOLUCRAR A LOS HABITANTES DE TABASCO EN LOS PLANES Y PROGRAMAS DE DESARROLLO QUE EL GOBIERNO ESTA LLEVANDO A CABO.</p> <p>ORIENTAR A LA POBLACION SOBRE EL SENTIDO DE LAS OBRAS Y ACCIONES DEL GOBIERNO DEL ESTADO.</p>	<p>EL NOTICARIO EN PUNTO, QUE SE TRANSMITE EN VIVO DE --- 20:00 HORAS SE SELECCIONAN LAS NOTAS MAS INFORMANTES.</p>	<p>RESUMEN INFORMATIVO</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

157

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>B. <u>DEPORTIVOS</u></p> <p>CUESTION DE DEPORTES Y MARCADOR.</p> <p>TRANSMISIONES EN VIVO. LOS DOMINGOS 14:30 HORAS.</p> <p>DURACION 1:30 HORAS</p> <p>PRODUCTOR JORGE BALLINAS</p> <p>CONDUCTOR JOSE ALCIBIADES CRUZ TORRES MENDEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR AL TELEAUDITORIO EL RESUMEN DEPORTIVO DE LOS EVENTOS DE MAYOR IMPORTANCIA EN ESTA DISCIPLINA.</p> <p>ASI COMO EXPLICAR Y ANALIZAR LAS REGLAS QUE LAS COMPONEN.</p> <p>INVITAR DE ESTA MANERA AL PUBLICO TELEVIDENTE A LA PRACTICA DE UN DEPORTE.</p> <p>UNA OPCION DE DIVERSION Y ENTRETENIMIENTO.</p>	<p>EL PROGRAMA CONTARA CON DOS CONDUCTORES.</p> <p>RESULTADOS DE EVENTOS REALIZADOS.</p> <p>VIDEO DE APOYO</p> <p>ENTREVISTAS</p> <p>DEPORTISTAS O REPRESENTANTES DE AGRUPACIONES RESPONDERAN A LAS PREGUNTAS HECHAS POR EL PUBLICO TELEVIDENTE.</p> <p>EXPLICARAN GRAFICAMENTE ESTRATEGIAS Y REGLAS DE LAS DIFERENTES DISCIPLINAS DEPORTIVAS.</p>	<p>DOS COMENTARIOS DEPORTIVOS.</p> <p>ENTREVISTARAN A UNO O VARIOS DEPORTISTAS CON SUS REPRESENTANTES QUE EXPLICARAN LAS REGLAS Y EXPERIENCIAS, AMATEURS O PROFESIONALES.</p> <p>CONFRONTARAN LAS PREGUNTAS DEL TELEAUDITORIO.</p> <p>LOS COMENTARISTAS LEERAN NOTICIAS Y RESULTADOS DE DIFERENTES DISCIPLINAS A NIVEL ESTATAL, NACIONAL E INTERNACIONAL.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

158

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>B. <u>DEPORTIVO</u></p> <p>TACTICA Y ESTRATEGIA</p> <p>TRANSMISION EN VIVO O DIFERIDO LOS SABADOS A LAS 13:00 HORAS, Y DOMINGOS A LAS 16:00 HORAS.</p> <p>PRODUCTOR JORGE BALLINAS O.</p> <p>CONDUCTORES JOSE ALCIBIADES DE LA FUENTE CRUZ TORRES MENDEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>ESTIMULAR A LA POBLACION A - LA PRACTICA DEL DEPORTE CON LA FINALIDAD DE QUE TENGA - MEJORES CONDICIONES DE SA- LUD.</p> <p>PROPORCIONAR AL PUBLICO TELE VIDENTE LA INFORMACION NECE- SARIA ACERCA DE LOS DIFEREN- TES DEPORTES Y DEPORTISTAS - AMATEUR DE TABASCO.</p> <p>OFRECER AL TELEAUDITORIO OP- CIONES DE DIVERSION Y ENTRE- TENIMIENTO.</p>	<p>UNO O DOS COMENTARISTAS ES- PECIALISTAS EN EL EVENTO -- A TRASMITIR.</p>	<p>EL COMENTARISTA EN FOR- MA NARRATIVA IRA DESCRIBIENDO LAS ACCIONES E - INCIDENTES DEL EVENTO - A CUBRIR.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

159

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>PUNTO Y COMA</p> <p>TRASMISION EN VIVO, DE LUNES A VIERNES A LAS 14:00 HORAS</p> <p>DURACION, 2 HORAS</p> <p>PRODUCTORA ANA CECILIA DEL CAMPO GORDILLO.</p> <p>CONDUCTORES MA. TERESA PRIEGO JUAN JOSE SILVA JOSE ALCIBIADES</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION DE LOS SUCEOS MATUTINOS, LOCALES Y NACIONALES.</p> <p>DIFUNDIR LOS EVENTOS CULTURALES Y EDUCATIVOS DE LA ENTIDAD.</p> <p>DAR A CONOCER LOS PLANES DE TRABAJO DE LAS DEPENDENCIAS ESTATALES Y FEDERALES, ASI - COMO DE LAS ASOCIACIONES DE SERVICIO SOCIAL.</p> <p>CONVERTIRSE EN UN FORO ABIERTO A LAS MANIFESTACIONES ARTISTICAS, CULTURALES Y DE SERVICIO SOCIAL PARA EL TELEAUDITORIO.</p> <p>RECORDAR LAS FECHAS HISTORICAS MAS IMPORTANTES DE LA ENTIDAD.</p>	<p>CONSTARA DE VARIOS CONDUCTORES, QUIENES TENDRAN A SU CARGO LAS DIFERENTES SECCIONES.</p> <p>SE APOYARA CON ENTREVISTAS, REPORTAJES, NUMEROS MUSICALES, DOCUMENTALES Y VIDEOS.</p>	<p>SECCIONES</p> <p>MANUALIDADES, MUSICALES, GIMNASIA RITMICA, REPORTAJES Y ENTREVISTAS, SINTESIS Y PRESENTACION DE LIBROS.</p> <p>ASI COMO LA PARTICIPACION DE SERVIDORES PUBLICOS QUE EXPONGAN TEMAS DE INTERES PARA LA COMUNIDAD.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

160.

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>MI AMIGO EL TENIENTE</p> <p>TRASMISION EN VIVO, DE LUNES A VIERNES A LAS 16:00 HORAS.</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTORA SANDRA LUZ LEON</p> <p>CONDUCTOR GUTILLERMO PEREZ SALCEDO</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>COADYUVAR EN LA FORMACION DEL NIÑO COMO INDIVIDUO INTEGRANTE DE UNA COMUNIDAD.</p> <p>ESTIMULAR Y DESARROLLAR EN LOS NIÑOS BUENOS HABITOS -- PARA CONDUCIRSE EN LA CALLE, YA COMO CONDUCTORES O COMO PEATONES.</p>	<p>CONTARA CON UN CONDUCTOR - CARACTERIZADO, UN GRUPO DE NIÑOS PARTICIPANTES.</p> <p>SE APOYARA CON CAPSULAS -- EDUCATIVAS, SERIES DE DIBUJOS ANIMADOS Y PROGRAMAS - REALIZADOS POR LA UNIDAD - DE TELEVISION EDUCATIVA Y CULTURAL DE LA SEP.</p>	<p>EL CONDUCTOR CON NIÑOS PARTICIPANTES EN EL ESTUDIO REALIZARA SORTEOS, PREGUNTAS, CONCURSOS, OTORGANDO PREMIOS CONSISTENTES EN PASEOS CULTURALES Y TURISTICOS CON LA PARTICIPACION, DE LA DIRECCION GENERAL DE SEGURIDAD PUBLICA Y TRASMISION.</p> <p>SE DIVIDIRA EN DOS -- SECCIONES:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. CONCURSOS EN VIVO INCLUYENDO CAPSULAS EDUCATIVAS. 2. CARICATURAS DE DIBUJOS ANIMADOS O PROGRAMAS INFANTILES REALIZADOS POR LA UNIDAD DE TELEVISION EDUCATIVA Y CULTURAL DE LA SEP.

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

161

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>CHICOS Y GRANDES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA, SABADOS 17:00 HORAS</p> <p>DURACION. 1 HORA</p> <p>PRODUCTORA ANGELICA SOSA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>ESTIMULAR EL DESARROLLO DE LA IMAGINACION CREATIVA DE LOS NIÑOS, FOMENTANDO A LA VEZ, EL TRABAJO EN EQUIPO, DESTACANDO SU IMPORTANCIA.</p> <p>CONTRIBUIR EN LA FORMACION DEL NIÑO COMO INDIVIDUO Y COMO INTEGRANTE DE UNA COMUNIDAD.</p> <p>PROMOVER LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LOS NIÑOS DEL ESTADO.</p>	<p>CONTARA EN ESTUDIO CON CONDUCTOR CARACTERIZADO DE ABUELO.</p> <p>UN GRUPO HASTA DE 6 NIÑOS</p> <p>UN PERSONAJE ANIMADO</p> <p>REPORTAJE</p> <p>VIDEOS DE APOYO</p> <p>ACTIVIDADES MANUALES Y RECREATIVAS.</p>	<p>EN EL SET AMBIENTADO EL ABUELO CONDUCTOR NARRARA UN CUENTO A LOS NIÑOS INVITADOS LOS QUE REALIZARAN ACTIVIDADES MANUALES.</p> <p>LIBORIO (EL PERSONAJE ANIMADO) JUNTO CON EL CONDUCTOR INVITARA AL NIÑO A PARTICIPAR.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

162

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>ASI PENSAMOS LOS NIÑOS</p> <p>TRASMISION EN VIVO LOS VIERNES A LAS 16:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR</p> <p>CONDUCTOR</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>ESTIMULAR EL DESARROLLO SANO DE LA NIÑEZ, DESPERTANDO SU IMAGINACION CREATIVA.</p> <p>FOMENTAR EL TRABAJO EN EQUIPO.</p> <p>CONTRIBUIR A LA FORMACION -- DEL NIÑO COMO INDIVIDUO INTEGRANTE DE UNA COMUNIDAD.</p> <p>PROMOVER LAS ACTIVIDADES QUE REALIZAN LOS NIÑOS EN EL ESTADO.</p> <p>FOMENTAR HABITOS POSITIVOS DE HIGIENE Y ALIMENTACION.</p>	<p>CONTARA CON DOS CONDUCTORES (NIÑO Y NIÑA), Y UN MUÑECO MANIPULADO.</p> <p>SE DESARROLLARA EN VIVO -- DESDE EL ESTUDIO Y EL TELEFONO PERMANECERA ABIERTO A LAS LLAMADAS DEL AUDITORIO.</p> <p>SE PRESENTARAN ENTREVISTAS EN EL ESTUDIO A DIFERENTES PERSONAJES, TALES COMO, PASTOR, YASO, BOMBERO, BIOLOGO, PILOTO, ETC.</p>	<p>CONSTARA DE LAS SIGUIENTES SECCIONES:</p> <p>PRESENTACION (POR LOS CONDUCTORES Y EL MUÑECO)</p> <p>REPORTAJE (SITIOS DE RECREO, ACTIVIDADES ARTISTICAS O CULTURALES PROPIAS PARA LOS NIÑOS, ASI COMO SOBRE ANIMALES DE LA REGION, ETC.)</p> <p>NUMEROS MUSICALES</p> <p>ENCUESTA INFANTIL DE LA SEMANA SOBRE TEMAS DE ACTUALIDAD EN GENERAL</p> <p>REPORTAJE DEDICADO A LAS NIÑAS</p> <p>CURIOSIDAD CIENTIFICA</p> <p>¿SABIAS TU QUE...?</p> <p>CONCURSOS VARIOS</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

163

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p><u>C. ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>RUIDO, SOS</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS 17:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR FERNANDO VALDEZ LEYVA</p> <p>CONDUCTOR ABELARDO ROMELLON IRMA REBECA MARTINEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROMOVER LAS ACTIVIDADES MUSICALES ENTRE LOS JOVENES DEL -- ESTADO.</p> <p>APOYAR A LOS NUEVOS VALORES</p> <p>DIFUNDIR ENTRE LOS JOVENES EL GUSTO POR LA MUSICA</p> <p>PONER A LA DISPOSICION DE -- LOS JOVENES INTERPRETES Y -- COMPOSITORES UN FORO DE EX-- PRESIONES PARA MANIFESTARSE MUSICALMENTE.</p>	<p>DOS CONDUCTORES ANIMADORES</p> <p>UN GRUPO MUSICAL INTERPRETARA SUS PROPIAS CREACIONES Y SERAN ENTREVISTADOS POR LOS CONDUCTORES.</p> <p>UNA SECCION DEL RECUERDO MUSICAL LOS SESENTAS, CONSISTENTE EN LA VISUALIZACION -- DE UNA MELODIA DE ESA EPOCA Y QUE SELECCIONADA CON ANTERIORIDAD ESCUCHAREMOS.</p> <p>OTRA SECCION DEL HIT DEL MOMENTO SELECCIONADA EN LA -- IMAGEN CAPTADA POR SATELITE</p> <p>SE PROMOVERAN AUDICIONES EN EL TEATRO AL AIRE LIBRE "LA CHOCA", CON GRUPOS LOCALES. SE MOTIVARA AL PUBLICO TELEVIDENTE, HACIENDO CON ESTO UN CONCURSO DE BAILE EN CADA OCASION.</p>	<p>LOS CONDUCTORES HOMBRE Y MUJER PRESENTARAN AL GRUPO PARTICIPANTE EN CADA EMISION LAS ENTREVISTAS CON CADA UNO DE ELLOS. SE HARA DESPUES DE CADA INTERPRETACION MUSICAL.</p> <p>LOS SESENTAS SE PRESENTARA COMO REPORTAJE.</p> <p>Y EL HIT DEL MOMENTO COMO NOTICIA DE ULTIMA HORA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

164

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p><u>C. ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>RITMO Y ORIGEN</p> <p>TRASMISION EN VIVO LOS</p> <p>VIERNES A LAS</p> <p>21:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>CONDUCTORA,</p> <p>SANDRA LUZ LEON</p> <p>CONDUCTORA</p> <p>DEYANIRA MALPICA DE</p> <p>VILLEGAS</p> <p>PRODUCCION</p> <p>CORAT</p>	<p>PROMOVER LOS VALORES MUSICA- LES DE LA ENTIDAD</p> <p>PRESENTAR OPCIONES DE ENTRE- TENIMIENTO Y DIVERSION AL PU BLICO.</p>	<p>CONDUCTOR, MUSICO Y COMPOSI- TOR DESTACADO EN LA ENTIDAD Y UNA COMENTARISTA CONOCEDO- RA DEL GENERO ROMANTICO MU- SICAL.</p>	<p>SE HARA UNA REMEMBRAN- ZA DE LOS COMPOSITORES E INTERPRETES DEL GE- NERO ROMANTICO PARA RE- VIVIR BELLOS RECUERDOS MEDIANTE EL DIALOGO - CON LOS ARTISTAS E IN- VITADOS.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

165

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>MUSICAL JUVENIL</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS A LAS 17:30 HORAS</p> <p>DURACION MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR</p> <p>CONDUCTOR</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROMOVER LA ACTIVIDAD MUSICAL - ENTRE LOS JOVENES</p> <p>APOYAR EL DESARROLLO DE LOS --- NUEVOS VALORES MUSICALES JUVE-- NILES.</p> <p>PONER A LA DISPOSICION DE LOS - JOVENES INTERPRETES Y COMPOSITO RES UN FORO DE EXPRESION PARA - QUE SE MANIFIESTEN MUSICALMENTE</p>	<p>EL PROGRAMA PODRA REALIZARSE EN ESTUDIO O EN EXTERIOR, -- CONTARA CON UN CONDUCTOR Y - UN INVITADO, COMPOSITOR Y/O INTERPRETE.</p>	<p>SE REALIZARA UNA ENTRE- VISTA SOBRE LA ACTIVI- DAD ARTISTICA DEL INVI- TADO Y DURANTE LA MIS- MA SE PRESENTARAN IN- TERVENCIONES MUSICALES INTERCALADAS EN EL --- CUERPO DE LA ENTREVIS- TA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

166

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>FIESTA EN MI PUEBLO</p> <p>TRASMISIONES DIFERIDAS LOS DOMINGOS 18:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTORA ANGELICA SOSA</p> <p>CONDUCTOR GABINO MARTINEZ</p> <p>PRODUCCION: CORAT: INSTITUTO DE CULTURA</p>	<p>PROMOVER LOS VALORES ARTISTI- COS, CULTURALES Y SOCIALES DE LOS DIVERSOS MUNICIPIOS QUE - CONFORMAN NUESTRO ESTADO.</p> <p>INCENTIVAR A LA POBLACION A - LA PARTICIPACION ACTIVA, DEN- TRO DE LOS PROGRAMAS QUE REA- LIZAN LOS MUNICIPIOS.</p> <p>DIFUNDIR LAS FORMAS DE EXPRE- SION POPULARES.</p> <p>COADYUVAR A LA REVALORACION - DE LAS MANIFESTACIONES POPU- LARES EN LA MUSICA, DANZA, -- CANTO, FESTIVIDADES TRADICIO- NALES, PARA RESCATAR EL FOL-- CLOR TABASQUEÑO.</p>	<p>UN MAESTRO DE CEREMONIAS EN COMUNICACION CON LOS MUNICI- PIOS Y CASA DE LA CULTURA</p> <p>SE PRESENTARAN GRUPOS ARTIS- TICOS COMO</p> <ul style="list-style-type: none"> - CANTANTES - GRUPOS DE TEATRO - POETAS - PINTORES - REPORTAJES DE LOS INTE-- GRANTES DE LA REGION - PLATILLOS REGIONALES - ARTESANIA 	<p>EN TEATROS AL AIRE LI- BRE O CERRADOS, UN --- CONDUCTOR IRA PRESEN- TANDO EL ELENCO ARTIS- TICO O CAPSULAS INFOR- MATIVAS O ENTREVISTAS.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

167

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>VOCES DEL CAMPO</p> <p>TRASMISION EN VIVO, DE LUNES A VIERNES A LAS 17:30 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR</p> <p>CONDUCTOR MVZ CARLOS HERNANDEZ REYES</p> <p>PRODUCCION CORAT-SARH</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION A LA POBLACION RURAL A FIN DE LOGRAR UNA EXPLOTACION RACIONAL DE LOS RECURSOS NATURALES.</p> <p>MOSTRAR LAS TECNICAS ADECUADAS PARA INCREMENTAR LA PRODUCCION DE ALIMENTOS Y MATERIAS PRIMAS AGROPECUARIAS.</p> <p>SERVIR DE ENLACE ENTRE LAS DEPENDENCIAS Y ORGANISMOS QUE PROPORCIONAN ASISTENCIA TECNICA Y CAPACITACION A LOS PRODUCTORES.</p> <p>PROMOVER LA DIVERSIFICACION DE LA PRODUCCION CON BASE A LAS POTENCIALIDADES AGROINDUSTRIALES DEL ESTADO.</p> <p>DAR ORIENTACION PARA QUE LOS CAMPESINOS FORTALEZCAN LAS ORGANIZACIONES DE PRODUCTORES.</p>	<p>CONTARA CON UN CONDUCTOR Y SE FORMARAN MESAS REDONDAS CON LA PARTICIPACION DE LOS PRODUCTORES Y TECNICOS EN EL RAMO.</p> <p>SE REALIZARAN ENTREVISTAS EN EL CAMPO, DIRECTAMENTE CON LOS PRODUCTORES AGROPECUARIOS PARA DAR A CONOCER LAS TECNICAS DEL CULTIVO QUE EMPLEAN.</p> <p>SE DARA A CONOCER EL PRONOSTICO DEL TIEMPO Y SU INCIDENCIA EN LA AGRICULTURA Y GANADERIA.</p> <p>SE PROMOVERA LA COMPRAVENTA DE BIENES Y SERVICIOS DEL SECTOR.</p>	<p><u>INTRODUCCION</u> PRESENTACION DE LOS INVITADOS Y BREVE INTRODUCCION AL TEMA A TRATAR.</p> <p><u>DESARROLLO</u> SE TRASMITIRAN DOCUMENTALES, PELICULAS, MAPAS, GRAFICAS Y REPORTAJES ACERCA DEL TEMA PROGRAMADO</p> <p><u>DESENLACE</u> ACLARACION DE DUDAS, ENTREVISTAS, ACUERDOS, REPORTAJES Y AVISOS SOBRE EL TEMA TRATADO.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

168

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u> MONEDERO</p> <p>TRASMISION EN VIVO, LOS LUNES A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION. 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR MARCO ANTONIO CASTILLO CASTILLO</p> <p>CONDUCTOR MARIO RAMIREZ CARDENAS</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>ORIENTAR AL TELEVIDENTE PARA FOMENTAR EL AHORRO EN BENEFICIO DE LA ECONOMIA FAMILIAR, DANDO A CONOCER LOS PRECIOS OFICIALES DE LOS PRODUCTOS DE QUE CONSTA LA CANASTA BASICA Y PROPICIAR LA PARTICIPACION DEL PUBLICO PARA PROPONER TEMAS DE SU INTERES.</p>	<p>SE CONTARA CON UN CONDUCTOR Y SE MANTENDRA UN TELEFONO ABIERTO AL PUBLICO</p> <p>SE APOYARA CON EL SIGUIENTE MATERIAL GRABADO: FOTOGRAFIAS, REPORTAJES TESTIMONIALES, CARTONES, ORGANIGRAMAS Y GRAFICAS.</p> <p>EN CADA PROGRAMA SE PRESENTARA UN REPRESENTANTE DE LA PROCURADURIA FEDERAL DEL CONSUMIDOR PARA RECIBIR DIRECTAMENTE LAS QUEJAS Y SUGERENCIAS DEL TELEAUDITORIO.</p>	<p>EN ESTUDIO SE HARA UNA CONFRONTACION CON VARIOS COMERCIANTES</p> <p>SE PRESENTARAN ENTREVISTAS A LOS CONSUMIDORES EN DIFERENTES ESTABLECIMIENTOS.</p> <p>CONTARA CON LAS SIGUIENTES SECCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - ORIENTACION SOBRE PRECIOS Y ESTABLECIMIENTOS - QUEJAS - CARICATURA - REPORTAJE - TELEFONO ABIERTO AL PUBLICO.

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

169

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u> LA MUJER TRASMISION EN VIVO, LOS VIERNES A LAS 19:00 HORAS DURACION, 1 HORA PRODUCTORA ADY GARCIA LOPEZ CONDUCTORA NELLY MONTERO PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION QUE RESPONDA A LAS NECESIDADES --- PRIORITARIAS Y ACTUALES DE LA MUJER. CONTRARESTAR LOS PROGRAMAS - CONSUMISTAS QUE OFRECE LA TELEVISION COMERCIAL. CONTRIBUIR A LA REVALORIZACION DE LA MUJER Y AL PAPEL QUE ESTA DESEMPEÑA EN LAS SOCIEDADES RURAL Y URBANA. FOMENTAR LA PARTICIPACION ACTIVA DE LA MUJER EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD, PROPORCIONANDO INFORMACION Y CAPACITACION PARA SU MEJOR DESENVOLVIMIENTO.</p>	<p>CONSTARA DE UNA CONDUCTORA Y SE FORMARAN MESAS REDONDAS - APOYADAS CON REPORTAJES, DOCUMENTALES, COMENTARIOS E INVITADOS ESPECIALES EN LOS --- TEMAS A TRATAR.</p>	<p>SECCIONES - MEDICINA - INFORMACION CULTURAL Y CIENTIFICA - PARTICIPACION EN EL ACONTECER MUNDIAL - PROBLEMAS QUE LE ATANEN DIRECTAMENTE EN LA PROBLEMÁTICA DE LA POBLACION ASI COMO SECCIONES DE RECREACION: DANZA, MUSICA, PINTURA, TEATRO - Y LITERATURA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

170

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u> LA FAMILIA</p> <p>TRASMISION EN VIVO, LOS MARTES A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTORA EDITH SUMOHANO</p> <p>CONDUCTOR DR. MANUEL VARGAS CANO</p> <p>PRODUCCION CORAT-ISSSTE</p>	<p>COADYUVAR A LA INTEGRACION FAMILIAR</p> <p>INFORMAR A LA POBLACION ACERCA DE LOS PROBLEMAS ESPECIFICOS - A LOS QUE SE ENFRENTA TODA SOCIEDAD Y CUAL ES EL PAPEL QUE LA FAMILIA OCUPA EN ESTA.</p> <p>ANALIZAR ACTITUDES CONCRETAS - DE LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA CON EL FIN DE PREVENIR POSIBLES DESACUERDOS QUE DESTRUYAN LA ARMONIA FAMILIAR.</p> <p>ORIENTAR A LA POBLACION ACERCA DE DIVERSOS METODOS EDUCACIONALES, PARA QUE TENGA UNA VISION AMPLIA DE LAS CONSECUENCIAS - QUE PUEDE PROVOCAR UNA EDUCACION EQUIVOCADA.</p>	<p>SE ESTABLECERA UN CONDUCTOR - MODERADOR, SE INVITARAN ESPECIALISTAS SOBRE EL TEMA A TRATAR.</p> <p>TAMBIEN SE INVITARAN INTEGRANTES DE UNA FAMILIA QUE - EXPONDRAN UN CASO CONCRETO.</p> <p>SE APOYARA CON REPORTAJE Y PEQUEÑA DRAMATIZACION, SI EL CASO LO REQUIERE.</p>	<p>EN ESTUDIO SE DESARROLLARA UNA MESA REDONDA, CONFRONTANDO LA REALIDAD DE UNA FAMILIA CON EL ANALISIS DE LOS ESPECIALISTAS.</p> <p>SE PRESENTARA UN REPORTAJE SOBRE EL TEMA A TRATAR Y EN ALGUNOS CASOS SOLO SE VERAN VISUALIZACIONES.</p> <p>NOTICUARIO DE 5 MINUTOS PARA DIFUNDIR LA ACTIVIDAD EN GENERAL DEL ISSSTE.</p> <p>EL PUBLICO PARTICIPARA POR VIA TELEFONICA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

171

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>EN CONSULTA</p> <p>TRASMISION EN VIVO, LOS MIERCOLES A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR JULIO DEL CARMEN LOPEZ OJEDA</p> <p>CONDUCTOR DR. JULIO BRACHO</p> <p>PRODUCCION CORAT-SECRETARIA DE SALUD</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION AL TELEAUDITORIO PARA CONSERVAR LA SALUD Y PREVENIR LAS ENFERMEDADES.</p> <p>CONTRIBUIR PARA REDUCIR LA MORBILIDAD Y MORTALIDAD INFANTIL EN LAS CAMPANAS DEL SECTOR SALUD.</p> <p>DAR A CONOCER A LOS TELEVIDENTES, LAS ENFERMEDADES MAS COMUNES EN EL ESTADO. ASI COMO LAS MEDIDAS HIGIENICAS DE PREVENCION.</p> <p>INFORMAR SOBRE LA UBICACION DE LOS CENTROS DE SALUD.</p>	<p>EL CONDUCTOR SERA UN MEDICO GENERAL</p> <p>SE INVITARAN MEDICOS ESPECIALISTAS EN EL TEMAS A TRATAR.</p> <p>SE APOYARA CON REPORTAJES Y VIDEOS, LAMINAS, GRAFICAS, TRANSPARENCIAS, ETCETERA.</p>	<p>SE FORMARA UNA MESA REDONDA EN EL ESTUDIO. EL CONDUCTOR Y OTROS DOCTORES ANALIZARAN LAS ENFERMEDADES Y SUS CONSECUENCIAS.</p> <p>SE DIFUNDIRAN LAS CAMPANAS QUE SE REALIZAN EN LAS COMUNIDADES, PRESENTANDO REPORTAJES Y VIDEOS DE LAS MISMAS.</p> <p>EL PUBLICO PARTICIPARA POR VIA TELEFONICA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

172

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>SEGURO ES SEGURO</p> <p>TRASMISION EN VIVO, LOS JUEVES A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION. 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR ARTURO MORENO REYES</p> <p>CONDUCTOR LIC. RICARDO MAIN</p> <p>PRODUCCION CORAT-IMSS</p>	<p>OFRECER A LOS DERECHAHABIENTES LA INFORMACION NECESARIA, PARA QUE CONOZCAN SUS DERECHOS Y OBLIGACIONES ANTE EL IMSS.</p> <p>MOSTRAR LOS MECANISMOS EXISTENTES PARA PRESENTAR LAS QUEJAS ANTE EL INSTITUTO.</p> <p>PROMOVER LA PARTICIPACION DEL PUBLICO PARA QUE PROPONGA FORMAS DE MEJORAR EL SERVICIO DE LA INSTITUCION.</p>	<p>SE MANTENDRA UN CONDUCTOR Y SE FORMARAN MESAS REDONDAS CON ESPECIALISTAS PARA AMPLIAR LA INFORMACION DE LOS DIFERENTES TEMAS A TRATAR.</p> <p>SE APOYARA CON FOTOGRAFIAS, GRAFICAS, REPORTAJES, VIDEOS ILUSTRATIVOS DE LAS INSTALACIONES, ETCETERA.</p>	<p>CONTARA CON LAS SIGUIENTES SECCIONES:</p> <p>MESA REDONDA EN LA QUE SE PRESENTARA EL TEMA A TRATAR CON LOS INVITADOS.</p> <p>REPORTAJE SOBRE EL MISMO.</p> <p>NOTICARIO INFORMATIVO DE LAS ACTIVIDADES DEL IMSS, CON NOTAS LOCALES Y NACIONALES.</p> <p>Y TELEFONO ABIERTO AL PUBLICO PARA ESTABLECER LAS CONCLUSIONES.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

173

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES.</u></p> <p>TIERRA MIA</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS LUNES A LAS 20:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR JORGE BALLINAS OCAÑA</p> <p>CONDUCTOR MVZ CARLOS HERNANDEZ</p> <p>PRODUCCION CGRAT-SRIA. DE DESARROLLO.</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION ACERCA DE LOS AVANCES TECNOLOGICOS EN EL CAMPO.</p> <p>INFORMAR A LOS GANADEROS Y AGRICULTORES SOBRE SUS NECESIDADES COMO PRODUCTOR.</p> <p>APOYAR LOS PROGRAMAS QUE INCREMENTEN LA PRODUCTIVIDAD EN EL ESTADO.</p> <p>FOMENTAR ENTRE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS EL USO DE SISTEMAS MAS EFICIENTES EN LA PRODUCCION.</p>	<p>SE CONTARA CON UN CONDUCTOR Y SE FORMARAN MESAS REDONDAS — CON LA PARTICIPACION DE GANADEROS, AGRICULTORES Y TECNICOS EN EL RAMO, SE REALIZARAN TAMBIEN ENTREVISTAS SOBRE LOS TEMAS A TRATAR.</p>	<p>AGRICULTURA MECANIZACION AGRICOLA Y TODO EL PROCESO PRODUCTIVO</p> <p>GANADERIA DESARROLLO DEL FOMENTO A LA GANADERIA Y — LA ASISTENCIA TECNICA</p> <p>HORTICULTURA TECNICAS DE CULTIVO</p> <p>CONSTARA DE DOCUMENTALES, PELICULAS Y VIDEOS REALIZADOS EN DIFERENTES LOCACIONES DEL ESTADO.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

174

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>TIERRA MIA</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS LUNES A LAS 20:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR JORGE BALLINAS OCAÑA</p> <p>CONDUCTOR MVZ CARLOS HERNANDEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT-SRIA. DE DESARROLLO.</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION ACERCA DE LOS AVANCES TECNOLOGICOS EN EL CAMPO</p> <p>INFORMAR A LOS GANADEROS Y AGRICULTORES SOBRE SUS NECESIDADES COMO PRODUCTOR.</p> <p>APOYAR LOS PROGRAMAS QUE INCREMENTEN LA PRODUCTIVIDAD EN EL ESTADO.</p> <p>FOMENTAR ENTRE LOS AGRICULTORES Y GANADEROS EL USO DE SISTEMAS MAS EFICIENTES EN LA PRODUCCION.</p>	<p>SE CONTARA CON UN CONDUCTOR Y SE FORMARAN MESAS REDONDAS --- CON LA PARTICIPACION DE GANADEROS, AGRICULTORES Y TECNICOS EN EL RAMO, SE REALIZARAN TAMBIEN ENTREVISTAS SOBRE LOS TEMAS A TRATAR</p>	<p>AGRICULTURA MECANIZACION AGRICOLA Y TODO EL PROCESO PRODUCTIVO</p> <p>GANADERIA DESARROLLO DEL FOMENTO A LA GANADERIA Y LA ASISTENCIA TECNICA</p> <p>HORTICULTURA TECNICAS DE CULTIVO</p> <p>CONSTARA DE DOCUMENTALES PELICULAS Y VIDEOS REALIZADOS EN DIFERENTES LOCACIONES DEL ESTADO.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

175

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>NUESTROS MUNICIPIOS</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS MARTES A LAS 22:00 -- HORAS</p> <p>DURACION: MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR FERNANDO VALDES LEYVA</p> <p>CONDUCTORA ALICIA GARCIA MORA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>MOSTRAR UN PANORAMA DEL DESARROLLO ACTUAL DE LOS MUNICIPIOS DEL ESTADO.</p> <p>PROMOVER LA PARTICIPACION CIUDADANA PARA LA PROMOCION DE -- LOS MUNICIPIOS EN SU DESARROLLO.</p> <p>MANTENER INFORMADO AL TELEAUDITORIO SOBRE LAS OBRAS QUE -- SE REALIZAN PARA LA TRANSFORMACION DE SU ENTIDAD.</p> <p>OFRECER A LOS MUNICIPIOS UNA -- VIA DE EXPRESION PARA MOSTRAR SUS AVANCES.</p>	<p>UN CONDUCTOR EN ESTUDIO</p> <p>SE APOYARA CON MAPAS, GRAFICAS, VIDEOS Y REPORTAJES DE CADA MUNICIPIO A TRATAR.</p> <p>LA INFORMACION SE OBTENDRA -- DE LOS PLANES ESTATAL Y MUNICIPALES DE DESARROLLO (83 - 85)</p> <p>SE CONCLUIRA CON UN LEMA POLITICO</p>	<p>EN ESTUDIO EL CONDUCTOR SE BASARA EN UN MAPA -- GEOGRAFICO DEL ESTADO -- PARA UBICARNOS EN EL MUNICIPIO CORRESPONDIENTE, PROPORCIONANDO DATOS DE CENSO POBLACIONAL HECHOS HISTORICOS Y HOMBRES ILUSTRES NATIVOS DEL LUGAR.</p> <p>ENTREVISTAS A GENTE BENEFICIADA POR LAS OBRAS REALIZADAS EN LA ENTIDAD.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

176

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>ANDARES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS VIERNES A LAS 20:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR MARCO ANTONIO CASTILLO</p> <p>CONDUCTORA LETICIA MARTINEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION TURISTICA, MOSTRANDO LA INFRAESTRUCTURA Y SERVICIOS CON QUE CUENTA NUESTRO ESTADO.</p> <p>PROMOVER EL TURISMO INTERESTATAL, EN NUESTRAS FERIAS Y FESTIVIDADES POPULARES Y PARADORES TURISTICOS.</p> <p>PRODUCIR MATERIALES QUE OFREZCAN UNA VISION TURISTICA A NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL.</p>	<p>EN UN RECORRIDO TURISTICO, — LA CONDUCTORA INTRODUCIRA AL CONOCIMIENTO DE LUGARES Y GENETE QUE LOS COMPONEN.</p>	<p>SE REALIZARA EN EXTERIORES Y LA CONDUCTORA SE PRESENTARA EN LOS LUGARES A MOSTRAR, OFRECIENDO AL TELEVIDENTE LA — INFORMACION DE LOS SERVICIOS Y LOS PUNTOS DE INTERES DE CADA PARADOR.</p> <p>SE INCLUYE</p> <ul style="list-style-type: none"> - VIA DE COMUNICACION - HOSPEDAJE - RESTAURANTES Y - CENTROS DE DIVERSION

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

177

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>D. <u>ECONOMICOS Y SOCIALES</u></p> <p>Cómo Como</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS A LAS 15:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>CONDUCTORA EDITH SUMOHAND</p> <p>CONDUCTOR VARIOS</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>PROPORCIONAR INFORMACION A PROPOSITO DE LA UTILIZACION EN LA ALIMENTACION FAMILIAR DE LOS PRODUCTOS REGIONALES CON MAYORES NUTRIENTES.</p> <p>PROMOVER LA IMPLANTACION Y CUIDADO DE HUERTOS FAMILIARES.</p> <p>PROPORCIONAR INFORMACION ACERCA DE LOS PRODUCTOS DE FACIL CULTIVO PARA AUTOCONSUMO</p>	<p>LOS CINCO PERSONAJES COMPONENTES DE UNA FAMILIA:</p> <p>PAPA MAMA HIJA 17 AÑOS HIJO 15 AÑOS HIJO MENOR</p> <p>VIVIREMOS CON ELLOS LAS PERIPECIAS DE UNA FAMILIA DE CLASE MEDIA, MEDIANTE UNA RECETA DE COCINA SE DESARROLLARA UNA COMEDIA</p>	<p>EN UNA CASA HABITACION LOS COMPONENTES DE UNA FAMILIA, NOS PRESENTAN UNA RECETA Y SU FORMA FACIL DE HACER UN PLATILLO REGIONAL, NACIONAL O INTERNACIONAL.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

178

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>E. <u>POLITICOS</u></p> <p>REALIDADES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS A LAS 18:30 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR ARTURO ARDURA PALMA</p> <p>CONDUCTORA ROSARIO CAMPOS</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>INFORMAR A LA CIUDADANIA DE - LOS PLANES, POLITICAS, ACTIVI DADES Y OBRAS DEL GOBIERNO DEL ESTADO</p> <p>INCREMENTAR EL CONOCIMIENTO DE LOS PROBLEMAS ECONOMICOS, POLITICOS Y SOCIALES DE LA ENTIDAD.</p> <p>DESTACANDO EN CADA PROGRAMA - EL ACTO POLITICO MAS IMPORTAN TE EN QUE HAYA PARTICIPADO EL GOBERNADOR DEL ESTADO DURANTE LA SEMANA</p>	<p>UNA CONDUCTORA EN ESTUDIO, O EN EXTERIOR, HARA LAS INTRO- DUCCIONES Y PRESENTACIONES DE LAS DISTINTAS PARTES DE QUE - CONSTA EL PROGRAMA</p> <p>UNA REPORTERA CUBRIRA LOS --- ACTOS MAS IMPORTANTES Y REALI ZARA UN REPORTAJE SOBRE LA -- OBRA PUBLICA QUE SE INAUGURE, DESTACANDO SU IMPORTANCIA Y - LA FORMA EN QUE SE MANIFIESTA LA POBLACION DIRECTAMENTE BE- NEFICIADA.</p>	<p>CONTARA CON LAS SIGUIEN TES SECCIONES:</p> <p>RESUMEN INFORMATIVO DE LA ACTIVIDAD DE GOBIER NO DURANTE LA SEMANA.</p> <p>SE ENTREVISTARA AL FUN- CIONARIO PUBLICO INVO- LUCRADO CON LA ACTIVI- DAD PRINCIPAL DE LA SE- MANA.</p> <p>REPORTAJE</p> <p>ENCUESTA ENTRE LA POBLA CION DIRECTAMENTE BENE- FICIADA CON LA OBRA PU- BLICA PRINCIPAL A TRA-</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL 179
CORAT

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p><u>F. CULTURALES</u></p> <p>NUESTROS ESTUDIANTES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA DE LUNES A VIERNES A LAS 16:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR JULIO DEL CARMEN LOPEZ OJEDA</p> <p>CONDUCTOR LETICIA MARTINEZ GABINO MARTINEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT-SECUR</p>	<p>HACER QUE EL ESTUDIANTE PARTICIPE EN UN PROGRAMA DE TELEVISION QUE RESALTE LOS VALORES CULTURALES, DEPORTIVOS Y SOCIALES.</p> <p>ESTIMULAR EL ESFUERZO DE LOS ESTUDIANTES Y LOS MAESTROS, DIFUNDIENDO SUS ACTIVIDADES DOCENTE Y CULTURAL.</p> <p>COMPLEMENTAR EL CONTENIDO DE LOS PROGRAMAS DE ESTUDIO</p>	<p>CONTARA CON DOS CONDUCTORES Y SE REALIZARAN ENTREVISTAS CONCURSOS DEPORTIVOS, EDUCATIVOS Y CULTURALES, SE EXPONDRAN TEMAS TECNICOS Y DOCENTES.</p>	<p>LUNES RECORRIDO POR LA ESCUELA.</p> <p>MARTES CONCURSOS DEPORTIVOS</p> <p>MIERCOLES: CONCURSO DE CULTURA GENERAL</p> <p>JUEVES CONCURSO DE MATERIAS ACADEMICAS</p> <p>VIERNES EXPOSICION DE TEMAS TECNICOS (TALLERES)</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

180

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. CULTURALES</p> <p>ENTORNO UNIVERSITARIO</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR JAVIER HERRERA</p> <p>CONDUCTORA HILDA GUILLEMIN</p> <p>PRODUCCION CORAT-UJAT</p>	<p>INFORMAR A LA COMUNIDAD SOBRE LA ACTIVIDAD DOCENTE Y CULTURAL DE LA UJAT.</p> <p>FOMENTAR LA PARTICIPACION DE LOS ESTUDIANTES PARA MEJORAR LOS PLANES Y PROGRAMAS DE ESTUDIOS, BUSCANDO SU INTEGRACION A LA UNIVERSIDAD</p> <p>DIFUNDIR LAS DIVERSAS OPCIONES DE ESPECIALIDAD QUE LA UJAT OFRECE A LOS ESTUDIANTES.</p>	<p>SE DISPONDRAN DE VARIOS CONDUCTORES QUE SE HARAN CARGO DE CADA UNA DE LAS SECCIONES</p> <p>SE APOYARA CON REPORTAJES, COMENTARIOS, ENTREVISTAS Y VISUALIZACIONES DE LOS TEMAS A DESARROLLAR.</p>	<p>EL CONDUCTOR HARA LA PRESENTACION EN EL ESTUDIO Y CONTARA CON LAS SIGUIENTES SECCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - INFORMATIVA - REPORTAJE - CAPSULA CIENTIFICA - ORIENTACION VOCACIONAL

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

181

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES</u></p> <p>REENCUENTRO</p> <p>TRASMISION DIFERIDA EL MARTES A LAS 21:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR MARCO ANTONIO CASTILLO CASTILLO</p> <p>CONDUCTOR RUBEN BARCELATA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>RESCATAR LAS TRADICIONES Y COSTUMBRES DE NUESTRO PUEBLO, RECOPILANDO INFORMACION CON EL FIN DE PROMOVER SU ARRAI- GO.</p>	<p>SE CONTARA CON UN CONDUCTOR EN EL ESTUDIO, QUE CHARLARA CON LOS INVITADOS REPRESENTA- TIVOS DE LAS COMUNIDADES, HISTORIADORES, ANTROPOLOGOS, ETNOLOGOS, ETCETERA.</p> <p>SE APOYARA CON FOTOGRAFIAS Y EN ALGUNOS CASOS CON VI- DEOS, QUE SE ENCUENTREN EN VIDEOTECA, DE LOS LUGARES A TRATAR.</p> <p>EN OCASIONES HABRA MUSICA Y POESIA</p>	<p>EL PROGRAMA SE DESARRO- LLARA EN ESTUDIO, CON- TANDO CON UNO O DOS IN- VITADOS, HACIENDO REMEN- BRANZAS DE COSTUMBRES -- Y TRADICIONES.</p> <p>SE PRESENTARAN INTER- VENCIONES MUSICALES O POESIA.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

182

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES</u></p> <p>EXPRESIONES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS JUEVES A LAS 21:00 -- HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR ALEJANDRO MEDRANO PLATAS</p> <p>CONDUCTORA ALICIA GARCIA MORA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>OFRECE AL TELEVIDENTE DE TO DO EL ESTADO, LAS ACTIVIDA- DES ARTISTICAS Y CULTURALES QUE PROMUEVE EL INSTITUTO - DE CULTURA Y QUE SE PRESEN- TAN GENERALMENTE EN LA CAPI TAL DEL ESTADO.</p> <p>DESPERTAR EN LA POBLACION - EL GUSTO POR LAS DIVERSAS - EXPRESIONES ARTISTICAS Y -- CULTURALES, FOMENTANDO CON ESTO LA SUPERACION INTELEC- TUAL DE LOS HABITANTES.</p>	<p>SE PRESENTARAN GRUPOS DE TEATRO, DANZA, MUSICA, -- POESIA, ETCETERA.</p> <p>SE APOYARA CON TEXTOS -- ADICIONALES DE INFORMA- CION</p>	<p>DE ESTOS EVENTOS ARTIS- TICOS QUE PRESENTE EL - INSTITUTO DE CULTURA DE TABASCO, SE REALIZARA - UN PROGRAMA, EL CUAL SE COMPLEMENTARA CON LA IN- FORMACION DE LOS ANTECE- DENTES Y CARACTERISTI- CAS DEL ESPECTACULO.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

183

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES</u></p> <p>EDUCACION EN MARCHA</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS SABADOS A LAS 20:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR ARTURO MORENO REYES</p> <p>CONDUCTORES LEANDRO LEDEZMA MIREYA TORRES HILDO GOMEZ</p> <p>PRODUCCION CORAT-SECUR</p>	<p>DIFUNDIR LA ACTIVIDAD DOCENTE Y CULTURAL DE LA SECUR EN EL AMBITO DE LA EDUCACION EN SUS DIFERENTES NIVELES</p> <p>AMPLIAR EL HORIZONTE CULTURAL DE LOS ESTUDIANTES Y PUBLICO EN GENERAL, BRINDANDOLE LA -- ADQUISICION DE CONOCIMIENTOS Y APTITUDES QUE LA CAPACITA-- CION PARA EL MEJOR DESEMPEÑO DE SUS RESPONSABILIDADES</p>	<p>CONTARA CON UN CONDUCTOR EN CADA UNA DE SUS SECCIONES</p> <p>SE APOYARA CON REPORTAJES, MUSICA, POESIA, ENTREVISTAS EN ESTUDIO, NOTICIAS -- DE LAS ACTIVIDADES REALIZADAS POR LA SECRETARIA DE -- EDUCACION Y CULTURA</p>	<p>EL CONDUCTOR A CUADRO PRESENTA A LOS INTE-- GRANTES E INVITADOS EN EL PROGRAMA</p> <p>SE PRESENTARA UN REPORTAJE QUE POSTERIORMENTE SE COMENTARA CON LOS INVITADOS Y SE INTEGRARA LAS SIGUIENTES SECCIONES:</p> <ul style="list-style-type: none"> - MUSICA - TESTIMONIOS DE GENTE EN PROCESO DE APRENDIZAJE - SECCION POETICA - NOTICARIO

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
CORAT

184

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. CULTURALES</p> <p>GENTE DE TABASCO</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS LUNES A LAS 21:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR SANDRA LUZ LEON</p> <p>CONDUCTORA ALICIA GARCIA MORA</p> <p>PRODUCCION CORAT</p>	<p>INFORMAR AL PUBLICO CUALES SON LOS PERSONAJES QUE HAN DESTACA DO, DEJANDO HUELLA EN LA HISTO RIA DEL ESTADO</p> <p>DESTACAR LA LABOR REALIZADA -- POR LA GENTE PUEDE CONSTITUIR UN EJEMPLO PARA LOS DEMAS</p>	<p>UN CONDUCTOR Y UN PERSONAJE REPRESENTATIVO DEL TEMA QUE SE EXPONDRÁ</p> <p>SE APOYARA CON VISUALIZACION DE SU PROPIA OBRA O LO RELA CIONADO A ESTE, PRESENTANDO ADEMAS FOTOGRAFÍAS Y TESTIMQ NIOS</p>	<p>SE REALIZARA CON UN -- CONDUCTOR QUE POR MEDIO DE ENTREVISTAS CON EL INVITADO NOS RELATE LA OBRA QUE HA REALIZADO Y LA IMPORTANCIA DE ES TA EN LA VIDA DEL ESTA DO</p> <p>EN EL CASO DE PRESENTAR LA OBRA DE UNA PERSONA YA FALLECIDA, SE LLEVA RAN A CABO ENTREVISTAS CON PERSONAJES QUE HA YAN CONVIVIDO CON EL -- PERSONAJE</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION LOCAL
C O R A T

185

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. CULTURALES</p> <p>ASI SOMOS</p> <p>TRASMISION EN VIVO</p> <p>SABADOS</p> <p>18:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR</p> <p>JORGE BALLINAS O.</p> <p>CONDUCTOR</p> <p>CARLOS SEBASTIAN MAGIN FUSTER</p> <p>PRODUCCION</p> <p>CORAT</p>	<p>RESCATAR Y ANALIZAR LAS COSTUMBRES Y TRADICIONES DE NUESTRO PUEBLO</p> <p>REDESCUBRIR NUESTRA IDENTIDAD SOCIAL Y CULTURAL, PARA DARLA A CONOCER</p> <p>PROMOVER EL ESTUDIO DE NUESTRO ESTADO POR MEDIO DE TEMAS ESPECIFICOS:</p> <p>COSTUMBRES, GRUPOS ETNICOS, ANTROPOLÓGICOS, GEOGRÁFICOS, ETCÉTERA.</p> <p>RESCATAR FORMAS ARTESANALES QUE SE HAN PERDIDO CON EL TIEMPO Y APOYAR LA CREACION DE NUEVAS FUENTES DE TRABAJO DANDO IMPULSO A LA INDUSTRIA CASERA ARTESANAL.</p>	<p>CONTARA CON UN CONDUCTOR, UN CRONISTA DE LA CIUDAD, UN SOCIOLOGO, UN CANTANTE DE MUSICA AUTOCTONA</p>	<p>EL CONDUCTOR PRESENTARA AL CRONISTA DE LA CIUDAD Y SOCIOLOGO Y EN UNA CHARLA AMENA EN LA QUE EL SOCIOLOGO NOS EXPLICARA DESDE EL PUNTO DE VISTA PROFESIONAL LAS ACTITUDES Y DESARROLLO DE NUESTRO PUEBLO</p> <p>LAS INTERVENCIONES MUSICALES REFORZARAN LAS PALEBRAS DEL CRONISTA</p> <p>LA PARTICIPACION DEL PUBLICO SE LOGRARA CON TELEFONO AL AIRE.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION EXTERNA
C O R A T

185

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>B. <u>DEPORTIVOS</u></p> <p>FUT BOL</p> <p>TRASMISION EN VIVO. LOS DOMINGOS A LAS 14:00 HORAS</p> <p>DURACION, 2:00 HORAS</p> <p>PRODUCTOR IMT, CANAL 13 DE T.V.</p> <p>CONDUCTORES JOSE RAMON FERNANDEZ</p> <p>PRODUCCION IMT, CANAL 13 DE T.V.</p>	<p>LLEVAR AL TELEVIDENTE LAS INCIDENCIAS DE LOS EVENTOS DEPORTIVOS QUE SE REALIZAN EN EL NIVEL NACIONAL</p>	<p>PRESENTACION DE PARTIDOS DE FUT BOL DE LOS EQUIPOS: PUMAS DE LA UNAM, ANGELES DE PUEBLA, MONTERREY, PUEBLA Y ATLANTE, DEPENDIENDO DE CADA FECHA</p>	<p>TRASMISION DEL PARTIDO DE FUT BOL</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION EXTERNA
C O R A T

187

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>C. <u>ENTRETENIMIENTO</u></p> <p>SEPTIMO ARTE EN EL SIETE Y, PELICULA DEL SABADO</p> <p>TRASMISION DIFERIDA DE LUNES A VIERNES A LAS 22:00 HORAS SABADO A LAS 14:00 HORAS Y DOMINGO A LAS 22:30 HORAS</p> <p>DURACION, 1 Y MEDIA HORAS</p> <p>PRODUCTOR VARIOS</p> <p>CONVENIO CORAT-IMT</p>	<p>PRESENTAR AL TELEAUDITORIO LAS MEJORES REALIZACIONES DE LA CINEMATOGRAFIA INTERNACIONAL</p>	<p>PELICULA DE LARGOMETRAJE</p>	<p>PELICULA DE LARGOMETRAJE.</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION EXTERNA
C O R A T

188.

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES Y EDUCATIVOS</u></p> <p>APRENDAMOS JUNTOS (TELEALFABETIZACION)</p> <p>TRASMISION DIFERIDA DE LUNES A VIERNES A LAS 17:00 HORAS</p> <p>DURACION, MEDIA HORA</p> <p>PRODUCTOR</p> <p>CONDUCTORES</p> <p>CONVENIO CORAT-INEA-SECUR</p>	<p>EL OBJETIVO FUNDAMENTAL ES ERRADICAR EL ANALFABETISMO EN EL ESTADO</p>	<p>DRAMA</p>	<p>TELEDRAMATIZACION</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION EXTERNA
CORAT

189

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES Y EDUCATIVOS</u></p> <p>GRANDES NOVELAS</p> <p>TRASMISION DIFERIDA DE LUNES A VIERNES A LAS 18:00 HORAS</p> <p>PRODUCTOR IMT CANAL 13 DE T.V.</p> <p>CONDUCTORES</p> <p>CONVENIO CORAT-IMT</p>	<p>PROPORCIONAR AL PUBLICO UNA FORMA DIVERTIDA DE ENTENDER LA LITERATURA NACIONAL Y UNIVERSAL</p>	<p>ADAPTACION TELEVISIVA DE OBRAS LITERARIAS NACIONALES Y UNIVERSALES</p>	<p>TELETEATRO</p>

CUADRO DE CARACTERISTICAS DE LOS PROGRAMAS DE PRODUCCION EXTERNA
C O R A T

190

PROGRAMA	OBJETIVOS	MECANICA	FORMATO
<p>F. <u>CULTURALES Y EDUCATIVOS</u></p> <p>LA HORA DE BELLAS ARTES</p> <p>TRASMISION DIFERIDA LOS DOMINGOS A LAS 19:00 HORAS</p> <p>DURACION, 1 HORA</p> <p>PRODUCTOR - INBA</p> <p>CONDUCTOR VARIOS</p> <p>CONVENIO CORAT-ICT-INBA</p>	<p>LLEVAR HASTA EL PUBLICO TABASQUEÑO LO MAS REPRESENTATIVO DE LAS DIFERENTES EXPRESIONES DE LA CULTURA NACIONAL Y UNIVERSAL.</p> <p>DIFUNDIR EN GENERAL LOS MEJORES EVENTOS ARTISTICOS Y CULTURALES QUE SE REALIZAN EN EL NIVEL NACIONAL E INTERNACIONAL</p>	<p>PROGRAMA QUE DIFUNDE LA DANZA BALLE, PINTURA, POESIA Y LO MAS RELEVANTE DE LA CULTURA - EN SUS MAXIMAS EXPRESIONES</p>	<p>REPORTAJES, ENTREVISTAS Y REPRESENTACIONES ARTISTICAS</p>

3.4. Evaluación de las transmisiones de CORAT

Para efectos de este análisis se tomaron - muestras al azar, recabadas en junio de 1985, durante una semana, de las estaciones de radio y televisión - asignadas a CORAT, y se confrontaron con los objeti-- vos señalados en el Acuerdo que da origen a la misma CORAT y sus tres emisoras, dos radiofónicas y una te-- levisiva. Los resultados se describen a continua--- ción. 1/

XHTVA FM RADIO TABASCO

Esta emisora tiene una programación ba-- lanceada dirigida al público urbano. Difunde músi ca de todos los géneros, lo cual es el sostén de - sus emisiones con un 65% del total del tiempo al - aire. La mezcla de géneros (clásico y folclórico)

1/ Para estas muestras se contrató personal espe-- cializado, el cual desarrolló los monitóreos - respectivos; inicialmente la información fue - utilizada en forma privada por el Gobierno del Estado de Tabasco. Posteriormente, se me auto-- rizó usar parte de la misma, sólo para fines - académicos.

no está muy proporcionada. Las emisiones musicales más abundantes son de autores e intérpretes que ha promovido la radiodifusión privada, en contraste con la música local, moderna nacional en español de autores e intérpretes que no tienen acceso a otros canales.

El acervo musical es limitado y deteriorado, en muchas ocasiones. La programación carece de elementos informativos de apoyo para vincular históricamente la obra.

Se encontró que el 12% del total del --- tiempo al aire corresponde a los promocionales y la identificación del canal. Un 12% más lo ocupan programas y cápsulas culturales. El 11% restante es información noticiosa, como el noticiero En Punto.

Falla la continuidad en la emisión constantemente, hay espacios de silencio, inseguridad y mala pronunciación de los locutores en cabina, discos maltratados, y otras fallas que es difícil jus-

tificar en una radioemisora, aun cuando apenas tenga dos años de operación.

Asimismo, se descubrió que aun cuando -- hay infraestructura suficiente para emitir la señal de Radio Tabasco a toda la entidad, a veces es deficiente, incluso, en Villahermosa.

XETV LA NUEVA ESTACION

Esta emisora se orienta a la población rural, suburbana y menos instruida en general. Da preferencia, a los programas dramatizados y comentarios.

Se difunde música nacional, latinoamericana y estadounidense comercial. Compite con las radiodifusoras privadas, en desventaja, al ofrecer los géneros e intérpretes tradicionales de la televisión comercial.

Difunde materiales radiofónicos de la Secretaría de Educación Pública; programas y cápsulas culturales de producción local y de mediana calidad.

Hay notorias fallas de continuidad. Los locutores hacen comentarios a veces sin bases o carentes de información. Tienen dificultades para identificar la señal y cuando lo hace el locutor en cabina se mezcla con la versión grabada.

Servicios Noticiosos

Voces del campo; noticiario agropecuario que se trasmite de lunes a viernes a las 6:00 horas. Durante el monitoreo sólo fue escuchado en una ocasión, dio la impresión de ser un programa frío, con textos no preparados para radio y leídos con deficiencia por el locutor. No utilizan ayudas radiofónicas, como testimonios y teléfono al aire, que ---

podrían enriquecer el programa y reclutar a más auditorio de las zonas rurales.

El noticiario: pasa de lunes a viernes a las 9:00 horas. Lo proporciona el Instituto Mexicano de la Radio de la Secretaría de Gobernación, producido por Notimex y patrocinado por PEMEX, NAFINSA, Aeroméxico y CONASUPO con duración de 30 minutos. Presenta cuatro bloques informativos separados por la inclusión de tres grupos de mensajes grabados de 1'40" de duración. El trabajo de los locutores es aceptable.

Este mismo programa tiene 12 notas y un editorial. La información nacional se lleva el 75 por ciento de la emisión, incluso deportes, y el 25 por ciento es la información internacional. Los porcentajes pueden variar por circunstancias coyunturales.

Se considera que El noticiario no atiende la demanda local de información por su transmisión tardía para cubrir a los grupos de población que se dirigen al trabajo antes de las 9:00 horas. Cabe señalar que las notas no se refieren, por lo regular, al estado de Tabasco.

Tabasco al día es un espacio informativo transmitido de lunes a viernes a las 13:00 horas, durante 60 minutos. Comparte con otros servicios de información radiofónica en el mismo horario. Se lee la información y emiten comentarios, pero no hay suficiente preparación de los locutores.

Hay especial inclinación por difundir -- boletines oficiales, algún reporte de las actividades del gobernador y destacar hechos triviales.

Tabasco al día acusa la falta del equipo humano de producción como la falta de guionistas ra diofónicos, musicalizadores y conductores que sepan estimular la participación del público.

XHSTA TV CANAL 7

Esta televisora sigue un modelo parecido al de XEIPN TV Canal 11 del Instituto Politécnico - Nacional. Como sucede con las radiodifusoras de -- CORAT, con frecuencia se registran fallas técnicas de la señal y continuidad. Faltan criterios defini dos para tratar los mensajes oficiales y culturales, así como algunos son bien producidos, otros son deplorables. La publicidad que se hace en los perió dicos locales, por intercambio, afectan la imagen - de un canal que se autodefine como cultural.

Se infiere que en el canal requieren de personal capacitado en fotografía, edición, sonido, guiones y producción. Deben impartirse cursos teóricos y prácticos para lograr un mejor uso de los recursos disponibles, además de darle variedad a los controles remotos y más naturalidad a las producciones hechas en los estudios.

Servicios Noticiosos

Punto y coma. Noticiero local de dos horas de duración, transmitido de 14:00 a 16:00 horas. Es un programa un tanto informal, al estilo del Hoy mismo que conducía Guillermo Ochoa en la cadena nacional de Canal 2, Televisa (1985). Las noticias se presentan en los primeros treinta minutos, después se mezclan actuaciones musicales y entrevistas en el estudio con la difusión de boletines. Los conductores son amables y comentan sin estar bien informados.

Respecto a las entrevistas en el estudio, a veces carecen de atractivo y las prolongan demasiado. Los números musicales están a cargo de gente no profesional, poco interesada en las raíces culturales de la entidad. El manejo del lenguaje televisivo es deficiente. Casi nunca participa directamente el público y es limitada la aparición de los municipios, el uso de reportajes, notas trabajadas e información científica, nacional e internacional, apoyada con comentarios acertados.

Corte de prensa. Servicio de cápsulas - noticiosas de tres minutos donde se presentan tres notas, local, nacional e internacional. Noticiario dinámico con buena producción.

En punto. Noticiario de 60 minutos de duración; pasa a las 12:30 horas. Tiene buena estructura y formato, diversidad de géneros utiliza--

dos y la mayor seriedad de los conductores. Predomina el tiempo dedicado a la figura del gobernador y sus actividades. Notimex proporciona la información internacional y la nacional; también se dispone de varios corresponsales. Hay escasez de imágenes y se requiere capacitar a los camarógrafos.

Por otro lado, las entrevistas se presentan tal y como quedaron grabadas, sin editar; esto lleva a pensar que falta material para cubrir el -- tiempo del noticiario.

Por tratarse de dos medios y dos lenguajes distintos, es poco recomendable encadenar la -- emisión En punto con las radiodifusoras, pues el -- audio de un noticiario de TV no es en sí un noticiario radiofónico.

No se recomienda encadenar la emisión En punto con las radiodifusoras porque el audio de un noticiero de TV no es en sí un noticiario radiofónico, se trata de dos lenguajes y dos medios de naturaleza distinta.

MONITOREO PREVIO

Antes del monitoreo anterior, se hizo otro -- el viernes 10 de mayo de 1985; se monitoreó XHTVA FM, Radio Tabasco de las 22:00 horas al cierre de la esta----- ción 1/.

El sábado 11 se realizaron muestreos (grabaciones) de Radio Tabasco durante 14 horas. El domingo 12 se grabaron muestras de XETVA AM, La Nueva Estación, durante 16 horas. El lunes 13 se monitorearon y grabaron un total de 17:30 horas de las 18 horas de trasmisión que cubre la Nueva Estación, y 13:30 horas de las 19 horas que está al aire Radio Tabasco.

1/ Nota importante: Para este monitoreo se tuvo la valiosa cooperación de Raziel García Arroyo y Martha García de García.

Del monitoreo de la noche del viernes a la -- del domingo se hizo una evaluación general, y de las gra baciones correspondientes al lunes 13, tomado como proto tipo de las transmisiones de la semana, en virtud de que los sábados y domingos varía la programación, se proce-- dió a medir tiempos para cada rango de la radiodifusión: a) avisos, promocionales e identificación de la señal; - b) mensajes cívicos y de orientación social; c) cápsulas culturales; d) noticiarios; e) programas no musicales; y f) programas musicales, cuyo contenido se catalogó de acuerdo a los principales géneros: vernácula, tropical, moderna-comercial, romántica, rock y otros.

Resultados del Monitoreo

En ambas radiodifusoras se encontró que había abuso de la música moderna y comercial, como el rock, -- así como de la locución de promocionales, mensajes e --- identificación de señal; esto último es más notable en - la Nueva Estación. Ambas operan, básicamente, como esta ciones disqueras de corte comercial, situación que se -- acentuaba por la jerga y estilo populachero de algunos - de sus locutores.

El proporcionar la hora de manera frecuente era un buen servicio al auditorio de esas emisoras.

En las tres horas escuchadas la noche del --- viernes 10 de mayo de 1985, en Radio Tabasco se trasmisión exclusivamente rock, además de los promocionales, -- mensajes e identificación de señal.

El sábado 11, en Radio Tabasco durante media hora se rindió homenaje a las madres, festejo celebrado el día anterior.

De acuerdo con las muestras de monitoreo de - Radio Tabasco, el sábado se transmitían dos buenos programas, Proyección universitaria, a cargo de la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, y El Hombre y el tiempo. Existe un programa infantil de contenido cultural, titulado Cuentos para despertar.

Desde las 15:50 a las 21:00 horas se transmisión en FM música suave instrumental, sólo interrumpida -- por los espacios dedicados a Cuentos para despertar y --

Realidades, desde luego por promocionales y mensajes, para continuar a las 21:00 horas, con el programa El golpe de la música, consistente en una hora de "música disco" (rock y jazz) sin cortes para mensajes y promocionales. Al concluir esta emisión, se transmitió música --- rock durante tres horas, hasta la una de la mañana del domingo 12 de mayo.

Para este análisis se monitoreó XHTVA-FM Radio Tabasco, el lunes 13 de mayo, de las 13:30 horas hasta la 01:00 horas del martes 14; es decir durante 13 y media horas de las 19 que permanece al aire, lo cual representa el 70% de sus transmisiones. En otro muestreo, sin grabar, a las 09:00 horas se captó un programa con música de sones huastecos, mariachis y de bailes regionales de varios puntos de la República.

La música moderna-comercial se transmitió de las 12:30 horas (inicio de monitoreo), para terminar a las 14:30 horas, en tanto la música de jazz, moderna estadounidense -también de corte comercial- y de las grandes bandas, como se anunció, ocupó los espacios de las -

15:00 a las 16:30 horas de las 17:00 a las 19:00 horas y de 21:00 a las 22:00 horas. La música argentina se trasmitió durante 3 horas, de las 10:00 de la noche a la --- 01:00.

En Radio Tabasco se pasan al aire tres melo-- días continuas por cada bloque de promocionales, mensa-- jes e identificación de señal; por ello tiene menor carga de avisos respecto a la que se tiene en La Nueva Estación, sin que por ello deje de ser elevado el número de textos y tiempo que ocupan esas trasmisiones, lo cual deja a Radio Tabasco en un perfil de corte comercial. La forma como la locutora en turno condujo el programa de - música argentina puede ser modelo a seguir para la locución en ambas radiodifusoras culturales del gobierno del Estado. Los datos que aporta, entonación de su voz y la forma como presenta el programa, dan a éste carácter cultural, patrón no observado en la emisión sabatina de --- rock, a cargo de la misma conductora.

Según lo observado, existe un abuso por cuanto a la música moderna y extranjera se refiere; ello con

trasta el tiempo dedicado a Voces y letras de Tabasco, programa semanal que sólo dispone de quince minutos, lo cual da un promedio de dos minutos por día-semana.

Las tres horas dedicadas a la música argentina -que en el mismo horario lo fue de rock el viernes y sábado-, aún cuando constituye un programa en extremo -- largo, está bien llevado.

Además, al transmitir la señal de identificación, se mencionaron las frecuencias y ubicación de las repetidoras de Radio Tabasco. Hubo en el programa exceso de avisos y promocionales y, algunos de ellos, como - las emisiones A través del rock y El golpe de la música, por sus fondos musicales, rompen la estructura general - del programa.

Sin embargo, las tres horas pueden ser mejoradas en contenido y con menor tiempo de locución -los mensajes y promocionales ocuparon en este espacio un tiempo global de 45' 27", esto es, el 25% de la transmisión. Se distingue de las demás emisiones musicales por proporcionar antecedentes y referencias de los cantantes que presenta.

En las 12 y media horas monitoreadas, sólo se encontraron cuatro cápsulas culturales; dos de ellas en el programa de música argentina. En el mismo lapso se emitieron 10 mensajes cívicos y de orientación social, pese al elevado tiempo abierto para este fin.

De los promocionales escuchados se desprende que los martes y domingo hay un espacio para música culta a través de los programas En concierto y Bellas Artes en radio, respectivamente.

Para el análisis de XETVA AM La Nueva Estación, se tomó como base el monitoreo del lunes 13 de mayo de 1985 por ser el más representativo de las transmisiones semanales.

Con el fin de hacer un comentario global, se parte de los muestreos logrados el domingo 12, día en que, como lo anuncian, es "de música variada", de diferentes géneros entremezclados. De las 17:00 a las 22:00 horas estuvo en turno un locutor, quien aparte de su estilo vulgar, hace tediosas las emisiones con un --

exceso de saludos, identificación de señal muy frecuente y demasía de promocionales a los programas de esa radio-difusora. El domingo no se escuchó ninguna cápsula cultural.

En la música moderna-comercial se tiene predilección por aquellos cantantes que reportan como mayor -vendedores de discos.

Asimismo, y en términos generales, tanto la -música como el estilo de los locutores hacen que las ---transmisiones de la Nueva Estación tengan el mismo perfil que el de las estaciones comerciales. La música es seme-jante, y el tiempo dedicado a mensajes es igual o mayor, lo único que cambia es el contenido de éstos. En los --promocionales de la misma difusora hay un gran abuso, al grado que en lunes ya se invita repetidamente a escuchar programas que pasarán los sábados.

No obstante que se trata de una emisora esta-tal, sólo se encontró una cápsula cultural -efemérides mexicanas correspondientes a la fecha dentro del programa Voces del campo.

Programas musicales como La hora de Javier Solís y sus invitados, La hora de los Beatles y Poemas y cantares, sólo se distinguen de la programación general, el primero, por contener música vernácula; el segundo, - música de los cantantes ingleses; y el último, por incluir algunos poemas. Por lo demás, están sobrecargados de promocionales y mensajes, los cuales llenan un tiempo, en el primero de ellos, de 10' 41", y en el segundo, de 23' 30", esto es, poco más de un tercio de total de cada una de las transmisiones. Ninguno de los dos primeros -- está documentado; faltan datos biográficos de los personajes a quienes están dedicados, así como destacar su importancia dentro de la música mexicana, el primero, y en el movimiento musical mundial, los segundos, datos que - darían contenido cultural a dichas emisiones.

También fue notoria la ausencia de productos -excepto en los noticiarios, que tienen buena calidad-. La musicalización no se ajusta en estilo a los horarios en que se trasmite, como es el caso del rock, que también se escucha a las 08:30 y 12:00 horas.

En el caso del programa Voces del campo, se tiene un buen noticiero agropecuario, por sus comentarios sobre plagas -en este caso de la araña roja- y ganadería -aparato digestivo de los rumiantes-, resultan sumamente largos y tediosos. Hay una ausencia de participación directa, desde cabina o por teléfono, de los "campesinos"; falta pronóstico del tiempo, muy útil para las labores del campo, etcétera.

Aparentemente, fuera de Voces del campo, no hay programas en vivo ni controles remotos; se abusa de la música grabada -suelen escucharse discos rayados-.

Se transmitieron, en las 17 y media horas monitoreadas, 120 mensajes de orientación social y cívica, -de los cuales sólo se identificaron siete textos; esto -da una idea de la intensa repetición de los mismos, que aun con su buena calidad, resaltan por monótonos.

Además, al igual que la identificación de señal -que llega a durar 45"- no hay una separación definida entre los mismos; pueden repetirse a los tres minutos,

que pasan cada media hora; se infiere que éstos quedan al criterio de los conductores, lo cual se verifica por las aglomeraciones en determinados horarios.

Destaca, igualmente, una tendencia muy marcada por incluir el rock, a los cantantes de moda y canciones en inglés, tal como se hace en la radio comercial. Tal hecho es preocupante, ya que por atender estos géneros musicales no se alienta las creaciones regionales y nacionales, y así se genera una progresiva desvalorización de la cultura tabasqueña.

Sin embargo, no tienen porque excluirse tales manifestaciones musicales, pero sí establecer un equilibrio con otras modalidades, en especial mexicanas, y enriquecerlas con información sobre su origen y significado, para que pasen a formar parte de la difusión de la cultura universal.

4. INTERRELACION DE CORAT CON EL SISTEMA REGIONAL
Y NACIONAL DE MEDIOS ELECTRONICOS DE
COMUNICACION MASIVA

En México existe un sistema nacional de medios de comunicación masiva del cual dispone la federación para el ejercicio de su soberanía y estimular el desarrollo del proyecto nacional.

Igualmente, este sistema de medios es utilizado por la federación para promover la unidad nacional e identidad cultural de los mexicanos.

El sistema comprende los medios impresos, electrónicos (radio y televisión) y cinematográficos; todos los cuales, operados en lo individual y por distintos organismos, sirven a los fines globales de la nación y la federación. 1/.

Por lo que toca a la nación, que es depositaria de la unidad de los mexicanos en el tiempo y en el espacio, el sistema de medios se utiliza para mantener y fortalecer el sentimiento común y comunitario que comparten todos aquellos que en lo mexicano reconocen su ori--

1/ Véase a Secretaría de Programación y Presupuesto: Plan Nacional de Desarrollo 1983-1988. Informe de Ejecución 1985, pp 46-47.

gen y la determinación del presente como realidad objetiva y actuante, precisamente para lograr la sobrevivencia de la nación mexicana con sus singularidades y peculiaridades, cada vez más unida, fuerte, respetada y ---- libre.

Para servir a la comunidad nacional, estos medios hacen comunes los elementos imprescindibles de la - nación, como el idioma, espacio territorial, creencias, tradiciones, costumbres, pasado histórico, que son también la base de la sobrevivencia y la identidad nacional, así como diferenciación de una y otra nación.

Respecto a la federación, los medios de comunicación masiva referidos, en primera instancia, son empleados para informar al pueblo mexicano, según lo establecen los artículos Tercero y Sexto constitucionales en lo referente al derecho a la información, así como de -- acuerdo a lo previsto en el Artículo 41 Constitucional - en lo referente, sobre todo, al acceso de los partidos - políticos a los medios de difusión colectiva y a todo -- cuanto concierne, afecta o beneficia a la República Mexicana, entendida como una totalidad jurídica y política.

En este sentido, el sistema de medios de comunicación masiva que utiliza la federación sigue (e informa acerca de) las dinámicas derivadas de lo establecido en los artículos constitucionales número 39, 40 y 41 (de la soberanía nacional y la forma de gobierno); 42, 43, - 44, 45, 46, 48 (de las partes integrantes de la Federación y del territorio nacional) 1/

Asimismo, el uso de este sistema de medios de comunicación masiva se apega a los artículos constitucionales 49, 50, 51, 52, 53, 54, 55, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 62, 63, 64, 65, 66, 67, 68, 69 y 70 (de la división de - poderes).

También los artículos 71 y 72 (de la iniciativa y formación de leyes); artículos 73, 74, 75, 76 y 77 (de las facultades del Congreso); Artículo 78 y 79 (de la Comisión Permanente); artículos 80, 81, 82, 83, 84, - 85, 86, 87, 88, 89, 90, 91, 92 y 93 (del Poder Ejecutivo); artículos 94, 95, 96, 97, 98, 99, 100, 101, 102, -- 103, 104, 105, 106 y 107 (del Poder Judicial).

1/ Aquí también se involucra el Artículo 27 Constitucional.

Los artículos 108, 109, 110, 111, 112, 113 y 114 (de las responsabilidades de los funcionarios públicos), artículos 115, 116, 117, 118, 119, 120, 121 y 122 (de los Estados de la Federación).

Artículo 123 (del trabajo y la previsión social); artículos 124, 125, 126, 127, 128, 129, 130, 131, 133 y 134 (prevenciones generales); Artículo 135 (de las reformas a la Constitución) y Artículo 136 (de la inviolabilidad de la Constitución).

A partir de estos fundamentos constitucionales, que norman las relaciones jurídicas y políticas de la República Mexicana, los depositarios del poder federal y la base del mismo, que es el pueblo, se tiene el material informativo que debe divulgarse por el sistema de medios de comunicación masiva de la federación.

La organización federal en México es una realidad que ya no está a discusión; nadie propone otro sistema alternativo, como el centralismo, señala Jorge Carpizo 1/.

1/ Véase a Jorge Carpizo: "El Sistema Federal Mexicano en 1971".

En lo jurídico, hay identificación de las decisiones fundamentales entre la federación y entidades federativas, lo cual hace resaltar también el aspecto republicano del sistema.

Lo económico, por su parte, ha sido factor centralizador y unificador de las entidades federativas con el todo federal; precisamente, al recaudar la federación casi la novena parte de todas las contribuciones del país, y al necesitar las entidades del apoyo económico del centro; ocurre así porque no hay equilibrio económico por parte de las entidades federativas y la federación.

Dentro de lo político, es también una realidad que el centro puede declarar la desaparición de los poderes locales con relativa facilidad, en tanto que existen las facultades constitucionales para ello.

Un aspecto político más es la existencia de un partido en el poder y, por ello, muy poderoso, en tanto que del mismo salen quienes ocupan la casi totalidad de los cargos de elección popular, y es controlado por el poder central.

Igualmente están los organismos descentralizados que operan en todo el territorio nacional, como el -- Seguro Social; Nacional Financiera; Banco Nacional de -- Obras y Servicios Públicos; Comisión Federal de Electricidad; por dar un ejemplo de los instrumentos que tiene la federación para influir y hasta subordinar a las entidades federativas.

Sin embargo, las tendencias actuales (1985) -- han sido orientadas a equilibrar, además de evitar la -- centralización y descomposición de las relaciones entre la federación y las entidades federativas; se busca que en lugar de subordinaciones haya coordinaciones, tal y -- como lo establece nuestra Constitución Política 1/.

En esta coyuntura, no puede ser mal visto que las entidades federativas se fortalezcan, no para enfrentarse al poder federal, sino para reforzar a la misma federación y a la estructura republicana.

1/ Véase a Instituto de Investigaciones Jurídicas: Diccionario Jurídico mexicano, Tomo IV, p 202.

Consecuentemente, así como la federación dispone de un sistema de medios de comunicación masiva, para los propósitos antes citados, cada entidad federativa debe disponer de un sistema análogo, con propósitos similares, pero encuadrados al ámbito local y siempre pensados como complemento de los fines que persigue la federación y el principio fundamental de la nación, es decir, su propia sobrevivencia.

Cabe subrayar que el sistema federal de medios de comunicación masiva no está formalizado, es decir, no se identifica oficialmente como tal, ni siquiera está operado por un solo organismo, o instancias coordinadas por un cuerpo central; aunque no hay anarquía, a veces se incurre en duplicidad de funciones o en un aprovechamiento por abajo de la potencialidad del sistema.

Entre los recursos comunicativos electrónicos que conforman este sistema federal destacan las estaciones de radio y TV que coordina la Dirección General de Radio y Televisión de la Secretaría de Gobernación, que incluye canales y redes televisivas como Canal 7, Canal

13 y Televisión de la República Mexicana. La cadena radiofónica Radio México, que enlaza a todas las radiodifusoras del país para difundir mensajes que hace llegar la federación en determinadas circunstancias, o bien, La Hora Nacional. Igualmente, se tiene la Agencia Noticiosa NOTIMEX y el organismo encargado de producir y comercializar papel periódico (PIPSA), que dependen de la Secretaría de Gobernación.

También está incluido aquí el servicio de boletines que en forma aislada o conjunta expiden los organismos federales para difundirse por prensa, radio y televisión; además del 12.5 por ciento del tiempo de transmisión que del total le corresponde al Estado como pago tributario en especie.

Dentro de los medios impresos está el periódico El Nacional, así como todas las oficinas de prensa -- que -- con distintos nombres -- tienen los órganos federales, incluidos los espacios que el gobierno federal compra a los diarios y revistas. Aquí también se encuentran todas las publicaciones periódicas o especiales que edita cada dependencia federal, como el Diario Oficial.

En cuanto a los recursos cinematográficos, -- además de las instalaciones para la producción de películas, está la cadena de salas cinematográficas que en todo el país tiene la Secretaría de Gobernación del Gobierno de la República.

Con este sistema se relaciona e interactúa la Comisión de Radio y Televisión del Estado de Tabasco --- (CORAT) para cumplir con las finalidades de la radiodifusión pública mexicana que busca, como todo poder público que se instituye para el bien del pueblo 1/, beneficiar a los mexicanos de las entidades federativas con la información y el pensamiento contemporáneo, así como el -- fortalecimiento de la identidad y tradiciones nacionales y locales.

4.1. Alcances

Si bien en el ámbito operativo aún no puede - decirse (1985) que CORAT haya alcanzado un rendimiento - aceptable en el desempeño de las funciones que le asignó

1/ Artículo 39 Constitucional.

el Gobierno del Estado de Tabasco, esto de ninguna manera es motivo para siquiera pensar que es un proyecto fallido.

En los momentos de hacer las investigaciones que se presentan en este trabajo, CORAT apenas tenía dos años de existencia y ya había logrado hacer varias aportaciones en bien de la cultura local, de la información política regional y formación de personal especializado en la producción y manejo de estaciones de radio y TV.

Por lo mismo, a CORAT se le abrían amplias posibilidades para cumplir los fines -de manera más eficaz porque lo hace con sentido y estilo propio de los tabasqueños- de la radio y teledifusión públicos, precisamente desde la óptica nacionalista y federalista, pero con respeto y reconocimiento al derecho que cada entidad federativa tiene para sobrevivir y desarrollarse.

Consecuentemente, de acuerdo a la citada dinámica, a los tabasqueños no se les imponen mensajes y programas generados en el centro del poder federal, de ----

acuerdo a modelos externos y ajenos -en cierta forma- de su forma de ser, sino que se retoman las necesidades comunicativas que tienen la federación y la nación y se satisfacen con los elementos culturales, políticos y sociales, incluso los intereses regionales, que prevalecen en la entidad.

Esto finalmente ha hecho que CORAT actúe de modo coordinado y complementario para los fines perseguidos por el proyecto histórico de la nación mexicana, y nunca de otra forma o en contra del interés de todos los mexicanos.

Dicho de otra manera, CORAT hace -en el ámbito local- exactamente lo mismo que el sistema federal de medios de comunicación masiva, que a su vez responde a las disposiciones políticas nacionales de comunicación.

Sobre estas bases, para entender y explicar a CORAT, debe acudirse al sentido de esas políticas nacionales de comunicación, que aun cuando en el caso de Méxi

co no están formalizadas en un sólo código o reglamento, sí pueden delimitarse fácilmente a partir de los lineamientos que al respecto señala, entre otros, Peter ----- Schenkel 1/.

Con la implantación de políticas nacionales de comunicación puede ordenarse el sistema de comunicación del país de acuerdo a las necesidades prioritarias del mismo.

Y por una política nacional de comunicación se entiende al conjunto explícito de políticas parciales de comunicación integradas en un proyecto coherente de disposiciones y normas mediante los cuales los organismos responsables de la comunicación estatal (federal y local) pueden cumplir satisfactoriamente sus funciones.

Se dan casos, como ya se indicó, de que no se disponga de ese cuerpo formalizado e integrado, aún cuando existen disposiciones y normas explícitas que reúnen los elementos para ser consideradas políticas parciales

1/ Véase a Peter Schenkel y otros: Políticas nacionales de comunicación. Passim.

de comunicación estatal, puesto que mediante ellas se establecen los criterios con que operan y se usan los recursos comunicativos del Estado.

Las políticas de comunicación tienen que ver con la asignación de recursos para el desarrollo comunicativo del Estado y la nación; con el papel del mismo Estado como impulsor de la comunicación entre los distintos sectores sociales, políticos y culturales; con los derechos, libertades y restricciones de la comunicación pública y privada; el uso de las modernas tecnologías -- que, a su vez, posibiliten la difusión de mensajes al mayor número de personas y al menor costo posible; con la divulgación de los valores y la identidad nacional, así como la diversidad política y cultural que involucra la comunicación en un espacio territorial que (como en el caso de México) al mismo tiempo es sociedad, república, nación, Estado, federación y entidades federativas.

Esta complejidad sociopolítica y cultural --- obliga a que una instancia con fundamentación legal y facultades legitimadas por todas las fuerzas que entrarían

en pugna en un momento dado, sea la encargada de estructurar y desarrollar, además de la comunicación estatal, la comunicación nacional, cultural y educativa; dicha instancia sólo podría ser el Estado.

La participación del Estado es sólo con carácter regulador y promotor, y en el caso de México no necesariamente significa la eliminación del sector empresarial en el uso y explotación de las modernas tecnologías comunicativas.

Por lo mismo, lo anterior no implica estatizar los medios de comunicación pública (cine, prensa, radio y televisión) en manos de la iniciativa privada, ni afectar las libertades de expresión y prensa, sino equilibrar los flujos de información y procesos de comunicación masiva de acuerdo a los intereses nacionales.

De esta manera, se busca que el Estado haga - aquello que en materia comunicativa los empresarios no - hacen o no les interesa hacer; dicho de otra manera, con

las políticas nacionales de comunicación pueden complementarse el servicio social de los medios de comunicación masiva que detentan los empresarios y los recursos comunicativos de los cuales dispone el Estado.

Esto, desde luego, no equivale a implantar el socialismo en las esferas comunicativas, sino democratizar al sistema nacional de comunicación.

Parece que así lo entiende ahora el gobierno mexicano, y se apareja con el marco jurídico derivado en la reforma política federal de 1977, con la cual tuvieron oportunidad de participar en los procesos electorales varios partidos políticos de tendencias marxistas -- que por años se vieron forzados a sobrevivir en la casi clandestinidad; se aspira a una organización social más equitativa, justa y democrática.

Ilustra lo anterior lo dicho por el Presidente Miguel de la Madrid Hurtado al inaugurar la Primera - Asamblea de la Asociación Nacional de Prensa Obrera, celebrada en el Distrito Federal, el 10 de enero de 1986:

En una sociedad plural como la nuestra, porque respeta las libertades individuales, pero también asegura los derechos de los grupos; - porque reconoce el derecho de pensamiento libre y expresión libre de las ideas; porque hemos rechazado el Estado autoritario que controle el pensamiento de los hombres, es muy importante que los grupos sociales mayoritarios del país tengan acceso a los grandes medios de comunicación y tengan, además, sus propios medios de comunicación y orientación.

Relacionado con esto, cabe subrayar que para diversos grupos mayoritarios está cerrado el acceso a la radio y televisión, como caso específico de grandes medios de comunicación; la prensa en este sentido es más flexible y se halla atenta a los problemas sociales, aparte de que sindicatos, asociaciones y partidos políticos, pueden editar sus propios periódicos o revistas.

Disponer de estaciones de radio y televisión, en cambio, es ya un privilegio que, de no corregirse las tendencias, daría lugar a un monopolio del minoritario - sector empresarial, el cual dispondría así de un importante medio de expresión e influencia, en menoscabo de los intereses mayoritarios.

Aquí, en esta coyuntura, aparece la trascendencia de CORAT, pues este organismo sí actúa como un regulador del fenómeno comunicativo; ello equivale a decir que CORAT sirve de medio de expresión y tribuna a partidos políticos, sindicatos, asociaciones civiles, culturales y otras, que no tienen recursos económicos para pagar los servicios de la radio y televisión comerciales; de esta manera CORAT rompe el privilegio o cuasimonopolio del sector empresarial, que precisamente tiene en sus manos infinidad de recursos para constituirse en una clase política dominante.

El Estado no puede quedar a merced de que --- grupos económicamente poderosos edifiquen un poder político paralelo al estatal y le disputen la soberanía, aún

cuando -en el caso de la comunicación masiva- ese poder se sustente en la manipulación industrial de las conciencias y en la inducción de opiniones (Juicios de valor) - en contra del beneficio mayoritario, la Justicia socio-económica y la democratización del sistema político mexicano; al mismo tiempo que favorecen corrientes de opinión y culturales a favor del imperialismo.

CORAT es un intento regional para impedir que lo anterior ocurra, para preservar la cultura local y nacional; para facilitar la participación democrática y la libre expresión de los núcleos sociales menos favorecidos con el desarrollo económico; para, finalmente, buscar usos más racionales de la radio y televisión.

Para el efecto, y como parte de las primeras acciones significativas en este campo, CORAT ha establecido diversos convenios de colaboración con organismos - federales, estatales e instituciones educativas, cuya finalidad ha sido formalizar los esfuerzos y suministro de recursos que se hacen y obtienen para la comunicación masiva orientada al servicio sociocultural y al fortalecimiento de la cultura tabasqueña y la mexicanidad.

De estos convenios pueden mencionarse el que se estableció en 1985 con la Distribuidora Conasupo del Sureste, S.A. de C.V. (Diconsa), para contribuir a la integración nacional y estatal, proporcionar información objetiva y apoyar la difusión de la educación y la cultura, mediante la coproducción y producción de programas de radio y televisión; lo cual dio como resultado -- que Diconsa tuviera 1:30 horas semanales de programación, sin excluir la posibilidad de producir programas especiales de radio y TV.

Otro convenio muy importante es el relacionado con el Instituto Mexicano de la Radio y el Instituto Mexicano de Televisión, celebrado en 1984 y con un plazo indefinido.

Este acuerdo tiene como finalidad ampliar y fortalecer los mecanismos de coordinación entre el Estado de Tabasco y la Federación, dentro del campo de la comunicación pública y sobre las bases de que es propósito del Poder Ejecutivo de la Unión desarrollar los medios regionales de comunicación pública y que dicho desarrollo se inscriba dentro del programa de comunicación - del gobierno federal.

El marco jurídico del acuerdo se fundamenta - en los artículos 3, 4, 5, 8 y 10 de la Ley Federal de Radio y Televisión; artículos 27 fracción XX y 45 de la -- Ley para el Control del Gobierno Federal de los Organismos Descentralizados y Empresas de Participación Estatal, así como el Artículo 20, fracciones III, IV, V y VI de - los decretos de creación de los institutos mexicanos de la Radio y la Televisión, y también el acuerdo que faculta la creación de CORAT.

Los referidos institutos han proporcionado -- asesoría técnica para que el patrón de difusión de las - emisoras de CORAT no interfiera las estaciones de los -- institutos, y para que la señal de CORAT llegue con fidelidad a las áreas previstas y autorizadas.

Igualmente, los institutos han fungido como - representantes de CORAT para los asuntos relacionados -- con el Sistema de Satélites Morelos.

CORAT, por su parte, ha presentado informes - periódicos acerca de la calidad de recepción de los canales de los institutos.

Para la programación de CORAT, los institutos pusieron a su disposición el material grabado que incluye música, seriales y discontinuos. Además una y otros se comprometen a realizar coinversiones.

Asimismo, los institutos incluyen a CORAT en el sistema federal de adquisición o cesión de derechos de material grabado o producido en el extranjero.

CORAT, en los términos del acuerdo, permite que los institutos participen con completas facultades en las políticas de programación que determine la misma CORAT. Y los institutos se comprometan a que CORAT sea parte de la estructura de radiodifusión regional.

Tanto CORAT como los institutos se comprometieron a establecer normas de calidad para los programas y transmisiones; los institutos, por su parte, capacitan al personal de CORAT para el mejor desempeño de las tareas radiofónicas y televisivas; asimismo, hay intercambio de personal.

Incluso, está previsto que los institutos con tribuyan al financiamiento de CORAT, en los casos que -- así se requiera.

Un convenio más por un año se celebró en 1985 entre la Secretaría de Agricultura y Recursos Hidráulicos, del Gobierno de la República, y CORAT, para también contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y estatal, proporcionar información objetiva y apoyar la difusión educativa y cultural, mediante la coproducción y producción de radio y TV, así como para la capacitación agropecuaria.

Otro convenio de colaboración se estableció - con la Secretaría de la Reforma Agraria del Gobierno Federal, mediante su Subsecretaría de Organización Agraria.

El propósito de este convenio ha sido contribuir al desarrollo rural por medio de programas televisivos, en los cuales se difunden los principios básicos para la organización agraria, sus fundamentos políticos y

Jurídicos, así como sus antecedentes históricos y repercusiones sociológicas; además de informar acerca de los apoyos que el Estado Mexicano pone a disposición de los campesinos en materia de organización rural.

Un convenio de colaboración, que resulta significativo por su trascendencia y articulación de esfuerzos, es el celebrado en 1985, con vigencia de un año, con la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco; puede decirse que con este convenio la UJAT está en posibilidades de cumplir mejor las funciones sociales que tiene asignadas, especialmente, la difusión de conocimiento y la cultura universal, nacional y regional.

De igual trascendencia resultó el Convenio de Coordinación y Colaboración Cultural celebrado entre los Estados de Campeche, Chiapas, Quintana Roo y Yucatán y la Secretaría de Educación Pública, que buscó racionalizar los recursos que cada una de las entidades citadas y la SEP destinan a la información, entretenimiento, educación y cultura.

De esta manera, los gobiernos de los estados del Sureste y la Secretaría de Educación Pública convinieron en copatrocinar la investigación, preservación y difusión del patrimonio artístico y cultural de la región, así como establecer programas de intercambio y colaboración cultural entre las mismas entidades federativas. Dentro del campo de la comunicación masiva, se acordó intercambiar programas culturales de radio y televisión; ofrecer cursos para técnicas de radio y televisión; así como elaborar programas radiofónicos en lenguas indígenas, entre los aspectos para fortalecer el sentimiento de arraigo e identidad regional.

Este convenio lo firmaron el 18 de enero de 1984, en Tapachula, Chiapas, Eugenio Echeverría Castillo, Gobernador de Campeche; Absalón Castellanos Domínguez, Gobernador de Chiapas; Pedro Joaquín Coldwell, Gobernador de Quintana Roo; Enrique González Pedrero, Gobernador de Tabasco; Graciliano Alpuche Pinzón, Gobernador de Yucatán, y Jesús Reyes Heróles, Secretario de Educación Pública.

Precisamente, este convenio de coordinación y colaboración entre los estados del Sureste y la SEP, firmado a cinco meses apenas de creada CORAT, se dio un paso (importante además) en la formulación de acciones para definir y trabajar por los intereses culturales regionales, de manera racionalizada, eficaz y dentro de la -- perspectiva del proyecto histórico nacional.

Asimismo, se sentaron las bases para que CORAT pudiera interactuar con el sistema regional y el sistema federal de medios de comunicación masiva.

Pese a ello, este convenio no ha funcionado -- del todo, en buena parte, por los problemas económicos -- que ha sufrido el país, lo cual daba lugar a que en 1985 se apreciara que el proceso evolutivo de CORAT se había frenado.

4.2 Limitaciones

Con todo y los aspectos positivos que el proyecto de CORAT lleva implícitos, a veces son más las res

tricciones y limitaciones a las cuales se enfrenta, que los apoyos, facilidades y aceptaciones brindadas a este organismo.

Los dos primeros años de existencia de CORAT han sido azarosos, no sólo por tratarse de una institución nueva, sino porque aflora a la vida en circunstancias delicadas para todo el país.

En este sentido, las limitaciones que afectan a CORAT pueden clasificarse en circunstanciales, jurídico-administrativas, políticas, socioculturales y técnicas.

Las limitaciones circunstanciales corresponden a las situaciones aquellas que frenan la operación y desarrollo de CORAT, pero de manera accidental, y sin que sean permanentes.

Como ejemplo de lo anterior, y quizá la más delicada de estas limitaciones, se tienen las restricciones presupuestarias originadas por los problemas económicos

cos del país y que se agudizaron con la caída de los precios del petróleo en los mercados internacionales, sobre todo en 1985-1986.

Los sucesivos recortes presupuestarios de la Federación ha repercutido en el gasto público de las entidades federativas; ello ha obligado a que se establezcan prioridades para la asignación de recursos.

Se infiere que para el gobierno del Estado de Tabasco son imprescindibles las tareas que desempeña --- CORAT en dicha entidad; por lo mismo, se ha procurado -- que este organismo sobreviva aún en medio de las limitaciones circunstanciales de orden económico y presupues--tario.

Por otra parte, las limitaciones de orden jurídico de CORAT son en buena parte derivadas del atraso que ha sufrido la legislación relacionada con la radio y televisión en México.

La Ley Federal de Radio y Televisión, fue promulgada en enero de 1960, y aunque ha sido reformada, las modificaciones no han resuelto los problemas, omisiones, lagunas e imprecisiones que hay en este ámbito.

Al respecto, Raúl Cremoux, en marzo de 1976, presentó una ponencia en la reunión sobre Comunicación - Social, Información y Conciencia Cívica del Consejo Consultivo del Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales del Partido Revolucionario Institucional; en dicha ponencia se destacaba que la Ley Federal de Radio y Televisión se instituyó con 40 años de retraso a la aparición de la radio y la de la televisión.

Tardó 13 años en expedirse el Reglamento de la citada ley, que faculta a la Secretaría de Gobernación a supervisar la orientación y el contenido de la programación radiofónica y televisiva; en 1985 se encontró que esa supervisión es demasiado flexible y los concesionarios buscan evadirla.

En cuanto a las orientaciones sanitarias, bebidas, alimentos y medicamentos, el reglamento tardó 14 años, respecto a la citada Ley; se encomendó la deficiente supervisión a la hoy Secretaría de Salud.

Faltaban en 1976 (y todavía en 1985) el reglamento correspondiente a las responsabilidades de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, así como el de la Secretaría de Educación Pública. La publicidad estaba (y sigue así) reglamentada de manera incipiente.

Las concesiones se entregaban (y entregan) a particulares para que éstos lucren con la difusión de ideas; para ello, se exigen un mínimo de requisitos técnicos a los concesionarios, pero nada se dice de los contenidos.

Estas concesiones garantizan los intereses minoritarios de los emisores; sólo de manera colateral se protegen los intereses mayoritarios, representados por los integrantes del público o auditorio.

Los mismos concesionarios gozaban (y gozan) - de un régimen fiscal de excepciones, pues pagan en especie y en condiciones ventajosas para ellos.

El Estado contaba con organismos productores y difusores que carecían de coordinación mínima y les -- faltaban recursos (en parte esto se corrigió con la crea ción de los Institutos de Radio y Televisión en 1983).

Todo esto repercutía en que la programación - de radio y TV en 1976 (en 1985) diera preferencia a formas estereotipadas (y maniqueístas) de vida; insuficien te número de programas críticos y analíticos; impulso al consumo indiscriminado e irracional; uso de recursos comunicativos propios para sujetos de bajo coeficiente intelectual; resistencia a seguir los lineamientos de la - Secretaría de Educación Pública y deformación de la in-- formación hacia formas de identificación conservadora.

De las propuestas básicas que hacía Raúl ---- Cremoux en ese entonces -a diez años de distancia- si--- guen vigentes varias, como actualizar y enriquecer tanto

la Ley Federal de Radio y Televisión como su reglamento, en los aspectos relacionados con fijar porcentajes prioritarios a transmisiones sobre cuestiones económicas, sociales, políticas y de extensión cultural; así como favorecer el incremento de transmisiones producidas nacionalmente.

Asimismo, reglamentar la publicidad; asignar como requisito para dar concesiones que se cumpla con un mínimo de calidad en el contenido y expedir los reglamentos faltantes.

Además, derogar el impuesto en especie y sustituirlo por un impuesto que grave los ingresos brutos de los concesionarios con una tasa pertinente.

También crear un impuesto a la publicidad, de acuerdo al tipo de productos anunciados y el número de veces que se difunda el anuncio.

A esto, ya relacionado con CORAT, puede agregarse que en la legislación en materia radiofónica y te-

levisiva nunca ha estado prevista la existencia de organismos regionales con las características de CORAT, aunque sí se infiere que puede haber estaciones orientadas a servir a la colectividad.

Por lo mismo, la aludida omisión legislativa, tanto en el orden federal como en el estatal, en determinados momentos, pone la existencia de CORAT en una situación bastante riesgosa, pues depende de que el gobierno de la entidad considere o no a este organismo como prioritario, necesario y benéfico para el pueblo tabasqueño, en los aspectos relacionados con el fortalecimiento de la identidad nacional, la cultura local y los intereses regionales, de acuerdo a los principios federativos que se hallan definidos en la Constitución Política de la República; así como para hacer efectivo el derecho a la información y proporcionar medios de expresión para que los partidos políticos y otras agrupaciones sociales puedan manifestar sus puntos de vista respecto al acontecer local, regional, nacional e internacional, y fortalecer con ello la convivencia democrática.

Por ello, si en realidad hay interés porque los modernos medios electrónicos de comunicación masiva sean utilizados para beneficio del pueblo, como se dice para otros órdenes en el Artículo 39 de la Constitución de la República, entonces debería contemplarse en la legislación de la radio y TV que hubiera organismos como CORAT, dependientes de los gobiernos locales y apoyados por la federación; con esto se terminaría la incertidumbre en cuanto al futuro de organismos semejantes, y también tendrían bien definidos sus campos de acción.

Dentro de las limitaciones de carácter político, una institución del tipo de CORAT, con las funciones específicas que se le asignaron en beneficio del pacto federal y desde la perspectiva nacionalista, necesariamente es mal vista por determinados núcleos del poder -- identificados con la minoría económica con intereses diversos en la entidad.

Al mismo tiempo, CORAT ha sido bien recibida por las capas progresistas y de orientación democrática

que tienen su asiento en Tabasco, entre ellas casi todos los partidos políticos y organizaciones obreras y campesinas, incluidos los centros educativos.

Pero, también este organismo, a dos años de su creación, era desconocido por buena parte de la población que seguía identificada con el uso comercial de la radio y televisión.

La no aceptación de CORAT, por afectar intereses o por desconocimiento de sus finalidades, se traduce en limitaciones de orden político.

En un caso, se trata de fuerzas opositoras -- con influencia en diversos niveles de la administración pública y otros factores reales de poder, por lo mismo, pueden frenar o alterar el desarrollo de CORAT, o parte de sus finalidades.

Sin caer en especulaciones, esta podría ser la situación en que incurren varios concesionarios en Tabasco, que han dado evidencia de ser del todo ajenos a -

la cultura e intereses populares locales, como a veces -
lo son también de la identidad nacional y del proyecto -
histórico de los mexicanos.

Se dice esto, precisamente, porque los conce--
sionarios de radio y televisión empresariales de la enti
dad le han hecho el vacío a CORAT, es decir, no interac--
túan ni colaboran con este organismo, mucho menos acep--
tan su influencia y aciertos para modificar sus propias
transmisiones.

Por lo que toca al desconocimiento de CORAT --
por parte del público, políticamente le afecta porque en
ese público está precisamente el apoyo que necesita la -
institución y es también su razón de ser, dado que se --
creó para servir al pueblo tabasqueño.

Sin embargo, esto último puede corregirse en
tanto se busquen más contactos para que el organismo se
vincule plenamente a los grupos mayoritarios de la po--
blación tabasqueña; o sea, para que CORAT forme parte -

de la vida política y sociocultural del pueblo de Tabasco, es insuficiente la sola programación radiofónica y televisiva, en la cual participen personas representativas y notables de la localidad.

Aunque no es posible -por tiempo y espacio- en este trabajo hacer una propuesta detallada para que CORAT se vincule de modo efectivo a la vida tabasqueña, sí puede destacarse que las principales corporaciones -- radiofónicas y televisivas que operan en el país se han arraigado socialmente y mantienen su fuerza económica y política porque disponen de múltiples mecanismos -distintos a la programación- para penetrar e interactuar con diversas capas sociales, como regalos al auditorio, entrada gratis a los escenarios en donde se hacen las transmisiones, llamadas telefónicas al aire para solicitar ayuda; localización de personas extraviadas; entrevistas a grupos filantrópicos, etcétera.

Mientras CORAT se limite a difundir sólo su programación, será difícil que logre el apoyo generaliza

do del público; tiene que penetrar en ese auditorio y - ser parte ya de su cotidianidad sin que, desde luego, - deba hacer exactamente aquello de lo cual se ha valido la radio y televisión empresarial 1/.

Lo que la radiodifusión pública debe ofrecer - a su auditorio para cumplir debidamente con sus objeti-- vos difiere de un país a otro, de acuerdo a las necesida des que determinan el grado de desarrollo.

En México es función de la radiodifusión del - Estado, entre otras, la creación de un modelo hacia el - que debe aproximarse la radio y televisión en su conjun- to. Es decir, influir, complementar y promover un Siste- ma Nacional de Televisión, mediante la competencia y el ejemplo, con la finalidad de contribuir a la integración y, sobre todo, al desarrollo independiente de México, su- perando la concepción exclusivamente publicitaria de la televisión privada. Esto es también para la radio.

Es indudable que existe un auditorio que se - satisface indiscriminadamente con la programación a la -

1/ Es decir, la radiodifusión.

cual ha sido habituada. Pero el público no es homogéneo y hay sectores que tratan de seleccionar sus programas - buscando una mayor calidad en las emisiones; además, como se sabe, el nivel cultural de una sociedad nunca es - estático ni uniforme. Las formas de vida, las ideas y - los gustos se modifican y en esta evolución influyen los creadores y los productores de programas de televisión.

Sin dejar de satisfacer a las mayorías, es necesario, pues, propiciar la selectividad del auditorio - y no adaptarse pasivamente al gusto medio del público. Sin actuar en forma coercitiva sobre el espectador -lo - que sería absolutamente opuesto a los objetivos de una - auténtica sensibilización del público a nuevos estím- - los-, hay que despertarle la conciencia del significado del mundo en el cual le ha tocado vivir y de la responsa- - bilidad que debe compartir dentro de la sociedad. La vi- - sión del mundo que debe ofrecerse en las pantallas es la visión realista de una complejidad no susceptible a solu- - ciones fáciles y enajenantes. El espectador debe aprender a conocer mejor la realidad de su tiempo y una de -- las tareas de la radiodifusión del Estado es ofrecerle los elementos para que pueda explorarla y formar su propio - punto de vista.

Se ha debatido ya sobre el problema de la comercialización en una emisora estatal. Si el asunto -- no se discute en abstracto sino en el nivel realista de una economía como la de México, renunciar a la publicidad como fuente de financiamiento, implicaría automáticamente condenar a la difusión pública a la dependencia definitiva del subsidio y a la privación, a priori, de posibles utilidades. Es necesario el establecimiento de políticas de comercialización que, sin crear relaciones de subordinación respecto de la publicidad, permitan a fin de cuentas, el autofinanciamiento.

Para la radiodifusión del Estado la comercialización del tiempo de transmisión debería tender, en términos generales, hacia dos objetivos: el primero, generar recursos o intercambiar bienes o servicios necesarios para el desempeño de sus operaciones. El segundo, coadyuvar a la promoción comercial de las empresas del sector público y apoyar el crecimiento de empresas nacionales -- productoras de artículos esenciales para el consumo -- familiar.

El camino de la televisión del Estado consistiría, de acuerdo con nuestra concepción, en una operación mixta: centralizada en lo relativo a las cuestiones de producción más importantes -esto es, parte de su programación, sobre todo en las horas de mayor audiencia, sería difundida a nivel nacional- y descentralizada en la difusión de programación local y regional durante algunas horas, para permitir la expresión informativa, artística, cultural y comercial de la provincia mexicana - de modo que, en algún momento, conforme a su propio desarrollo, la programación pudiera originarse alternadamente desde la capital o desde la provincia.

Uno de los problemas en las sociedades que -- han pasado por un largo proceso de aculturación, es el - de la pérdida de su propia identidad debido a las influencias recibidas del exterior. Los medios de comunicación de masas pueden contribuir en mayor o menor grado a esa pérdida del ser y de los valores nacionales, pero también pueden ayudar a fortalecerlos.

La radiodifusión del Estado debe tender a cumplir, de una manera creciente y progresiva, su papel de difusora de mensajes de contenido nacional, cultural y cívico, y de factor estimulante, mediante la competencia y el ejemplo, para suscitar nuevas formas de programación en la televisión privada. La ampliación de su cobertura, sólo superada antes por Canal 2 de Televisa, ha aumentado en una medida importante su capacidad para llegar directamente al público. Pero no es posible olvidar que la mayoría de ese público está condicionado al orden de estímulos que la pantalla chica le ha transmitido durante un cuarto de siglo y que ese género de condicionamiento no se altera de un día para otro 1/.

Para poder cumplir cabalmente con sus finalidades, la televisión pública tendrá que adquirir más importancia, no sólo en cuanto a la cobertura sino en cuanto al número de opciones ofrecidas al auditorio. Será necesario, también, abrir las posibilidades de participación de los ciudadanos en la orientación de la vida de las comunidades locales y regionales, lo cual podría lo--

1/ Actualmente (1985), el canal con mayor cobertura es el 7.

grarse mediante un sistema mixto de programación nacional, regional y local, acorde con la política de descentralización que pretende el gobierno federal. Por otra parte, debería simplificarse el conjunto de organismos - que a la fecha interviene en la radiodifusión y cuyas -- funciones pueden traslaparse, duplicarse o no cumplirse debidamente. Al establecerse una cabeza definida de sec tor -experimentada y competente- se lograría una mayor - coordinación y consistencia en las políticas y mayor --- aprovechamiento de los recursos.

De los hábitos de preferencias del público, - se desprende una limitación más que también obstaculiza a CORAT; se trata de los aspectos socioculturales, en las cuales la radio y televisión empresarial ha influido y - aprovechado para el manejo del público como un mercado - potencial.

Uno de dichos aspectos es la costumbre; durante décadas, para la gente se hizo familiar un estilo de programación y un grupo de personas que actuaban como --

locutores, animadores, conductores e informadores, entre otros, en la radio y TV del Distrito Federal; las estaciones locales repitieron el modelo.

Cuando otro uso de la radio y televisión se hizo una necesidad objetiva y una demanda de fuerzas democráticas y nacionalistas, aparecieron estaciones como Canal 13 o Radio Educación, que modificaron a fondo sus emisiones, y dejaron de parecerse a Canal 11 o Radio UNAM, que antes de 1973 tenían una noción muy rígida y solemne de la cultura y la expresión artística.

Con ello se ofrecía una alternativa al público; pero éste seguía (y sigue) inclinado a preferir aquello que provenía de las antiguas estaciones radiofónicas y televisivas.

Para quienes esperaban un cambio automático y hasta fulminante en los gustos del público, esta situación debió parecerles frustrante; se ignoraba, o no se admitía, que la educación y reeducación de los integran-

tes del auditorio tendría que ser un trabajo lento y --- gradual, de la misma manera como la gente se habituó a - las transmisiones de los medios electrónicos mercantiles.

Esto fue una limitación severa para la radio y TV de carácter no comercial, incluso, personas por demás vinculadas a los núcleos empresariales, calificaron a esta circunstancia de fracaso del experimento estatí-- zante de los medios electrónicos de comunicación masiva.

A doce años de distancia, ese "fallido" experi^umento ha demostrado que es capaz de servir como una op-- ción seria al público, y llevó a la creación de organis-- mos como el Instituto Mexicano de la Radio y el Institu-- to Mexicano de Televisión en 1983.

El caso de CORAT es parecido, aunque se en-- frenta a experiencias novedosas, como son el trabajar - en una entidad federativa, y con limitados recursos, pa - ra beneficio de un público sumamente heterogéneo, con - un crecimiento vertiginoso derivado del incremento de -

la explotación petrolera, pero también con nutridos núcleos de tabasqueños identificados con su cultura, tradiciones y costumbres, que no estaban dispuestos a ser eliminados y arrojados al olvido histórico.

Respecto a las limitaciones técnicas de CORAT, de manera resumida pueden clasificarse en dos niveles; - una está referida al equipo y operación; la otra a los recursos humanos 1/.

Dentro del primer caso, pueden citarse la deficiente calidad de las señales de radio y TV que en ocasiones afecta a las transmisiones; se tienen reportes en el sentido de que fuera de Villahermosa ya es difícil -- sintonizar las emisoras de CORAT. Esta irregularidad -- conlleva a que el público prefiera otras estaciones que nunca dejan de transmitir.

En el otro caso, está la poca experiencia del personal de CORAT en la materia; pero se prefirió dar la oportunidad de fogueo a los propios tabasqueños para que

1/ Véase el punto 3, de este mismo trabajo.

ellos fueran quienes manejaran los contenidos radiofónicos y televisivos. Los resultados evidencian ya (1985) la profesionalización de dicho personal y la falla se corregirá en su oportunidad.

Los aspectos técnicos también tienden a corregirse, con el auxilio de los técnicos de CORAT y la asesoría de los Institutos de Radio y Televisión del gobierno federal.

Por eso, a pesar de las limitaciones mencionadas, se considera que CORAT es un proyecto viable, positivo, comprometido con el pueblo tabasqueño, su identidad y cultura, y al mismo tiempo nacionalista e indiscutiblemente mexicanista.

De esta manera, se presupone que mientras el gobierno de la entidad y el de la federación sea nacionalista y procurador del bienestar educativo y cultural de los tabasqueños, en un nivel, y de los mexicanos, en otro, CORAT tendrá la certidumbre y seguridad para cumplir las funciones sociales que le asignó el pueblo tabasqueño.

CONCLUSIONES

La hipótesis que sirvió de hilo conductor al presente trabajo y aplicada al caso de Tabasco, precisamente a la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco --- (CORAT), resultó fortalecida y por ello puede ser válida para aplicarla en estudios de otras entidades federati--vas.

En dicha hipótesis se consideraba que

Así como la federación dispone de un sistema de medios de comunicación masiva para informar y preservar los intereses nacionales, -- también cada entidad federativa debe tener -- su propio sistema para lograr los mismos fines, pero de acuerdo a los intereses regionales y la cultura local, que lejos de ser excluyente de la nacional, se complementa orgánicamente con ella.

Entre los resultados de la investigación se -- encontró que una instancia como CORAT era y es necesaria, según puede apreciarse en el Capítulo 2 del trabajo, denominado Inventario y Características de los Medios Electrónicos de Comunicación Masiva en la Entidad, así como

en los apéndices 2 y 4 y el Capítulo número 1, Usos y Efectos de los Medios Electrónicos de Comunicación Masiva en la Entidad.

Respecto al inventario, se halló que sólo --- tres estaciones de radio (dos de AM y otra de FM) de un total de 17 radiodifusoras, y una de las dos teledifusoras que operan en Tabasco, son usadas con propósitos educativos o culturales y no comerciales.

Este hecho preocupa porque, como puede apreciarse en los apéndices 1 y 2, más de un millón de tabasqueños, sin incluir parte de la población de Veracruz, Campeche y Chiapas, que también reciben la señal de algunas de estas emisoras, quedan a merced de un mismo modelo de mensajes difundido por los medios electrónicos de comunicación masiva en manos de empresarios que -en varios casos- ni tienen arraigo en la entidad y menos se identifican con la cultura y forma de ser propias de los tabasqueños, como se plantea en el Capítulo 1.

En Tabasco hay 17 municipios, y como se dijo, también operan 17 emisoras de radio y dos de televisión, pero la distribución no es uniforme, pues mientras que - en nueve municipios no existe siquiera una estación (en forma conjunta estos municipios tienen una población de (299 255 habitantes), en la capital de la entidad - - - (250 903 habitantes) hay 10 estaciones de radio y dos de televisión; cabe señalar que también en la capital funcionan las únicas cuatro radioemisoras en FM que hay en la entidad (véase el Cuadro I adjunto).

La marcada concentración de medios electrónicos en la capital obedece a dos causas; una es que en -- 1765.8 kilómetros cuadrados (7.16 del territorio estatal) se tiene una densidad de 142 habitantes por kilómetro -- cuadrado -casi la mayor del Estado-; en cambio, en los - nueve municipios en donde no hay estaciones se tiene una densidad de 11.45, 16.57, 147.14, 23.05, 44.55, 104.85, 16.92, 71.43, 31.63, respectivamente; su extensión glo-- bal es de 11022.06 kilómetros cuadrados (45.24 por cien-- to del territorio estatal). Aunque en determinados casos esto no necesariamente puede sostenerse, dado que la ---

densidad de algunos municipios sin emisoras se aproxima o rebasa a la de Villahermosa (142 habitantes por kilómetro cuadrado), como sucede con Cunduacán, cuya densidad es de 147.14 y su superficie de 426.78 kilómetros cuadrados (5.91 por ciento); o la de Jalpa, que es de 104.85 en 375.67 kilómetros cuadrados (3.71 por ciento); se infiere que por su cercanía con la capital del Estado reciben la señal radiofónica y televisiva desde ese lugar sin ningún problema.

Lo anterior puede apreciarse en el Cuadro I (adjunto), en el cual se presentan los 17 municipios del Estado de Tabasco, con sus respectivas cabeceras, la población que tiene el municipio, el porcentaje correspondiente respecto al total del Estado, la superficie y su porcentaje; además, de la densidad de habitantes por kilómetro cuadrado, junto con el número de las estaciones de radio en amplitud modulada y las de frecuencia modulada, así como las teledifusoras.

CUADRO I

DISTRIBUCION DE POBLACION POR MUNICIPIO							EMISORAS LOCALES		
NOMBRE DEL MUNICIPIO	CABECERA	POBLACION MUNICIPAL NO.HAB.	% DEL ESTADO	SUPERFICIE MUNICIPAL KM2	% DEL ESTADADO	DENSIDAD HAB./KM2	RADIO-TELEFUSORAS AM FM		TELEFUSORAS
Balancán	Balancán	37099	3.49	3237.87	13.13	11.45			
Cárdenas	Cárdenas	119236	11.22	1970.32	7.99	60.51	1		
Centla	Frontera	53778	5.06	3245.54	13.16	16.57			
Centro	Villahermosa	250.903	23.60	1765.88	7.16	142.08	6	4	2
Comalcalco	Comalcalco	101448	9.54	1017.11	4.12	99.74	1		
Cunduacán	Cunduacán	62796	5.91	426.78	1.73	147.14			
Emiliano Zapata	Emiliano Zapata	17147	1.61	743.66	3.02	23.05			
Huimanguillo	Huimanguillo	94240	8.87	3587.98	14.55	26.27	1		
Jalapa	Jalapa	23114	2.17	518.78	2.10	44.55			
Jalpa	Jalpa	39389	3.71	375.67	1.52	104.85			
Jonuta	Jonuta	18639	1.75	1101.44	4.47	16.92			
Macuspana	Macuspana	84287	7.93	2067.44	8.36	40.77	1		
Nacajuca	Nacajuca	29821	2.81	452.33	1.84	65.93	1		
Paraíso	Paraíso	41252	3.68	577.55	2.34	71.43			
Tacotalpa	Tacotalpa	25138	2.37	794.77	3.22	31.63			
Teapa	Teapa	26376	2.48	679.78	2.76	38.80	1		
Tenosique	Tenosique	38299	3.60	2098.10	6.51	18.25	1		
TOTAL	17	1'062.961	100.00 %	24,361	100%	43.63	13	4	2

Otra de las razones por las cuales se concentran más emisoras en Villahermosa responde a los objetivos mercantilistas de los concesionarios, pues a los --- anunciantes a quienes sirven les interesan los grandes - asentamientos humanos sólo en tanto son mercado poten--- cial para sus productos, que no necesariamente son los - básicos (esos ni se anuncian), sino artículos superfluos, onerosos y ajenos a las condiciones socioeconómicas de - la entidad y hasta del país, bebidas embriagantes, por - ejemplo.

Consecuentemente, habrá más estaciones de radio y televisión comerciales a donde haya mayor concen-- tración de habitantes y donde se tengan el ingreso --- per capita más elevado, lo cual ocurre precisamente en - la capital del Estado y localidades vecinas. Esto da lu gar también a que el costo de difusión se reduzca, ya -- que el mismo mensaje puede ser captado por un mayor núme ro de personas.

Dentro del rubro de los usos que se dan a las estaciones de radio y televisión en Tabasco, se tiene --

que resultan muy parecidos a la forma cómo se explotan - estos medios de comunicación en todo el país por los concesionarios privados.

Esto no ocurre con CORAT, cuyas dos estacio-- nes de radio y una de TV siguen un esquema de operación original, exactamente, para hacer aquello que las emiso-- ras empresariales no hacen ni les preocupa realizar, co-- mo es el caso de difundir y reforzar la cultura (valores y tradiciones) de los tabasqueños, así como privilegiar los intereses locales y regionales, pero articulados a - los nacionales.

Igualmente, las estaciones comerciales sólo - de modo accesorio y ~~accidental~~ ~~dan muestras~~ de cumplir - con las funciones culturales, educativas y sociales que les impone la Ley Federal de Radio y Televisión. Y cuando lo ~~hacen es desde la perspectiva~~ de la federación, pe-- ro casi nunca para vincularse con la entidad.

Esto es así porque la materia radiofónica y televisiva es de competencia federal y es con la federa--

ción con quienes los concesionarios tratan; con los gobiernos de los estados a veces ni siquiera lo hacen por cortesía.

Precisamente, con estos hechos se justificó la creación de CORAT y que el gobierno del Estado de Tabasco dispusiera de frecuencias de radio y TV, como ya otras entidades federativas las tienen y el resto también debería tenerlas; incluso, esto encaja dentro de las medidas que el gobierno federal ha tomado para descentralizar y fortalecer a los estados.

Entre los usos que simultáneamente se dan a los medios electrónicos de comunicación masiva en Tabasco por los empresarios pueden mencionarse los mercantiles, o sea la intención consciente de utilizar a la radio y televisión para lucrar, aunque este uso no necesariamente es el principal y mucho menos el único. En un determinado momento pueden ser más importantes las finalidades políticas, por ejemplo.

A los fines mercantiles se les denomina usos publicitarios o propagandísticos, se trata de la venta -- de servicios a quienes están en posibilidades de pagar -- las tarifas que han fijado los concesionarios, los cuales se agrupan en poderosas organizaciones que cubren casi -- todo las entidades federativas, pero no dan muestras de -- tener compromisos con cada una de las entidades en donde obtienen ganancias y utilidades 1/.

1/ Véase el Cuadro II y III aquí adjuntos, y el capítulo 2 y 3; en estos últimos se hace un análisis de la --- programación radiofónica y televisiva empresarial y -- también de la que trasmite CORAT.

CUADRO II

MEDIOS ELECTRONICOS DE COMUNICACION MASIVA DE TABASCO										
LOCALIDAD	RADIOTRANSMISORAS	CLAVE	CANAL	POTENCIA	AM	FM	T.V.	COM.	OF.	GRUPO AL QUE PERTENECEN
Cárdenas	Radio Cárdenas	XEJAC	1110 KHZ	1,000 w	*			*		OIRSA
Comalcalco	Radio Chontalpa	XEVX	570 KHZ	1,000 w	*			*		RADIO VENTAS DE PROVINCIA
Huimanguillo	Radio Futurana (La Ranchera del Cuadrante)	XEZQ	1520 KHZ	1,000 w	*			*		RADIO VENTAS DE PROVINCIA
Macuspana	Radio La Consentida	XERTM	1150 KHZ	1,000 w	*			*		OIRSA
Nacajuca	La Voz de los Chontales **	XEMAC	1440 KHZ	500 w	*				*	INI
Tenosique	La Voz del Usumacinta	XEZX	860 KHZ	1,000 w	*			*		RADIORAMA, S.A.
Villahermosa	Radio Variedades	XEVT	970 KHZ	5,000 w	*			*		RADIO, S.A.
	Radio Tab. La Juvenil	XETAB	1410 KHZ	5,000 w	*			*		RPM
	La Emisora del Hogar	XEVA	790 KHZ	5,000 w	*			*		RPM
	Radio 620, Antes R. Pueblo	XEACM	620 KHZ	1,000 w	*			*		RADIO, S.A.
	Radio Sensación	XEKV	740 KHZ	1,000 w	*			*		RADIORAMA, S.A.
	La Nueva Estación*	XETVA-AM	1230 KHZ	5,000 w	*				*	CORAT
	Fórmula Melódica	XHOP-FM	965 MHZ	60,000 w		*		*		ARTSA
	FM de Tabasco	XHVB-FM	973 MHZ	30,000 w		*		*		RADIO, S.A.
	Radio Tabasco*	XHTVA-FM	949 MHZ	5,000 w		*			*	CORAT
	TELEVISORAS									
Villahermosa	La Imagen...	XHTVLT	9	25,000 w			*	*		TASTM S.A. C.V. (TELEVISIA)
	Reflejo de Tabasco*	XHSTATV	7	10,000 w			*			CORAT

* COMISION DE RADIO Y TELEVISION.

** INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA.

CUADRO III

ESTACIONES	LOCALIDAD	AGRUPACION	TOTAL TABASCO	TOTAL EN TODA LA REPUBLICA
XEJAC	Cárdenas	Organización Impulso- ra de Radio, S.A. (OIR)	2	72
XERTM	Macuspana	"		
XHOP FM	Villahermosa	Agentes de Radio y Televisión, S.A. (ARTSA)	2	56
XHSAT FM	"	"		
XEVX	Comalcalco	Radio Ventas de Pro- vincia, S.A.	2	36
XEZQ	Huimanguillo	"		
XETAB	Villahermosa	Radioprogramas de — México, S.A. (RPM)	2	26
XEVA	"	"		
XEYR	Teapa	Radiodifusoras Asocia- das de Innovación y — Organización, S.A. (Radio, S.A.)	4	50
XEACM	Villahermosa	"		
XEVT	"	"		
XHVB FM	"	"		
XEZX	Tenosique	Radorama, S.A.	2	96
XEKV	Villahermosa	"		
Canal 9	Villahermosa	Televisoras Afiliadas a Sistema de Televi- sión Mexicana, S.A. de C.V. (Televisa)	1	30

De este uso lucrativo se deriva que los medios, en ciertos aspectos, están a la disposición del mejor postor y se observan prácticas cuasi monopólicas, como es el caso de anuncios relativos a productos de escaso valor alimentario, o la pseudo popularización de algunos cantantes.

Relacionado con ello, también preocupan los usos informativos que los concesionarios dan a los medios electrónicos en Tabasco, a grado tal que mejor debería hablarse de abusos.

Los usos informativos están previstos en la Ley Federal de Radio y Televisión, en tanto se garantiza (Artículo 58) que el derecho de información, expresión y recepción, mediante radio y TV, no serán objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, ni censura previa.

Asimismo, en el Artículo 77 se considera que las transmisiones radiofónicas y televisivas son un medio de orientación para el público; y de esto se infiere

re que las estaciones de radio y TV deben ofrecer servicios informativos al auditorio, es decir, noticiarios -- estructurados periodísticamente hechos, de preferencia, por profesionales del periodismo.

Sin embargo, se encontró que varios concesionarios no cumplen con los servicios informativos; y quienes lo hacen no siempre se apegan al espíritu de la Ley Federal de Radio y Televisión, pues dan propaganda o publicidad como información noticiosa.

En un caso, los protagonistas de la información (entrevistados o declarantes) que reciben mayor difusión son aquellos que más se identifican con los intereses empresariales, por ejemplo; en el otro, la información se refiere más bien a los negocios a los cuales están vinculados los concesionarios, como es el caso de -- ciertos espectáculos musicales o deportivos; aquí se entrevista y habla, por citar un caso, de los "deportistas"; día con día se da cuenta de todo aquello que hacen, como si en verdad se tratara de acontecimientos que trascendieran en la vida política, económica, social y cultural de los mexicanos.

Esto ha dado lugar a que los usos informativos se distorsionen y ante lo delicado de la situación, en el Estado de Tabasco se buscó proporcionar el servicio informativo a la colectividad de una manera responsable y seria, precisamente, mediante las emisoras asignadas a la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco.

CORAT ha procurado llenar el vacío informativo, ya que la mayoría de las radioemisoras tabasqueñas no cumplen con el señalamiento de informar al público, como puede apreciarse en el capítulo 2.

De las 14 emisoras radiofónicas empresariales de Tabasco, sólo cinco tienen servicios noticiosos; pero debe reconocerse que la calidad de estos servicios deja mucho que desear, en tanto se descuida el acontecer local, ni tampoco se tiene un mínimo de calidad profesional (1985).

Lo anterior se explica porque los grupos a -- que pertenecen las estaciones de radio responden a inte-

reses casi siempre definidos y perfilados desde la capital de la República, sin que contemplen plenamente un uso social de la radio para el país en su conjunto, menos para cada una de las entidades federativas.

De acuerdo a ello, se hace necesario que la información radiofónica y televisiva reciba un tratamiento distinto al que han impuesto las agrupaciones de radio y TV de los empresarios.

Así como es imprescindible para el país una información noticiosa que englobe el todo nacional, es también apremiante que se estructure otro sistema radiofónico para darle calidad profesional a la recolección de datos relacionados con el acontecer local e imprimirle profundidad al análisis destinado al consumo de cada entidad federativa, e incluso municipal, cuando la densidad de población y la dinámica sociopolítica, cultural y económica así lo requieran.

Aunque con sus variantes, ello también es válido para la televisión de Tabasco; si bien los dos canal

les que operan en la localidad dedican espacios a la información periodística, no persiguen la misma finalidad; el canal 7, con fallas humanas y técnicas se orienta al servicio social; el canal 9, la mayoría de las veces, al lucro.

Aunque algunos especialistas y aficionados a la materia, por otra parte, tienen la firme creencia que la gente sólo busca entretenimiento en la radio y televisión, es decir, algún insumo para llenar el ocio, la --- apreciación es errónea; si bien hay entre el público --- quienes prenden sus aparatos de radio o TV en busca de - un pasatiempo, no quiere decir que todos los televiden-- tes y radioescuchas así lo hagan, ni tampoco que quienes así actúan una vez siempre procedan de la misma manera.

Relacionado con ello, abundan ejemplos en -- los cuales se observa que la comunicación radiofónica o télevisiva es complemento de muchas otras actividades de sarrolladas simultáneamente; es difícil que en una relación con estos medios el receptor se quede del todo pasivo, especialmente en el caso de la radio.

De cualquier forma, recreación, diversión y entretenimiento son equivalentes en este contexto; los tres términos se hallan relacionados con diversos espectáculos generados de manera separada de la radio y televisión, o propiciados directamente por ambas, como es el caso de eventos deportivos, musicales, dramáticos o humorísticos. Pero sean propios o ajenos, de dichos espectáculos se habla en los medios de comunicación masiva, - si es que no se difunden por los mismos medios electrónicos.

El espectáculo es la clave de la recreación, diversión o entretenimiento derivados de la comunicación radiofónica y televisiva; quienes deciden los contenidos que se incluirán en estos medios dan preferencia a los usos recreativos a grado tal que de la misma realidad -- económica, social y política, se hace un espectáculo (un siniestro o crimen, por ejemplo).

Es así porque el espectáculo es fácil de producir y requiere de una inversión mínima; en cambio, es un rentable, si no es que excelente negocio.

Esto es lo que sucede con la programación de las radiodifusoras llamadas disqueras; sólo se dedican a mantener un espectáculo musical mediante grabaciones fonográficas con el ánimo de entretener al auditorio.

De estos casos, la mayor actividad de las emisoras se reduce a quitar y poner grabaciones; eventualmente se reciben las peticiones del público, pero en ocasiones ni eso, porque quien decide que se toca es un programador, el cual obedece a compromisos o intereses de personas vinculadas a las compañías disqueras que pagan los servicios radiofónicos para popularizar tal o cual canción o melodía.

Un esquema de esta naturaleza prevalece en el Estado de Tabasco, la mayoría de las radiodifusoras acude a la música grabada (raramente en vivo) para entretener a los radioescuchas.

Las estaciones comerciales de radio y televisión que existen en la entidad contravienen en mayor o

menor grado a las disposiciones de la Ley Federal de Radio y Televisión, aparte de que permanecen poco permeables a los gustos y entretenimientos propios de los tabasqueños y su cultura, a veces los degradan, en vez de enaltecerlos.

Para cubrir estas necesidades, el gobierno de la entidad, por medio de CORAT y sus dos estaciones de radio, así como su canal de televisión, ha procurado ofrecer un entretenimiento más digno para los habitantes de la región.

Sin embargo, la empresa ha sido difícil, desde cuando se detectó el problema y se le buscó una solución requirió poner atención en los posibles recursos -- que iban a darse como sucedáneo de las diversiones mercantilizadas ofrecidas por los concesionarios privados.

La resistencia acusada por el mismo público -- ha sido lo más crítico, en algunos casos la gente pareciera estar demasiado familiarizada con los modelos comerciales con que se explotan la mayoría de las estaciones de la localidad.

Por eso, al comienzo, en las citadas emisoras de CORAT se programaron contenidos casi similares a los que predominan en las estaciones comerciales, con el fin de iniciar un proceso lento, pero que busca ser irreversible, para educar y reeducar a los radioescuchas y televidentes, encaminado todo a formar una actitud analítica, selectiva y más inclinada por la diversión de calidad.

Los usos educativos y culturales de la radio y la televisión son diversos y múltiples; a fin de cuentas cualquier contenido de los medios electrónicos de comunicación masiva da como resultado la socialización, es decir, los medios de comunicación masiva participan en un proceso sociopsicológico mediante el cual se moldea (educa) la personalidad de los individuos en todo momento, de acuerdo a los patrones culturales generados por toda la sociedad y mantenidos en las instituciones educativas.

Para las estaciones de radio y TV que operan en Tabasco, esta función educativa y cultural debiera ser la sustantiva y primordial, dadas las condiciones

educativas que prevalecen en el medio rural y semiurbano (el 24.5 por ciento de la población mayor de 15 años es analfabeta), así como la necesidad de fortalecer la cultura local y nacional en toda la población lugareña, pero no ocurre así.

Es por demás obvio que la finalidad de las estaciones de radio y TV comerciales de Tabasco (y de todo el país) no es la educativa o cultural, sino la publicitaria, que se apareja con el reclutamiento de radio y telespectadores mediante programas que se desarrollan en las fantasías de un mundo de violencia gratuita, episodios triviales, estereotipos, dramas cursis y sentimentaloides.

El tipo de productos promovidos por estas difusoras es de consumo inmediato, suntuario o accesorio, cuyo principal blanco se halla constituido por los grandes núcleos de población tipificada por los bajos ingresos, escasos niveles educativos y una vida en donde son comunes las frustraciones e insatisfacciones derivadas de la transculturación.

Además, las empresas que generan la publicidad, muchas transnacionales, llevan a experiencias lingüísticas aberrantes, incluso, que pretenden desencadenar prácticas contra la salud individual, familiar y social, precisamente en un público formado en su mayoría por menores de edad y adultos escasamente letrados.

El poco interés de los concesionarios de radio y TV por corregir todo esto ha llevado a que también CORAT se ocupe de la función educativa y cultural con más tiempo y cuidado.

En este sentido pueden mencionarse programas como Nuestros estudiantes, Polifonía de la naturaleza, Expresiones, Proyección universitaria, Reencuentro, Tiempo joven.

Además de CORAT, tiene que destacarse la labor de La Voz de los Chontales (XEMAC), estación del Instituto Nacional Indigenista, la cual -aún con todas sus limitaciones presupuestarias y técnicas- se ha echado a cuestras la tarea de mantener vivo el dialecto chontal, rama del antiguo maya.

Debe subrayarse que el gobierno federal y el estatal debieran dar más importancia y apoyos a esta radiodifusora, así como a las emisoras de CORAT, pues en ellas ha recaído el trabajo de fortalecer a la cultura local, que a fin de cuentas es parte significativa de la cultura nacional.

Con esto se ha querido mostrar que en el caso de Tabasco, como en otros estados, se requería que el gobierno de la entidad participara en la radio y teledifusión para atender las necesidades comunicativas, socio-culturales y educativas de la población tabasqueña; necesidades que quedan en un plano secundario para los concesionarios empresariales, como se ha reiterado, debido a que éstos son supervisados por la federación y operan -- también agrupados en corporaciones que tienen su base, -- sobre todo, en la capital de la República, lo cual significa que tales corporaciones sólo ven por sus intereses y no por los de aquellas entidades de donde obtienen cuantiosas utilidades.

En cuanto a usos, también destacan los políticos; al respecto, debe recordarse que en Tabasco, los medios de comunicación masiva simultáneamente son usados - de muchos modos, tanto por parte de quienes los controlan, como parte de quienes forman parte del público o auditorio.

Los usos políticos de los medios electrónicos de comunicación masiva se refieren a los casos en que -- partidos políticos, asociaciones y agrupaciones igualmente políticas, sindicatos, centrales e, incluso, grupos - que en forma espontánea o intermitente, como un núcleo - de vecinos o asociación de padres de familia, acuden expresamente a los medios citados para luchar por el poder o sus intereses; o para defender y mantener el poder; o bien para influir en los centros de poder.

Para abundar, hay un uso político de los medios electrónicos de comunicación masiva, cuando quienes aparecen como emisores manifiestos u ocultos, atacan, justifican o difunden posiciones e intereses y, -- así, participan en la lucha y dinámica correspondientes a todo sistema político.

Este uso político en Tabasco puede considerarse en dos niveles; uno es el formal y se halla regulado por los artículos Sexto y Séptimo de la Constitución Federal, por la Ley Federal de Radio y Televisión, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Tabasco (1979).

El uso político es informal en tanto que es cambiante en sus expresiones y se extiende a las distintas capas sociales, aunque siempre tiendan a resultar beneficiados con ese uso los grupos minoritarios de carácter empresarial y organismos políticos afines.

Por lo que toca al uso político formalizado, y según lo previsto en los artículos Sexto y Séptimo de la Constitución Política de la Federación, pueden expresarse opiniones políticas, incluso adversas al gobierno, por los medios electrónicos de comunicación masiva; siempre en apego a derecho.

Además, la libertad de imprenta se hace extensiva a los medios electrónicos; con ello, los periódicos,

al igual que las publicaciones de los partidos y organismos políticos, se participa en la lucha política, contra enemigos bien identificados; se combaten ideas, proyectos y acciones; o, también, se apoyan, defienden y difunden con miras al proselitismo.

En cuanto a los partidos políticos, la Constitución Política local prevé (Artículo 13) su existencia, de acuerdo a lo señalado en la Constitución Política Federal, Artículo 41, en la cual se establece que son entidades de interés público.

Sobre estas bases, los partidos políticos -- tienen como finalidad promover la participación popular en la vida democrática del país; contribuir a la integración de la representación nacional y, en su calidad de organizaciones de ciudadanos, harán posible el acceso al ejercicio del poder público, según los programas, --- principios e ideas que postulan los mismos partidos políticos y mediante el voto libre, directo y secreto.

En este mismo Artículo 41 Constitucional se establece que los partidos tienen derecho al uso en forma permanente de los medios de comunicación social (debería decir masiva), según la legislación que rige a la materia.

Por su parte, la Ley de Organizaciones Políticas y Procesos Electorales del Estado de Tabasco, en el Artículo 51 se establecen las condiciones a que debe ajustarse la propaganda de los partidos políticos.

Y en el Artículo 54 se definen las prerrogativas de los mismos partidos; la marcada con el número III indica que los partidos tendrán acceso a los medios de comunicación masiva durante los periodos de campaña electoral.

Por lo que toca al gobierno del Estado, también usa los medios electrónicos con propósitos políticos y para legitimarse.

En un caso, el gobierno informa para justificarse como administrador de los bienes y recursos del -- pueblo tabasqueño; en el otro, la legitimación se hace -- para mantener la aceptación de la base ciudadana, y de-- mostrar con acciones vistas y verificables por todos que el gobierno hace aquello que los ciudadanos esperan del mismo y está en concordancia con la idea que del gobier-- no tradicionalmente se tiene y admite como la correcta.

El gobierno informa, precisamente, para cum--- plir con el mandato constitucional prescrito en el - - - Artículo Sexto de la Constitución Política de la Federa-- ción, en el sentido de que el derecho a la información - será garantizado por el Estado.

Pero el acceso a los medios electrónicos de - comunicación por parte del gobierno del Estado no es tan fácil o simple como pudiera esperarse; sobre todo, en -- los medios que se hallan en poder de los empresarios, de quienes sus intereses no siempre coinciden con los inte-- reses nacionales, democráticos y populares.

Por las restricciones que los medios empresariales presentan a la comunicación del gobierno estatal, se buscaron salidas para garantizar el uso de los modernos medios de comunicación masiva al Gobierno del Estado; las restricciones, entre otros, son porque los concesionarios privados no tratan formalmente con los gobiernos de las entidades federativas.

Como una de las posibles salidas a estas restricciones, el gobierno del Estado de Tabasco decidió solicitar de la Federación que le autorizaran frecuencias para operar estaciones de radio en AM, FM y televisión; la autorización se obtuvo en 1983 y para hacerse cargo de dichas emisoras se creó el organismo estatal denominado Comisión de Radio del Estado de Tabasco.

De esta manera, el gobierno de Tabasco dispuso de estaciones de radio y televisión para manejarlas - de acuerdo al uso político ya comentado y con los propósitos reseñados en el punto 3.

Más complejo que el uso político formal de radio y televisión es el informal; en Tabasco, este uso requiere un estudio detenido y centrado en este fenómeno del cual se muestran algunos aspectos al hablar de la programación en el punto 2.

Al respecto, llaman la atención las formas como se disfraza el uso político de la radio y televisión por parte de los concesionarios, para -en muchas circunstancias- canalizar así el malestar de las contradicciones sociales, no en contra de la minoría económica poderosa, sino del gobierno estatal y de manera notable para reprobar todas aquellas acciones que buscan para los mexicanos mejores condiciones de vida, en los órdenes social, político, económico y cultural.

En otros casos, ni siquiera se vislumbra una responsabilidad en el manejo de las emisoras; sólo se -pretenden desencadenar reacciones viscerales en el público a costa de decir y repetir que todo en el gobierno es corrupción y los gobernantes son corruptos.

Por eso, los medios electrónicos de comunicación en manos de empresarios se han convertido en un serio problema en México, tanto en el ámbito federal como en el estatal.

En cuanto a lo federal, de manera permanente tienden a violar la legislación que rige la materia y -- aprovechan las lagunas jurídicas para hacer y deshacer.

Por la magnitud de su fuerza económica y su -- penetración social, se infiere que el gobierno federal -- ha evitado fricciones con los propietarios de dichos medios, para no incurrir en la situación que vivió Luis -- Echeverría durante su mandato, cuando parece que se buscó someterlos al pleno control estatal.

Y es que, al contrario de lo sucedido con la prensa que requiere del subsidio publicitario del Estado, se considera que la radio y la televisión son autosuficientes pues viven del anunciante privado.

Esto no es del todo cierto, también la radio y TV captan sus principales ingresos a la publicidad --- oficial y paraoficial; por ejemplo, los bancos.

Sin embargo, de acuerdo a lo observado, se le teme a la televisión empresarial y otro tanto ocurre con la radio empresarial; pareciera que los propietarios de uno y otro medio gozan de una situación de excepción y - se amparan, para lo que les conviene, en la Federación.

En las entidades federativas este problema se complica, pues casi nada puede hacerse ante la radio y - TV comerciales, más que sufrir sus presiones y "cuestionamientos" al ejercicio de gobierno, así como la desnacionalización y desculturación, en tanto que operan con un mismo modelo de comunicación mercantilizada para todo el país, sin tomar en cuenta las peculiaridades socioculturales de cada región o Estado, ni a la nación como una totalidad que debe sobrevivir y perpetuarse.

En el caso de Tabasco esto se repite; en la - radio empresarial sobre todo, el gobierno es tratado des

pectivamente, lo consideran el único foco de corrupción e irresponsabilidad; por lo mismo, de acuerdo a la lógica de las radiodifusoras, al gobierno debe denunciársele y atacársele, especialmente al gobierno local.

Con esto logran otro doble efecto, la atención del público en forma rápida y barata, y al mismo tiempo reúnen un mercado potencial que venden a los anunciantes.

El gobierno del Estado poco puede hacer contra esto por la vía del enfrentamiento, pues se corre el riesgo de tener fricciones con la Federación que, en este caso, actúa como manto protector de las agrupaciones radiofónicas.

Lo mejor es que cada entidad tenga su propio sistema de medios de comunicación electrónicos, no para desplazar o competir con los empresariales, sino para hacer exactamente aquello que los empresarios no hacen - (y que es necesario) y definitivamente no les interesa - realizar por México y por cada entidad federativa; aún cuando en sus proclamas digan lo contrario.

Tabasco, por su parte, ya dispone de dicho -- organismo desconcentrado, CORAT, que como se indicó fue creado en 1983 (29 de agosto) por el gobierno de la entidad mediante un acuerdo del titular del Poder Ejecutivo Local 1/.

Las funciones que se asignaron a CORAT, a partir de las características de los modernos medios electrónicos de comunicación masiva que manejaría, buscan -- usar la radiodifusión como instrumento para el desarrollo socioeconómico y político de la entidad.

Esto se traduce en que con la programación -- radiofónica y televisiva, CORAT ha debido promover el desarrollo del Estado, divulgar su historia y sus manifestaciones artísticas y culturales, además de despertar, -- promover y fortalecer, según el caso, la conciencia cívica del pueblo tabasqueño.

Asimismo, CORAT debía apuntalar la transformación y modernización de la entidad federativa que hasta

1/ Véase el capítulo 3.

ahora (1985) ha registrado un desarrollo desigual, en -- los aspectos agroindustriales, industrial, agrario y sociocultural; para ello, se requería y requiere propiciar la unidad nacional, divulgar el saber científico y tecnológico, sin descuidar la cultura, valores y arte universales.

Formalmente las principales funciones asignadas a CORAT fueron

- I. Instalar y operar las estaciones de radio y televisión cuyas frecuencias sean otorgadas al gobierno del Estado.
- II. Producir y transmitir programas que promuevan el desarrollo del Estado, que di fundan su historia y manifestaciones ar tísticas y culturales y que estimulen la conciencia cívica de sus habitantes.
- III. Transmitir programas que fomenten la uni dad nacional y divulguen los avances de la ciencia y tecnología, así como las mejores expresiones del arte y la cul ra universales.

- IV. Producir y transmitir programas en colaboración con estaciones educativas y culturales.
- V. Coordinar y convenir la transmisión en cadena con otras estaciones.

Por lo que toca a la estructura directiva de CORAT, ésta se halla presidida por el Gobernador del Estado, y por los secretarios de Gobierno, de Programación, Educación, Cultura y Recreación, Desarrollo y Comunicaciones, Asentamientos y Obras Públicas, así como el Contralor General.

El responsable directo de CORAT es un Vocal Ejecutivo, quien es auxiliado por el personal técnico y administrativo suficiente para los objetivos que persigue este organismo desconcentrado, en apego al Plan Estatal de Desarrollo 1983-1988, dentro de los rubros correspondientes al Sistema Estatal de Planeación Democrática; Política Nacional; Tabasco en la Federación; Desarrollo Integral; Circunstancia Tabasqueña; Estrategia del Desa-

rrollo; Política Económica; Políticas Regionales y Políticas Sectoriales (especialmente Sector Educación, Cultura y Recreación).

Con relación a la evaluación hecha en junio de 1985, durante una semana, en la programación de las emisoras de CORAT pudo apreciarse el esfuerzo que se hace para cumplir con las tareas que le competen a CORAT, pero también las fallas y limitaciones a que se enfrenta dicho organismo.

En el caso de XHTVA FM Radio Tabasco se transmite música de varios géneros (65 por ciento), desde folclóricos hasta clásicos; en no pocos casos se prefieren a intérpretes y compositores ya de por sí dados a conocer por la radiodifusión mercantil.

Los noticiarios ocupan un 11 por ciento de la programación total; los promocionales y la identificación de la estación comprende el 12 por ciento.

Se tiene previsto que dicha emisora cubra todo el territorio de la entidad, pero la señal era deficiente y difícil de captar aún en Villahermosa.

Respecto a XETVA La Nueva Estación, la programación está orientada a la población rural, suburbana y - menos instruida en general (en el Estado, como ya se dijo, hay un 24.5 por ciento analfabetismo en la población mayor de 15 años y sólo el 40 por ciento de los egresados del nivel primario reciben educación media básica).

La programación musical a veces resulta parecida a la que se maneja en las emisoras mercantiles.

Igualmente, es más proclive a incluir series dramatizadas con fines educativos producidas por dependencias de la Secretaría de Educación Pública; también - hay programas y cápsulas culturales de producción local de claridad aceptable.

Se observaron fallas en la continuidad, sus locutores improvisan sin prepararse, por lo menos superficialmente, en el asunto que tratan.

Respecto a la información, esta radiodifusora tiene tres noticiarios; uno sale al aire a las seis de la mañana, de lunes a viernes, y se destina a las comunidades rurales.

Otro (El noticiario) se trasmite a las nueve de la mañana y es producido por el Instituto Mexicano de la Radio de la Secretaría de Gobernación del gobierno federal.

En este noticiario, el 75 por ciento es información nacional (incluido un comentario editorial); el resto es para la internacional; no hay información del Estado de Tabasco.

El tercer noticiario pasa a las 13:00 horas y compite con otros servicios que pasan a la misma hora; los conductores del programa daban muestras de no estar bien entrenados, además de apreciarse la carencia de --- buenos guionistas.

Por lo que respecta a XHSTA Canal 7, también CORAT la programación tiende al equilibrio y resulta parecida a la del Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional.

Hay fallas técnicas y humanas; faltan criterios definidos para manejar mensajes institucionales y cápsulas culturales; así como hay unos bien producidos, otros son deficientes. Falta personal capacitado en fotografía, edición, sonido, guionismo y producción.

En cuanto sus programas noticiosos, de 14:00 a 16:00 se trasmite uno (Punto y coma) que, por su informalidad, es parecido a los matutinemente difundidos por la empresa Televisa.

Otro servicio noticioso son las cápsulas noticiosas Corte de prensa, que constituyen un acierto, pues de manera ágil y sintetizada se presentan tres notas, -- una local, otra nacional y una más internacional.

En punto es el mejor noticiario y al que se dispensa mayor cuidado, porque se difunde a la hora cuando se supone hay mayor auditorio (20:30 horas). También se pasa en cadena por las radiotransmisoras de CORAT.

Respecto a la interrelación de CORAT con el sistema regional y nacional de medios electrónicos de comunicación masiva, se encontró que CORAT sólo tiene nexos con los medios electrónicos de la Federación, específicamente con los institutos Mexicano de la Radio y Mexicano de la Televisión; así como con Radio UNAM y algunos sistemas de los estados, como el de Guanajuato, Chiapas, Campeche, Veracruz, Quintana Roo y Campeche; indirectamente, se tiene la relación con recursos comunicativos que maneja el gobierno federal.

Es notorio el apoyo que CORAT recibe de organismos federales y paraestatales; mediante convenios, dichas instancias apoyan nuevos usos a la radio y televisión para orientar, educar y reeducar al público, en este caso, tabasqueño; con relación a ello, destaca la ---

colaboración, además del IMR e Imevisión, de Conasupo, -
Secretaría de la Reforma Agraria, Secretaría de Educa---
ción Pública.

Pero con todo, son mayores las limitaciones -
que padece CORAT; de ellas sobresalen las circunstancia--
les (derivadas de la crisis económica que ha afectado al
país); las jurídico-administrativas, políticas, sociocul-
turales y técnicas.

Todas estas limitaciones, en su conjunto, in-
ciden en CORAT, la frenan y, en un determinado momento,
pueden poner en peligro su existencia.

De lo económico ya es por demás decir algo --
que no sea del dominio del público o fácilmente inferi--
do; los sucesivos recortes presupuestarios hechos duran-
te 1984 y 1985 dejaron en una delicada situación a CORAT;
con todo, a este organismo se le considera necesario y -
útil para el pueblo de Tabasco, y el gobierno lo sostie-
ne como organismo prioritario.

A ello se unen los problemas jurídicos derivados del acelerado proceso que en innovaciones registra - la tecnología electrónica, y el retraso que lleva la legislación que rige la materia, no sólo para regular los aspectos tecnológicos, sino -y sobre todo- el uso social de radio y televisión para beneficio de todos los mexicanos, de quienes es patrimonio el espacio que explotan en su provecho lo concesionarios de radio y TV.

Por eso, si en realidad hay interés porque -- los modernos medios electrónicos de comunicación masiva sean utilizados para beneficio del pueblo, como se dice para otros órdenes en el Artículo 39 de la Constitución de la República, entonces debería contemplarse en la legislación de la radio y TV que hubiera organismos como - CORAT, dependientes de los gobiernos locales y apoyados por la federación; con esto se terminaría la incertidumbre en cuanto al futuro de organismos semejantes, y también tendrían bien definidos sus campos de acción.

De las limitaciones de carácter político, una institución del tipo de CORAT, con las funciones especí-

ficas que se le asignaron en beneficio del pacto federal y desde la perspectiva nacionalista, se encontró que necesariamente es mal vista por determinados núcleos de poder identificados con la minoría económica que representa intereses diversos en la entidad.

Sin embargo, CORAT ha sido bien recibida por las capas progresistas y de orientación democrática que tienen su asiento en Tabasco, entre ellas casi todos --- los partidos políticos y organizaciones obreras y campesinas, incluidos los centros educativos.

De cualquier forma, este organismo, a dos -- años de su creación, era desconocido por buena parte de la población que seguía identificada con el uso comer-- cial de la radio y televisión.

Se halló que la no aceptación de CORAT, por afectar intereses o por desconocimiento de sus finalidades, se traduce en limitaciones de orden político. En un caso, quienes la rechazan son fuerzas opositoras al -

sistema con influencia en diversos niveles de la administración pública y en otros factores reales de poder, como pueden ser varios concesionarios en Tabasco, que han dado evidencia de ser del todo ajenos a la cultura e intereses populares locales, como a veces lo son también de la identidad nacional y del proyecto histórico de los mexicanos.

Además, los concesionarios de radio y televisión empresariales de la entidad le han hecho el vacío a CORAT, es decir, no interactúan ni colaboran con este organismo, mucho menos aceptan su influencia y aciertos para modificar sus propias transmisiones.

Acerca del desconocimiento de CORAT por parte del público, políticamente le afecta a este organismo porque en ese público está el apoyo que necesita la institución y es también su razón de ser, en tanto que se creó para servir al pueblo tabasqueño.

Esto último puede corregirse en tanto se busquen más contactos para que el organismo se vincule ple-

namente a los grupos mayoritarios de la población tabasqueña; o sea, para que CORAT forme parte de la vida política y sociocultural del pueblo de Tabasco, es insuficiente la sola programación radiofónica y televisiva, en la cual participan personas representativas y notables de la localidad.

Si CORAT se limita a difundir sólo su programación será difícil que logre el apoyo generalizado del público; tiene que penetrar en ese auditorio y ser parte ya de su cotidianidad sin que deba hacer exactamente --- aquello de lo cual se ha valido la radio y televisión -- empresarial.

De los hábitos de preferencia que acusa el público, se desprende una limitación más que también obstaculiza a CORAT, se trata de los aspectos socioculturales, en los cuales han influido la radio y TV empresariales y los aprovechan para el manejo del público como mercado potencial.

Como parte de dichos aspectos está la costumbre; durante décadas, para la gente se hizo familiar un estilo de programación y un grupo de personas que actuaban como locutores, animadores, conductores e informadores, entre otros, en la radio y TV del Distrito Federal; las estaciones locales repitieron el modelo.

Pero cuando otro uso de la radio y televisión se hizo una necesidad objetiva y una demanda de fuerzas democráticas y nacionalistas, aparecieron estaciones como Canal 13 o Radio Educación, que modificaron a fondo sus emisiones, y dejaron de parecerse a Canal 11 o Radio --- UNAM, que antes tenían una noción muy rígida y solemne -- de la cultura y la expresión artística.

Ahora se ofrecía una alternativa al público; pero éste seguía (y sigue) inclinado a preferir aquello que provenía de las antiguas estaciones radiofónicas -- y televisivas.

Para quienes esperaban un cambio automático -- y hasta fulminante en los gustos del público, esta situa

ción debió parecerles frustrante, se ignoraba o no se admitía que la educación y reeducación de los integrantes del auditorio tendría que ser un trabajo lento y gradual, de la misma manera como la gente se habituó a las transmisiones de los medios electrónicos mercantiles.

Esto fue una limitación severa para la radio y TV de carácter no comercial, incluso, personas por demás vinculadas a los núcleos empresariales, calificaron a esta circunstancia de fracaso del experimento estatizante de los medios electrónicos de comunicación - - - masiva.

Respecto a las limitaciones técnicas de ---- CORAT, de manera resumida pueden clasificarse en dos niveles; uno está referido al equipo y operación; el otro a los recursos humanos.

Dentro del primer caso, está la deficiente -- calidad de las señales de radio y TV que en ocasiones --

afecta a las transmisiones; se tienen reportes en el sentido de que fuera de Villahermosa ya es difícil sintonizar las emisoras de CORAT. Esta irregularidad conlleva a que el público prefiera otras estaciones que nunca dejan de transmitir.

En el otro caso, está la poca experiencia del personal de CORAT en la materia; pero se prefirió dar la oportunidad de fogueo a tabasqueños para que ellos fueran quienes manejaran los contenidos radiofónicos y televisivos. Los resultados evidencian ya (1985) la profesionalización de dicho personal y la falla se corregirá en su oportunidad.

Los aspectos técnicos también tienden a corregirse, con el auxilio de los técnicos de CORAT y la asesoría de los institutos de Radio y Televisión del gobierno federal.

En conclusión, y sin perder de vista las limitaciones citadas, se considera que CORAT es un proyeco

to viable, positivo, comprometido con el pueblo tabasqueño, con su identidad y cultura, y al mismo tiempo es un organismo nacionalista e indiscutiblemente mexicanista.

Consecuentemente, se presupone que mientras - el gobierno de la entidad y el de la federación sea nacionalista y procurador del bienestar educativo y cultural de los tabasqueños, en un nivel, y de los mexicanos, en otro, CORAT tendrá la certidumbre y seguridad para -- cumplir las funciones sociales que le asignó el pueblo - tabasqueño.

Y el pueblo tabasqueño, con su cultura, valores y tradiciones, con su pasado y futuro, es parte indisoluble de la nación mexicana; esto se une a otra dimensión por demás importante y significativa de CORAT, - porque al mismo tiempo que fomenta la identidad y la cultura local, también fortalece y refuerza la identidad y la cultura nacional.

En ello está implícita la posibilidad de que los individuos conozcan y reconozcan que son parte de un

mismo origen y forman una totalidad; que tengan noción - de quiénes son ellos y distinguan a quiénes son distintos; sepan cuáles son los elementos que forman esa totalidad e identifiquen lo ajeno, extraño y estén conscientes de los lazos solidarios que reciben y dan para quienes integran la misma totalidad, así como de la fuerza sociopolítica generada en dicha totalidad; esta es la base constituyente de cualquier nación y, a la vez, expresión de la identidad nacional.

Por lo mismo, la identidad nacional es la facultad y el producto de saberse, conocerse y reconocerse como parte de una nación.

Consecuentemente, la identidad nacional es un fenómeno dinámico; tiene que hacerse y rehacerse, asimilarse y difundirse por cuanto medio sea posible dentro - del espacio nacional; a partir de la identificación se - definen las estructuras que forman a la nación, cuyo vigor radica en esa natural, espontánea y emotiva decisión de formar parte de un grupo social con cuyos integrantes

se comparte un origen, valores, forma de ser, pensar y actuar; más preciso: con quienes se comparte la cultura nacional.

De esta manera, a mayor identidad se tienen una mejor integración y vinculación nacional; y cuando la identidad se debilita, la nación está en peligro de desintegrarse o quedar subordinada a grupos extranacionales.

Ello es contrario al interés nacional, porque el sentido o la misión histórica de toda nación es sobre vivir y perdurar en el tiempo, siempre en la búsqueda de las mejores condiciones de vida, autonomía y realización material y espiritual para los integrantes de la nación.

El nacionalismo mexicano y la identidad nacional, por su parte, se sintetizan en un pasado y una tradición prehispánica; una lengua y un sistema de valores surgidos durante la Colonia; un sentimiento de independencia, soberanía y rechazo a cualquier tipo de intromisión extranjera, y un proceso revolucionario, popular y con tendencia hacia la justicia social.

Todo esto forma el contenido de nuestro nacionalismo que, a su vez, se expresa en los ámbitos económico, político, social y cultural.

Este contenido se divulga por las estaciones de radio y televisión de CORAT, las cuales se incorporan a la vida de los tabasqueños y participan de sus tradiciones e identidad; asimismo, se ofrecen como un medio para la expresión de la conciencia tabasqueña.

El quehacer de CORAT no ocurre en el vacío - histórico, ni en el político o social, sino dentro del destino y esfuerzo nacional de los mexicanos y en busca de su beneficio común.

Así pues, en la nación y en lo nacional está el origen de CORAT, cuando CORAT sirve a los tabasqueños también sirve a la nación; y cuando CORAT expresa los valores e intereses nacionales, igualmente expresa los anhelos y voluntades de los tabasqueños; con ello, la radio y televisión, los modernos medios electrónicos de comunicación masiva, se utilizan para el bien de Tabasco y la grandeza de México.

Los errores y las fallas de CORAT podrán y tienen que corregirse, hay responsabilidad y decisión para ello; las limitaciones y falta de recursos no serán obstáculo para el talento y la creatividad de los ta basqueños; los aciertos y potencialidades de este ~~orga-~~nismo hacen presuponer que así será.

B I B L I O G R A F I A

Arias R. Aníbal

El mundo de la televisión

España, 1971

Guadarrama

399 pp

Barclay St. J., Glen

Nacionalismo del Siglo XX

México, 1975

FCE

224 pp

Barreiro, Julio

Educación popular y proceso
de concientización

Argentina, 1974

Siglo XXI

161 pp

Bassets, Lluís

De las ondas rojas a las ra-
dios libres

España, 1981

Gustavo Gili

289 pp

- Acosta Romero, Miguel Teoría general del derecho ad-
ministrativo
México, 1975
UNAM
324 pp
- AID Publicidad
México, 1963
Centro Regional de Ayuda Téc-
nica
163 pp
- Alcázar, Marco Antonio Las agrupaciones patronales en
México
México, 1970
El Colegio de México
130 pp
- Aranguren, Fernando y Pensamiento empresarial mexicano
otros México, 1974
Avance
239 pp
- Aranguren, José L. La comunicación humana
España, 1967
Guadarrama
252 pp

- Berio K., David El proceso de la comunicación
Argentina, 1975
El Ateneo
239 pp
- Barrio, Jordi Teoría social de la persuasión
España, 1983
Mitre
288 pp
- Birou, A. Léxico de sociología
España, 1973
LAIA
106 pp
- Böckelmann, F. Formación y funciones sociales
de la opinión pública
México, 1983
Gustavo Gill
304 pp

- Brading, David Los orígenes del nacionalismo
mexicano
México, 1980
ERA
138 pp
- Braun, Juan P. "El Uso de la Radio y la TV
para la Educación"
Comunicación y población
México, 1977
Comunicación y Población
88 pp
- Bunge, Mario La investigación científica
España, 1973
Ariel
955 pp
- Burgelin, Oliver La comunicación de masas
España, 1974
A.T.E.
229 pp

- Careaga, Gabriel Mitos y fantasías de la clase
media en México
México, 1975
Joaquín Mortiz
237 pp
- Carpizo, Jorge "El Sistema Federal Mexicano
en 1971"
Federalismo en Latinoamérica
México, 1973
UNAM
84 pp
Estudios constitucionales
México, 1980
UNAM
479 pp
- Carrión, Jorge y
Aguilar, Alonso La burguesía, la oligarquía
y el Estado
México, 1974
Nuestro Tiempo
321 pp

- Casado, Oscar A. Comunicación, anticultura y liberación
Argentina, 1974
Pleamar
193 pp
- Castaño, Luis La libertad de pensamiento y de imprenta
México, 1967
UNAM
50 pp
- Castellanos, José J. El derecho a la información
México, 1979
Promesa
125 pp
- Cazeneuve, Jean El hombre telespectador
España, 1977
Gustavo Gili
151, pp

Colombo, Furio

Rabia y televisión

México, 1983

Gustavo Gili

165 pp

Televisión: la realidad como
espectáculo

España, 1976

Gustavo Gili

107 pp

Comisión Federal
Electoral

Ley Federal de Organizaciones --
Políticas y Procesos Electorales

México, 1978

CFE

121 pp

Corella Torres, Norberto

La propaganda nacional socialista

México, 1980

UNAM

Tesis profesional (FCPyS)

234 pp

Cotteret, J.M.

La comunicación política

Argentina, 1977

Ateneo

158 pp

Cremoux, Raúl

"Características Básicas de
la Radio y la Televisión en
México"

Línea

México, 1976

PRI

172 pp

Número 20

¿Televisión o prisión electrónica?

México, 1974

FCE

124 pp

Curran, James y otros

Sociedad y comunicación de masas

México, 1981

FCE

529 pp

- Chinoy, Ely La sociedad
México, 1969
FCE
399 pp
- De Fleur, M.L. y
Ball-Rokeach, J. Teorías de la comunicación
de masas
México, 1985
Paidós
349 pp
- Durandín, Guy La mentira en la propaganda
política
España, 1983
Paidós
203 pp
- Eco, Umberto Apocalípticos e integrados --
frente a la cultura de masas
España, 1968
Lumen
403 pp

- Fabregat Cúneo, Roberto Propaganda y sociedad
México, 1961
UNAM
311 pp
- Fernández Areal, Manuel Introducción al derecho a la
información
España, 1977
A.T.E.
126 pp
- Ferrater Mora, José Diccionario de filosofía
España, 1979
Alianza
3589 pp
Cuatro tomos
- Fingermann, Gregorio Conducción de masas y de grupos
Argentina, 1977
El Ateneo
221 pp

Flory, Carlos y otros

Las técnicas de difusión de la
civilización contemporánea

México, 1956

JUS

403 pp

Gallardo Cano, Alejandro

Propuestas de contenidos para
la materia teorías de la comu-
nicación y la información

México, 1986

UNAM

FCPyS

Tesis profesional

304 pp

Giner, Salvador

Sociedad masa: crítica del
pensamiento conservador

España, 1979

Península

426 pp

Gobierno Constitucional
del Estado de Tabasco

Constitución Política y Ley de
organizaciones políticas y pro-
cesos electorales del Estado de
Tabasco

México, 1985

Gobierno del Estado de Tabasco

135 pp

Plan estatal de desarrollo --
1983-1988

México, 1983

Gobierno de Tabasco

88 pp

Goded, Jaime

Antología sobre la comunicación

México, 1976

FCPyS-UNAM

275 pp

Los medios de comunicación ---
colectiva

México, 1976

UNAM

302 pp

- González Casanova, Pablo La democracia en México
México, 1975
Era
333 pp
- González Liaca, Edmundo Alternativa del ocio
México, 1974
FCE
94 pp
- Grawitz, Madeleine Métodos y técnicas de las ---
ciencias sociales
España, 1975
Hispano-Europea
496 pp
(2 tomos)
- Green, Maury Periodismo en TV
Argentina, 1973
Troquel
413 pp

Gutiérrez Alea, Tomás

Dialéctica del espectador

Cuba, 1982

Unión de Escritores y Artistas
de Cuba

74 pp

Habermas, Jürgen

Conciencia moral y acción ---
comunicativa

España, 1985

Península

219 pp

Historia y crítica de la opinión
pública

España, 1981

Gustavo Gili

351 pp

Häring, Bernhard

Ética de la manipulación

España, 1984

Herder

280 pp

- Herrera Figueroa, M. Sociología del espectáculo
Argentina, 1974
Paidós
233 pp
- Ibarrola, María de Las dimensiones sociales de la
educación
México, 1985
SEP
159 pp
- Iglesias, Severo Crítica de la comunicación social
México, 1981
Tiempo y obra
171 pp
- Instituto de Investiga- Constitución Política de los Es-
ciones Jurídicas tados Unidos Mexicanos (Comen-
tada)
México, 1985
UNAM
358 pp

Instituto de Investigaciones Jurídicas

Diccionario Jurídico mexicano

México, 1985

Porrúa

2464 pp

Ocho tomos

Kerlinger, Fred N.

Investigación del comportamiento

México, 1983

Interamericana

525 pp

Klapper, J.T.

Efectos de la comunicación de masas

España, 1974

Aguiar

266 pp

Kolteniuk, Raquel S. de y otros

La televisión y el niño de tres a seis años de edad

México, 1976

CEMPAE

231 pp

Kortf, D.A. de

La televisión en la educación y la enseñanza

España, 1969

Paraninfo

245 pp

Ladrón de Guevara,
Moisés

Política cultural del Estado mexicano

México, 1983

SEP

290 pp

Lenk, W.A.K.

Introducción a la ciencia política

España, 1971

Anagrama

373 pp

Lerbinger, O.

Diseños para una comunicación - persuasiva

México, 1978

Manual Moderno

298 pp

- Leyes y Códigos de México Constitución Política de los Estados Mexicanos
México, 1985
Comisión Nacional Editorial del Partido Revolucionario Institucional
158 pp
"Ley Federal de Protección al Consumidor"
Diario Oficial
4 de abril de 1973
- Madrid Hurtado, Miguel Nacionalismo revolucionario
de la México, 1982
PRI
129 pp
- Magnus Enzensberger, Elementos para una teoría de
Hans los medios de comunicación
España, 1971
Anagrama
75 pp

Mander, Jerry

Cuatro buenas razones para eliminar la televisión

España, 1981

Gedisa

367 pp

Marentes, Pablo y otros

Televisión, cine, historietas y publicidad

Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación

México, 1978

UNAM

78 pp

Martindale, Don

La teoría sociológica

España, 1979

Aguilar

635 pp

Martínez, José Luis

La expresión nacional

México, 1984

Oasis

459 pp

Martínez Albertos, J.L.

La información en una sociedad industrial

España, 1972

Tecnos

190 pp

Mattelart, Armand

Comunicación masiva y revolución socialista

México, 1974

Diógenes

Era

140 pp

Los medios de comunicación de masas

Argentina, 1976

EL CID

303 pp

- Mejía Prieto, Jorge Historia de la radio y la T.V. en México
México, 1972
Octavio Colmenares
314 pp
- Moles y otros La comunicación y los mass media
España, 1975
Mensajero
677 pp
- Montes, Santiago Teoría de la información
España, 1976
Pablo del Río
95 pp
- Moreno, Daniel Derecho Constitucional Mexicano
México, 1981
Pax-México
639 pp

Moscovici, Serge

La era de las multitudes

México, 1985

FCE

479 pp

Olavarría Patiño, Fran--
cisco Javier y Campos --
Tenorio, Ernesto

Radio, revolución y contrainsur-
gencia en El Salvador

México, 1985

UNAM

Tesis Profesional (FCPyS)

224 pp

Paoli, J. Antonio

Comunicación

México, 1977

EDICOL

197 pp

Parsons, Talcott

El sistema de las sociedades
modernas

México, 1974

Trillas

199 pp

- Parsons, Talcott La sociedad
México, 1974
Trillas
179 pp
- Pinto Mazal, Jorge Régimen legal de los medios de
comunicación colectiva
México, 1977
UNAM
405 pp
- Poder Ejecutivo Federal Plan Nacional de Desarrollo
1983-1988
Poder Ejecutivo Federal
México, 1983
Secretaría de Programación y
Presupuesto
430 pp
- Ramos, Samuel El perfil del hombre y la cultu-
ra en México
México, 1984
Espasa-Calpe
145 pp

Recasens Siches, Luis

Sociología

México, 1964

Porrúa

683 pp

Richer, G.

La televisión: entre servicio
público y negocio

España, 1983

Gustavo Gili

492 pp

Salazar, Rosendo

La Casa del Obrero Mundial y
la CTM

México, 1972

Comisión Nacional Editorial -
del Partido Revolucionario --
Institucional

374 pp

Sánchez Campuzano, Francisco y otros

Medición de audiencias

México, 1972

Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión

24 pp

Secretaría de Programación y Presupuesto

Plan Nacional de Desarrollo

1983-1988; Informe, 1986

Secretaría de Programación y Presupuesto

273 pp

Schenkel, Peter y otros

Comunicación y cambio social

Ecuador, 1975

CIESPAL

333 pp

Políticas nacionales de comunicación

Ecuador, 1981

CIESPAL

660 pp

Schramm, Wilbur

La ciencia de la comunicación humana

México, 1972

Roble

165 pp

Procesos y efectos de la comunicación colectiva

Ecuador, 1969

CIESPAL

487 pp

Responsabilidad y comunicación de masas

Argentina, 1973

Troquel

354 pp

Silbermann, Alphonse

La música, la radio y el oyente

Argentina, 1957

Nueva Visión

210 pp

- Silva, Ludovico Teoría y práctica de la ideología
México, 1974
Nuestro Tiempo
222 pp
- Smith D., Anthony Las teorías del nacionalismo
España, 1976
Península
388 pp
- Stavenhagen, Rodolfo Las clases sociales en las so-
ciudades agrarias
México, 1972
Siglo XXI
292 pp
- Swingewood, Alan El mito de la cultura de masas
México, 1979
Premia
141 pp

Tenorio Herrera,
Guillermo

Elementos básicos para el estudio, análisis y crítica de la -
televisión mexicana

México, 1977

UNAM

Tesis profesional (FCPys)

487 pp

Thayer, Lee

Comunicación y sistemas de ---
comunicación

España, 1975

Península

448 pp

Turner, Frederick

La dinámica del nacionalismo
mexicano

México, 1971

Grijalbo

406 pp

- Uribe Rodríguez, Cynthia Luz Los sistemas de radio y televisión para la enseñanza y el caso de la telesecundaria
México, 1985
UNAM
Tesis profesional (FCPyS)
260 pp
- Villamil D.J.A. Medios audiovisuales
México, 1985
Medios Publicitarios Mexicanos
180 pp
- Volpicelli, Luigi La televisión y los jóvenes
Argentina, 1970
Angel Estrada y Cía.
150 pp
- Vorholzer, J. y otros La manipulación del hombre por el imperialismo
México, 1974
Grijalbo
155 pp

Winn, Marie

La droga que se enchufa

México, 1981

Diana

320 pp

Zetterber, Hans

Teoría y verificación social

Argentina, 1971

Nueva Visión

142 pp

A P E N D I C E S

**I. PRINCIPALES ASPECTOS SOCIOECONOMICOS,
POLITICOS Y CULTURALES DEL
ESTADO DE TABASCO**

Tabasco se ubica en el sureste de la República Mexicana, con una extensión de 25,337 kilómetros cuadrados, que equivale al 1.3 por ciento del territorio nacional. Limita al norte con el Golfo de México y el Estado de Campeche, al este con la República de Guatemala, al -- sur con Chiapas y al suroeste y oeste con Veracruz.

Salvo en los municipios de Tacotalpa, Balancán, Tenosique, Teapa y Macuspana, predominan las tierras de aluvión, que descienden de sur a norte de la Sierra Madre en territorio de Chiapas. Las principales elevaciones co rresponden a los cerros de El Madrigal, La Campaña, el -- Murciélago, Monte Quemado, La Corona y Poaná, en Tacotalpa; el Coconá, en Teapa; Mono Pelado, en Huimanguillo; y El Tortuguero, en Macuspana. La más alta, El Madrigal, - tiene mil metros de altura sobre el nivel del mar. El te rritorio se halla cubierto en un 60 por ciento por ríos, lagunas y pantanos.

Por su carácter tropical, en Tabasco se regis-- tran temperaturas hasta de 40⁰ máxima y mínima 20⁰C en di

ciembre y enero. La precipitación pluvial es de dos mil milímetros en las zonas medias cercanas al mar y llega a 4,500 en el sur del municipio de Teapa.

Tabasco tiene el mayor escurrimiento acuático - del país durante el año. La mayoría de las corrientes desembocan al mar en el puerto de Frontera, donde los terrenos adyacentes son bajos y pantanosos y dan paso a las -- aguas de las mareas. El río Tonalá-Taconchapa-Pedregal es independiente del sistema Usumacinta-Grijalva-Mezcalapa. El Tonalá nace en las faldas occidentales del Cerro Mono Pelado y sirve de límite entre Tabasco y Veracruz. Sus afluentes principales, por la margen derecha, son el Zana pa-Coatajapan, el Blasillo y El Chicozapote.

Las fuentes de Mezcalapa, a su vez, se localizan en los departamentos guatemaltecos de Huehuetenango y San Marcos. Una parte de las aguas del Mezcalapa vierte al mar por la barra de Chiltepec.

El río Usumacinta nace en una depresión donde - van a dar las aguas de la región oriental de Chiapas y de

los departamentos guatemaltecos del Petén, Alto Verapaz, Salmá, Santa Cruz, Totonicapan y Huehuetenango.

Respecto a su división territorial, el Estado - se halla formado por 17 municipios, comprendidos en cuatro zonas. La primera es Chontalpa y comprende Huimanguillo, Cárdenas, Nacajuca, Jalpa de Méndez, Cunduacán, Comalcalco y Paraíso. La segunda es El Centro, con el municipio del mismo nombre, cuya cabecera es Villahermosa, la capital - del Estado. La tercera es la Sierra: Teapa, Jalapa, Taco talpa y Macuspana, y por último Los Ríos: Centla, Jonuta, Emiliano Zapata, Balancán y Tenosique.

La forma de gobierno de la entidad es republica na, representativa y popular; tiene como base de su organización política y administrativa al municipio libre.

El gobierno se divide en tres poderes: Legislativo, Ejecutivo y Judicial. El Poder Legislativo formula o aprueba las leyes que regirán en su Estado. La representación del pueblo se deposita en un Congreso integrado

por una Cámara de Diputados; tiene 17 representantes populares y cuatro plurinominales. El Congreso sesiona -- dos periodos por año, de enero a abril y de septiembre a diciembre, los cuatro meses restantes escucha a sus re-- presentados, y en los mismos por otras actividades que -- debe llevar a cabo, se establece una Comisión Permanente que forman cuatro diputados, que están facultados para -- convocar a sesión extraordinaria.

El Poder Ejecutivo es el responsable de admi-- nistrar los recursos del pueblo y de llevar a la prácti-- ca las disposiciones que, hechas ley, haya aprobado el -- Poder Legislativo. Se deposita en un ciudadano tabasque ño, que se denomina Gobernador del Estado Libre y Sobera no de Tabasco.

El mandato del Gobernador dura seis años. Es-- tá prohibida la reelección.

El Poder Judicial está depositado en el Tribu-- nal Superior de Justicia. Se integra con diez magistra dos propietarios propuestos por el gobernador con la --

aprobación de los diputados. El Tribunal está presidido por un magistrado. Se encarga de la aplicación de la ley y sus funciones comprenden desde la construcción de locales para el establecimiento de juzgados, hasta la intervención de la fuerza pública que maneja el gobierno.

La vida económica de la entidad se caracteriza por tener recursos naturales, tanto energéticos (petróleo) como agropecuarios. Concentra el 30 por ciento de los recursos hidráulicos nacionales. No se presentan sequías. La precipitación anual es de aproximadamente de 3,000 a 3,500 milímetros. El porcentaje de tierra de riego es el más bajo de la República.

Los suelos permiten cultivos de ciclos de producción largos, como son cacao, copra, plátano, caña de azúcar y pimienta. De periodos cortos (que no rebasan el año), como el maíz, frijol y arroz.

De 1890 hasta 1940, el cultivo del plátano fue el producto principal de la economía tabasqueña que gene-

ró ingresos por ventas a otros estados, pero principalmente a la ciudad de México, y por exportación.

Las compañías importantes que acapararon dicha producción fueron la Southern Banana Corporation y la Standard Fruit and Steamship. En 1936 alcanzó su máxima producción y venta. Después de la segunda guerra mundial la agricultura se diversificó con otros productos como el cacao (tradicional), la copra y la caña de azúcar.

Pero la mayoría de las fincas copreras (de extensión pequeña) han sido afectadas por la construcción de infraestructura portuaria para la industria petrolera.

Por la intensificación de la infraestructura agrícola, se cuenta con varios laboratorios de investigación, 57 estaciones de registro climatológico y 34 de registro hidrológico, 18 campos de experimentación, una presa derivadora, 269 kilómetros de canales principales, 884.7 kilómetros de riego. Se tiene, asimismo, una capacidad de almacenaje de productos de 25,290 toneladas, de

las cuales 20,785 corresponden a los Almacenes Nacionales de Depósito, S.A. (ANDSA) y 4,505 a Bodegas Rurales Conasupo, S.A. (BORUCONSA).

En 1981, se cosecharon 30 mil toneladas de cacao, que corresponden a 81 por ciento del total nacional; de copra 30 mil toneladas, el 21.9 por ciento del total nacional y de plátano 234 mil toneladas, que corresponden al 22.4 por ciento; la caña de azúcar alcanzó un total de 1'294 mil toneladas.

Los ingenios azucareros se localizan en Santa Rosalía, el Nueva Zelandia y el Benito Juárez, en Cárdenas; el Hermenegildo Galeana, en Tenosique y el Dos Patrias, en Tacotalpa.

También en 1981, para la pimienta, apenas se cultivaban 500 hectáreas, pero se obtiene un altísimo rendimiento que aporta el 96 por ciento de la producción nacional, que generalmente se exporta.

Debido al crecimiento acelerado de la industria petrolera y el desplazamiento de campesinos a centros urbanos, durante 1981, la producción de artículos básicos - fue deficitaria, como arroz pulido con 8,044 toneladas; - frijol, con 22,242 toneladas; maíz, con 146 toneladas y - sorgo, con 47,407 toneladas.

El Plan Chontalpa, proyecto iniciado en 1965 para obtener tierras laborables, en 1976 habilitó 18 mil -- nuevas hectáreas para cultivos anuales: sorgo, frijol, -- maíz, arroz y yuca; así como 36 mil hectáreas para cultivos perennes: cacao, plátano, caña de azúcar y pimienta. Se sembraron toronjas y se instalaron un molino de arroz y una fermentadora de cacao.

Respecto a la ganadería (1981), se tienen un millón y medio de hectáreas para igual número de cabezas de ganado. Las principales zonas ganaderas están en La Chontalpa, Centro, Balancán, Jonuta, Emiliano Zapata y Teno--sique. Predomina el ganado bovino, con el 88 por ciento

total nacional. En menor escala se tiene la producción - de ganado porcino, con 392 mil cabezas; ovino, con 47 mil cabezas y caprino, con 13 mil cabezas.

La aportación de carne de bovino fue de 57 mil toneladas; porcino 11,400 toneladas. El ovino y el caprino son básicamente para consumo local.

El apoyo de BANRURAL, la SARH, la Promotora --- Agroindustrial de Chontalpa y de Balancán-Tenosique, y por medio de los programas y con fondos de PIDER (1981), se - han promovido e instalado granjas productoras de aves, con una producción de 67,500 por año.

De la apicultura, la producción de cera fue de 5.5 toneladas y 270 toneladas de miel, 1981.

A partir de la década de los setenta, Junto con Chiapas, Tabasco se transformó en la principal zona pro-- ductora de hidrocarburos de la República Mexicana. En -- 1979 producían el 73 por ciento promedio de producción -- diaria nacional: 1'067,468 barriles de crudo.

En 1979 había en Tabasco 800 pozos petroleros, casi todos en los municipios de Comalcalco, Macuspana, - Cunduacán y Huimanguillo.

La minería es limitada. Se reduce a la extracción de canteras, arena y grava, como de minerales no metálicos. Tiene posibilidad de desarrollo la industria -- del aluminio y el cobre.

La rama industrial reportó, en su censo de 1975, 701 establecimientos distribuidos en 37 actividades industriales. Destacaba la rama alimenticia, con 232; productos de harina de trigo con 86; la del vestido con 79; la de utensilios agrícolas, herramientas y artículos de ferretería, con 50; la beneficiadora de cereales y otros granos con 21. También se registraron tres fábricas de azúcar y destilados de alcohol; 19 rastros y procesadoras de carnes, ocho conservadoras y reductoras de pescados y mariscos; tres aserraderos; cuatro fábricas y reparadoras de embarcaciones y 12 fábricas y tratados de productos -- lácteos.

El grado de industrialización varía en cada municipio. Destaca principalmente el Centro. La ciudad industrial de Villahermosa ha contribuido a fomentar la industrialización. La mayoría de los establecimientos son comerciales y de servicios.

CONASUPO cuenta en el medio rural con 444 tiendas campesinas y 55 en zonas urbanas.

Los municipios del Centro, Cárdenas, Zapata, Tenosique y Macuspana han desarrollado una infraestructura favorable al comercio.

Los servicios están estrechamente ligados al desarrollo de los sectores primario y secundario.

Entre 1974 y 1978, el turismo creció en un 62 por ciento. En 1981 la afluencia turística fue de 1'124,640 visitantes entre nacionales y extranjeros.

En 1980 habían en Tabasco 6.872 kilómetros de carreteras (2.000 kilómetros pavimentados, 2.535 revesti-

dos y 1,328 de terracería). Se comunicaban los 17 Municipios y las poblaciones principales con los centros de consumo y abasto. Existían 237 kilómetros de brechas - que comunicaban a poblaciones más pequeñas.

La vía principal de acceso y salida es la Carretera 180, procedente de Coatzacoalcos, Veracruz, que toca una de las poblaciones tabasqueñas más importantes, Cárdenas. Posteriormente parten los ramales, por un lado hasta la Presa Nezahualcóyotl con la población intermedia de Huimanguillo; el otro ramal une a Comalcalco con Paraíso. Más adelante se abre otro ramal que comunica a Cunduacán, Jalpa y Nacajuca. La misma carretera 180 llega hasta Villahermosa y continúa hasta Frontera para internarse en Campeche.

De Villahermosa parten dos carreteras: Una que comunica con Teapa, de la que se desprenden dos ramales, a Jalapa y Tacotalpa. La carretera Federal 186 comunica a Villahermosa con Macuspana, que cuenta con un ramal hacia Ciudad Pemex. La misma carretera se adentra en territorio

chiapaneco, con ramales a Palenque, comunica también a -- Emiliano Zapata y a Tenosique, y en otro ramal a Balan---cán. De Ciudad Pemex parte la carretera que comunica con Jonuta.

El ferrocarril proporciona fundamentalmente servicio de carga. En 1976 la línea de Ferrocarriles Unidos del Sureste, con 252 kilómetros de vías, tocaba los municipios de Huimanguillo, Teapa, Tacotalpa, Macuspana, Emiliano Zapata, Tenosique y Balancán.

Existía un aeropuerto de servicio nacional y 22 aeródromos. En el primero llegaban aviones de todo tipo, en los segundos avionetas. El actual aeropuerto Capitán Carlos Roviroza se encuentra ubicado en Dos Montes, a 12 kilómetros de Villahermosa.

Villahermosa fue el puerto de Tabasco, luego - Frontera; ahora se construye el Puerto Dos Bocas, cerca - de Paraíso.

Tabasco, localmente, cuenta con 17 estaciones de radio, dos canales de televisión 1/ y cinco estaciones repetidoras. Se recibe la señal de tres canales de televisión que operan en la capital mexicana. Además hay 11 estaciones de microondas. En 1980, 38,518 aparatos telefónicos daban servicio a 99 comunidades.

Referente a la población, en la década de 1960 a 1970 aumentó aproximadamente de 450 mil a 800 mil habitantes. Para la década siguiente la tasa media anual de crecimiento fue de 4.0 por ciento, y para 1980, había ya 1'062,961 habitantes.

En la misma década el crecimiento fue desigual en las diversas regiones y población. Las actividades petroleras, principalmente, atraieron a núcleos numerosos, mientras que en otras motivaron desplazamientos de población en busca de mejores condiciones de vida. Por ejemplo, la población de Cárdenas creció dos veces y media, mientras que, en el mismo periodo, de Nacajuca se fueron casi la mitad de los habitantes a vivir a otros lugares; en Chontalpa y municipio Centro el crecimiento y la concentración demográfica aumentaron visiblemente.

1/ Véase el punto 2 de este trabajo, así como el apéndice II.

La composición demográfica de 1970 a 1980 se -- modificó en sus proporciones. En la década de los setenta, el 66.5 por ciento de la población era rural y sólo - el 33.5 urbana. En 1980, el 39.4 por ciento de la población habitaba en las ciudades y el 60.6 por ciento permanecía como rural.

Hasta 1979, solamente trabajaban 43.9 personas de cada 100. Es decir más de la mitad de los tabasqueños dependían del trabajo de la otra mitad. La mayoría de -- esas personas (197,161) eran mujeres y, el resto 53,937, hombres.

En el ramo de asistencia y salubridad, en 1971 había 113 unidades médicas. En conjunto estas unidades - tenían 130 consultorios, 17 laboratorios de análisis clínicos, 19 gabinetes de radiología, 25 quirófanos, 29 salas de expulsión, 4 bancos de sangre, 16 áreas de emergencia, 185 cunas e incubadoras y 97 camas de primeros auxilios. Trabajaban en la entidad 323 médicos. Del total, 153 (47.37 por ciento) prestaban sus servicios en el sistema de seguridad social (IMSS, ISSSTE, PEMEX, Secretaría

de la Defensa Nacional y Secretaría de Marina); 122 ---- (37.77 por ciento) en la Secretaría de Salubridad y Asistencia; 19 (5.88 por ciento) como particulares; y 29 --- (8.98 por ciento) en otras instituciones.

La mortalidad en general se debe a las enfermedades gastrointestinales y las propias del aparato respiratorio. En la población infantil la deficiente nutri--- ción es la causa principal.

En 1982, la mayoría de los tabasqueños carecían de comodidades decorosas. El 44.6 por ciento tenía energía eléctrica del total de las casas, en las que vivían - 238,000 personas; agua entubada, sólo en el 35.1 por cien- to de las viviendas; el 64.9 no tenía ni siquiera llave - pública y agua entubada. Sólo el 33.2 de la población -- contaba con servicio de drenaje.

Aproximadamente en 1982 había 190,800 casas. El 36.2 por ciento construidas de tabique, el 29.9 por ciento de madera y el resto de adobe, en barro y diversos ma- teriales. Los techos del 23.6 por ciento eran de palma.

Del 7.9 por ciento de teja, madera y otros materiales y, de concreto, solamente el 8.5 por ciento.

A mediados de los 70, 10 de cada 100 tabasqueños no consumían carne; 20 no comían huevo; más de la mitad no acostumbraba beber leche; y 38 no consumían pescado en toda una semana. De cada 100 niños menores de un año, en zonas rurales 64 padecían desnutrición y aproximadamente 10 estaban en peligro de perder la vida por la mala alimentación. Durante la década de los 70, el nivel de vida era semejante al de Veracruz y Yucatán, mejor que de Chiapas; inferior al de Campeche y Quintana Roo.

En los ochenta, el Gobierno estatal ha recibido ingresos considerables por la exportación de petróleo. Esto se ha traducido en el mejoramiento de la infraestructura económica y asistencial.

El Plan Estatal de Desarrollo para Tabasco, formulado en 1979, tiene como perspectivas fomentar las actividades agropecuarias y agroindustriales, alcanzar la au-

tosuficiencia en granos y productos básicos, promover el desarrollo pesquero y formular los ingresos generados --- por el turismo.

Para el ciclo educativo 77-78 asistieron al nivel de primaria 223,300 alumnos en 1,380 escuelas. En poblados donde hay menos de 30 niños y no hay escuelas asistieron instructores comunitarios a dar clases. Se han organizado escuelas de educación básica para adultos, donde se adquieren conocimientos elementales.

En el mismo periodo, 192 escuelas secundarias recibieron a 38,600 estudiantes. Para los egresados de primaria hay también secundarias técnicas que ofrecen, además de los conocimientos propios del ciclo, un oficio. A ellas, 28, asisten 7,643 alumnos. En las escuelas terminales medias se estudia solamente una técnica o un oficio.

Para el bachillerato, tienen planteles la Universidad Juárez Autónoma de Tabasco, el Tecnológico Regional y el Colegio Superior de Agricultura Tropical.

La Universidad tiene ocho escuelas: Ciencias de la Educación; Derecho; Medicina Humana; Odontología; - Medicina Veterinaria y Zootécnia; Ingeniería. El Tecnológico Regional fue creado con el propósito de capacitar a los estudiantes en las técnicas especializadas para fomentar y apoyar la industria en el Estado. Finalmente, se encuentra el Colegio Superior de Agricultura Tropical, -- que imparte la carrera de Ingeniero Agrónomo y la Maestría en Ciencias.

Funciona también la Escuela de Oficios, la Casa de la Mujer Tabasqueña, el Instituto de Audición y Lenguaje, y el Instituto para la Enseñanza de la Geografía y la Historia, este último encargado de recopilar los datos que complementan los programas educativos para incorporarlos - después a los libros de texto.

El desarrollo educativo superior se inició con el Instituto Juárez fundado en 1879, donde originalmente se impartieron Agrimensura, Farmacia, Normal para varones, Bachillerato de Ciencias y Letras y Derecho. Anteriormente, la mayoría de los estudiantes debían desplazarse a Yucatán, Campeche, Chiapas y la Ciudad de México.

En las letras y cultura nacionales han destacado tabasqueños poetas, escritores, periodistas, científicos, historiadores, cronistas, novelistas, cuentistas, en sayistas, educadores, pintores y escultores.

En 1979 habían en la entidad 345 médicos cirujanos, 70 dentistas, 135 enfermeras, 45 veterinarios, 660 abogados, 45 contadores públicos, 75 ingenieros en ramas diversas, 40 arquitectos, 4,637 profesores de primaria, 30 químicos farmacéuticos y 40 economistas. La Sociedad de Artesanos (1874) funciona en la capital.

Por otro lado, hay dos bibliotecas importantes, la correspondiente a la Universidad Juárez y la Pública - del Estado; dos museos, el Arqueológico de Tabasco y el - de La Venta.

La expresión cultural prehispánica más importante ha sido la cultura de La Venta, llamada también olmeca, localizada al noroeste del Estado, cuyo asentamiento se ubica en el siglo V antes de nuestra era.

También hubo asentamientos mayas que se localizaban en Comalcalco y El Tortuguero, municipio de Macuspana.

II. MAPA DE LOCALIZACION DE LOS MEDIOS ELECTRONICOS
LOCALES DE COMUNICACION MASIVA

III. ACUERDO QUE FACULTA LA CREACION DE CORAT

ENRIQUE GONZALEZ PEDRERO, GOBERNADOR CONSTITUCIONAL DEL -
ESTADO DE TABASCO, EN USO DE LAS FACULTADES CONCEDIDAS --
POR LOS ARTICULOS 51, FRACCION I Y XX DE LA CONSTITUCION
POLITICA LOCAL Y 5º Y 8º DE LA LEY ORGANICA DEL PODER EJE
CUTIVO DEL ESTADO, Y

C O N S I D E R A N D O

Que el desarrollo constituye un proceso de ra-
cionalización del aprovechamiento de los recursos dispo-
nibles y de la organización social para crear mejores ---
condiciones de vida para la población.

Que este proceso implica la participación de --
los diversos grupos sociales estimulados y coordinados --
por las instituciones gubernamentales, las cuales requie-
ren de sistemas de comunicación social que difundan y apo
yen los planes y programas de desarrollo.

Que dentro de los sistemas de comunicación so--
cial, la radiodifusión ha demostrado su mayor capacidad -

de penetración cultural, de influencia en los patrones -- de consumo, de información rápida y accesible, de integración de las comunidades más alejadas y de expresión del sentir de sus habitantes.

Que por lo anterior, el Gobierno del Estado ha dispuesto la creación de un organismo desconcentrado que utilice la radiodifusión como medio de comunicación para el desarrollo, que tendrá a su cargo la instalación y operación de las estaciones de Radio y Televisión del Gobierno del Estado, para producir y transmitir programas que - promuevan el desarrollo de la entidad, que difundan su -- historia y sus manifestaciones artísticas y culturales, a la vez que estimulen la conciencia cívica y de la pobla-- ción.

Que será también un medio de fortalecimiento -- de la unidad nacional y de divulgación de la ciencia, la tecnología, el arte y la cultura universales, asimismo, - el órgano mediante el cual, el Gobierno del Estado participe en la radiodifusión de servicio público que otras -- instituciones han venido realizando.

Ha tenido a bien expedir el siguiente:

ACUERDO QUE CREA LA COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO COMO ORGANISMO DESCONCENTRADO DEL GOBIERNO DEL --- ESTADO.

Artículo 1º. Se crea la COMISION DE RADIO Y TELEVISION DEL ESTADO DE TABASCO, CORAT, como un --- organismo desconcentrado del Gobierno, -- con el objeto de:

- I. Instalar y operar las estaciones de radio y televisión cuyas frecuencias se otorguen al Go--- bierno del Estado;
- II. Producir y transmitir programas que promuevan - el desarrollo del Estado, que difundan su histo- ria y sus manifestaciones artísticas y cultura- les, y que estimulen la conciencia cívica de -- sus habitantes;

- III. Transmitir programas que fomenten la unidad nacional y divulguen los avances de la ciencia y la tecnología, así como las mejores expresiones del arte y la cultura universales;
- IV. Producir y transmitir programas en colaboración con estaciones educativas y culturales por medio de los convenios respectivos;
- V. Coordinar y convenir la transmisión en cadena - con otras estaciones; y
- VI. Las demás que le asigne el Ejecutivo del Estado.

Artículo 2º. La Comisión será presidida por el C. Gobernador del Estado y estará integrada por -- los Secretarios de Gobierno, de Programaa-- ción, de Educación, Cultura y Recreación, del Desarrollo y de Comunicaciones, Asenta-- mientos y Obras Públicas; contará con un - Vocal Ejecutivo y con el personal técnico,

de producción y administrativo que sea -- necesario. La comisión deberá reunirse, -- por lo menos, una vez al año, a convocato-- ría del C. Gobernador del Estado.

Artículo 3º. El gobierno y la administración de CORAT estarán a cargo de:

- I. La Junta Directiva; y
- II. El Vocal Ejecutivo

Artículo 4º. La Junta Directiva será presidida por el -- C. Gobernador y se integrará con los Secre-- tarios de Gobierno, de Programación y de -- Comunicaciones, Asentamientos y Obras Pú-- blicas, así como el Contralor General como Comisario, y con el Vocal Ejecutivo, quien fungirá como secretario de la misma.

Artículo 5º. Son facultades y obligaciones de la Junta Directiva:

- I. Establecer y evaluar las políticas -- generales de CORAT;

- II. Aprobar los planes, programas y proyectos que requiera realizar CORAT para el logro de sus objetivos;
- III. Autorizar la celebración de los convenios a que se refieren las fracciones IV y V del artículo 1º. de este acuerdo y vigilar su cumplimiento --- recíproco.
- IV. Aprobar el presupuesto anual de ingresos y egresos;
- V. Autorizar el Reglamento Interior;
- VI. Conocer, y en su caso, aprobar el informe semestral de actividades que rinda el Vocal Ejecutivo;
- VI. Conocer, y en su caso, aprobar el informe semestral de actividades que rinda el Vocal Ejecutivo;
- VII. Conocer las proposiciones que presente el Consejo Consultivo; y
- VIII. Las que señale el C. Gobernador del Estado.

La Junta Directiva se reunirá, por lo menos, -- dos veces durante el año a convocatoria del Secretario de la misma.

El Comisario deberá vigilar el estado financiero de CORAT, y practicar, anualmente, las auditorías que correspondan.

Artículo 6º. Se integrará un Consejo Consultivo, como -- órgano asesor del Vocal Ejecutivo y estará formado por las personas que, en virtud -- de su representatividad, experiencia o conocimientos, designe la Junta Directiva, -- hasta un número no mayor de diez.

Artículo 7º. Son facultades del Consejo Consultivo:

- I. Evaluar la programación de la radio y la televisión;
- II. Sugerir la producción de nuevos programas; y
- III. Presentar propuestas para el mejor -- cumplimiento de los objetivos de --- CORAT.

El Consejo se reunirá, por lo menos, una vez --
al año a propuesta del Vocal Ejecutivo.

Artículo 8º. El Vocal Ejecutivo será nombrado y removi-
do por el C. Gobernador y estará a cargo -
de la planeación, ejecución y control de -
las operaciones de transmisión, producción,
programación, promoción y administración -
de las estaciones de radio y televisión, -
señaladas en este Acuerdo.

Artículo 9º. El Vocal Ejecutivo tendrá las siguientes -
obligaciones y facultades:

- I. Estudiar y proponer la forma en que -
las dependencias gubernamentales -fe-
derales, estatales y municipales ---
puedan utilizar la radio y la televi-
sión para el mejor desempeño de sus -
funciones o en apoyo a sus programas
de desarrollo;

- II. Investigar, periódicamente, las características del auditorio, a fin de -- ajustar la programación y obtener mejores resultados;
- III. Presentar semestralmente a la Junta Directiva el programa de producción y el plan de programación y transmisión, así como el ejercicio presupuestal de ingresos y egresos;
- IV. Planear, dirigir y controlar las actividades de CORAT conforme a los lineamientos de los planes, programas y -- presupuestos aprobados;
- V. Ejecutar las resoluciones y acuerdos de la Junta Directiva;
- VI. Designar y remover a los funcionarios y empleados adscritos a su responsabilidad, de acuerdo a las leyes y reglamentos vigentes;
- VII. Celebrar los actos, contratos y convenios necesarios al cumplimiento de --

los objetivos de CORAT, con la autorización de la Junta Directiva, en los casos que señale el reglamento correspondiente;

- VIII. Realizar la promoción para captar el máximo auditorio;
- IX. Convocar a las reuniones de la Junta Directiva y del Consejo Consultivo;
- X. Rendir un informe general anual de actividades;
- XI. Formular el Reglamento Interior y los manuales administrativos que requiera el buen funcionamiento de CORAT;

ARTICULO 10. El Patrimonio de CORAT se integrará con:

- I. El presupuesto que señale el Gobierno del Estado; y
- II. Los bienes muebles e inmuebles, derechos y créditos de toda clase que en futuro adquiriera, le otorguen o cedan por cualquier título.

Artículo 11. Las relaciones laborales de CORAT se regirán por la legislación aplicable a los trabajadores al servicio del Estado de Tabasco.

Artículo 12. Serán puestos de confianza: el Vocal Ejecutivo, los responsables de las áreas técnica, administrativa, de producción, de promoción e investigación, así como los productores y sus asistentes, los asesores, los contadores, y los demás que establezcan las leyes aplicables.

Artículo 13. Las dependencias y entidades del Ejecutivo tendrán la obligación de facilitar auxilio técnico y de prestar la ayuda que les solicite CORAT para la realización de sus fines.

TRANSITORIOS

- ARTICULO PRIMERO. El presente Acuerdo entrará en vigor el día siguiente a su publicación en el periódico Oficial del Gobierno -- del Estado.
- ARTICULO SEGUNDO. El Ejecutivo instalará la Comisión y la Junta Directiva dentro de los 30 - días siguientes a la publicación de - este Acuerdo.
- ARTICULO TERCERO. La Secretaría de Finanzas, con autori- zación de la Secretaría de Programa-- ción y bajo la vigilancia de la Con-- traloría General, entregará al Vocal Ejecutivo los recursos suficientes pa- ra que el nuevo organismo pueda ini-- ciar sus operaciones dentro del mismo plazo señalado en el artículo ante--- rior.

ARTICULO CUARTO. El personal y equipo dedicado a la radio y televisión de la Dirección de - Información y Relaciones Públicas del Gobierno del Estado, será transferido a CORAT.

SUFRAGIO EFECTIVO. NO REELECCION
Villahermosa, Tab., 29 de agosto de 1983.

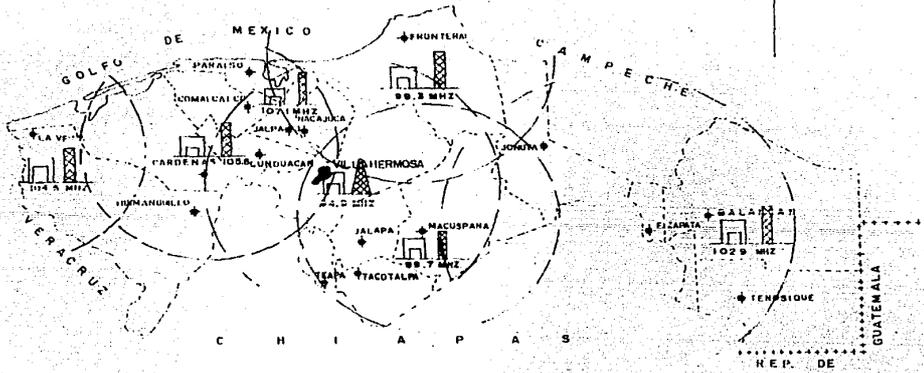
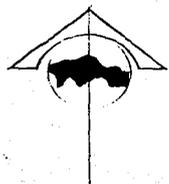
Enrique González Pedrero
Gobernador Constitucional del Estado

José Eduardo Beltrán Hernández
Secretario de Gobierno

IV. MAPAS CON LA COBERTURA DE CORAT EN LA ENTIDAD

RED ESTATAL DE RADIO F-M

CORAT

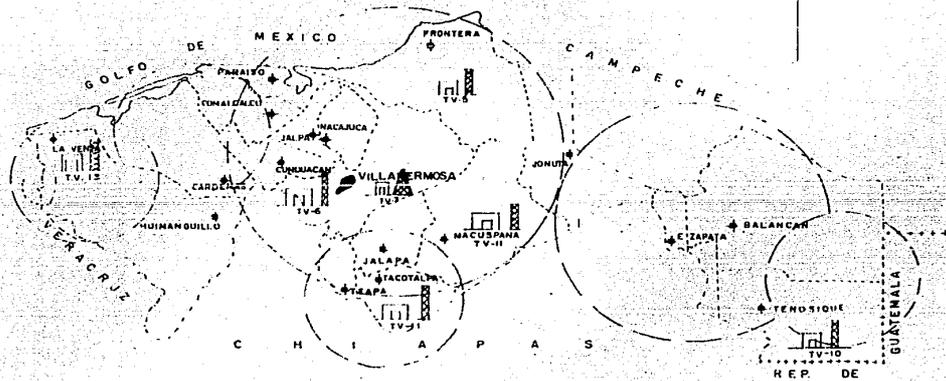
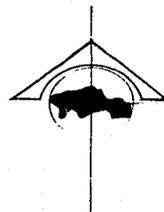


RETRANSMISOR

TRANSMISOR

RED ESTATAL DE TELEVISION

CORAT



v.

REGLAMENTO INTERNO DE CORAT

REGLAMENTO INTERNO DE CORAT

REGLAMENTO DE ADMINISTRACION

ARTICULO 1. El manejo de los recursos financieros, humanos y materiales se ajustará a las disposiciones vigentes para la administración pública del Estado y al acuerdo de creación de CORAT; además, se observarán las siguientes reglas específicas:

- I. La estructura, ejercicio y control presupuestales será por programas.
- II. Para agilizar las operaciones, podrán otorgarse fondos revolventes a los directivos que por sus funciones requieran el manejo de efectivo. La comprobación correspondiente se hará cada semana.
- III. Se establecerá un sistema de costos con base en los siguientes lineamientos:

- a) Costos fijos, que serán las erogaciones que no dependan del volumen de la producción: personal permanente, servicios ininterrumpidos, etc.
- b) Costos variables, que constituirán las erogaciones directamente asignables a cada uno de los programas: personal a cuadro, gastos de alimentación, gasolina, cartones, discos, revistas, etc. Al respecto, se establecerán límites presupuestales para cada programa. Será responsabilidad del Director de Producción y de los productores la observancia de estos límites, los cuales podrán ser flexibles en el tiempo, siempre y cuando el monto anual no rebase la cantidad autorizada.
- c) En el caso de mantenimiento, refacciones y material técnico, se carga

rá su costo a la unidad móvil, cámara uno, transmisor de Villahermosa, etc.

IV. El personal de las áreas técnicas y de producción podrán tener horarios discontinuos y días de descanso variables.

V. El personal técnico de intendencia y vigilancia tendrá derecho a las siguientes prestaciones adicionales:

- a) Cuota de comida cuando se encuentren laborando en las horas habituales de alimentación o que, por razones de tiempo, se vean impedidos de comer en su casa.
- b) Ropa de trabajo, de uso obligatorio.
- c) Transporte para aquéllos que inicien o terminen sus labores en horas en que no funciona el servicio público.

- VI. El personal de locución, comentaristas, reporteros y conductores será pagado -- mediante honorarios, de acuerdo con un tabulador especial.
- VII. La colaboración que se obtenga de las - instituciones que realicen programas se -- rá gratuita, pues se considerará como - parte de las funciones bajo su responsabilidad.
- VIII. El personal artístico y deportivo no se -- rá remunerado, sino se obtendrá median-- te colaboración propia o por cesión de - derechos de grabación y transmisión por parte de los organizadores de espectácu-- los. En casos excepcionales, sólo se -- cubrirán los gastos de transportación, - alimentación y alojamiento.
- IX. Queda prohibida la acumulación de pues-- tos y remuneraciones; en su caso, se --- convendrá una sola remuneración que in-- cluya toda la gama de tareas susceptibles de desempeño.

- X. Los programas, promocionales, cápsulas y películas grabadas se obtendrán por medio de convenios, salvo autorización expresa del C. Gobernador o de la Junta Directiva; por lo que el costo de estos programas sólo cubrirá el material utilizado, el copiado, -si se requiere- y la transportación correspondiente.
- XI. Se registrará, diariamente, la salida y el destino del equipo de producción y de transporte, así como el tráfico de cassettes, cintas, discos y demás materiales audiovisuales, a efecto de evitar pérdidas o desperdicios y la utilización para fines personales.
- XII. Se verificará, semanalmente, el uso adecuado del equipo, mediante la comparación del tiempo utilizado en la producción, en relación al tiempo del programa terminado.

XIII. Las adquisiciones podrán descentralizarse, sobre todo aquéllas compras menores cuyo manejo central pueda entorpecer -- las operaciones.

XIV. Se dispondrá del stock mínimo de cassettes y cintas suficiente para garantizar la continuidad de las operaciones; al respecto, sólo se conservarán las grabaciones que puedan utilizarse en la producción de nuevos programas o cuya transmisión pueda volverse a programar.

XV. El nombramiento de asesores, así como la contratación de asesorías, deberá contar con la autorización expresa del C. Gobernador o la Junta Directiva.

ARTICULO 2. La Vocalía Ejecutiva de CORAT se estructurará con las Direcciones Técnica, de -- Producción, Noticias, Radio, Programa-- ción y Promoción, y Administración.

ARTICULO 3. La Vocalía Ejecutiva tendrá las siguientes funciones:

- I. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones vigentes para la administración pública del Estado, así como el acuerdo de creación de CORAT y los reglamentos manuales administrativos que como organismo desconcentrado le correspondan.
- II. Ejecutar las resoluciones y acuerdos de la Junta Directiva.
- III. Convocar a la Junta Directiva y al Consejo Consultivo.
- IV. Someter a la aprobación de la Junta Directiva el plan de producción y programación.
- V. Proponer a la Junta Directiva el presupuesto anual para su autorización.

- VI. Presentar al Consejo Consultivo el programa anual de producción y transmisión.
- VII. Celebrar los actos, contratos y convenios que sean necesarios para el cumplimiento del objeto de CORAT, con la aprobación de la Junta Directiva.
- VIII. Convenir con las instituciones públicas y privadas, a nivel federal, estatal y municipal, la producción o transmisión de programas o de interés social, con la autorización de la Junta Directiva, promocionales.
- IX. Mantener las relaciones de coordinación con los organismos que concurran al logro de los objetivos de CORAT.
- X. Presentar a la aprobación de la Junta Directiva los reglamentos y los manuales administrativos necesarios para el buen funcionamiento de CORAT.

- XI. Planear, dirigir y controlar las funciones de investigación, programación, --- transmisión, producción, promoción y administración de la Comisión.
- XII. Informar anualmente a la Junta Directiva del resultado de las actividades.
- XIII. Las demás que señalan las leyes y reglamentos aplicables o disponga la Junta - Directiva o el C. Gobernador del Estado.

ARTICULO 4. Serán funciones de la Dirección Técnica:

- I. En materia de televisión, mantener las transmisiones de acuerdo a los horarios y continuidad que señale la Dirección - de Programación y Promoción.
- II. En lo que corresponde al radio, mantener la señal al aire conforme a los horarios y a la continuidad que establezca la Dirección de Radio.

- III. Mantener la coordinación técnica necesaria entre CORAT y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.
- IV. Vigilar que las transmisiones conserven la máxima calidad de imagen y sonido en todas las zonas que comprenda la cobertura.
- V. Informar a la Vocalía Ejecutiva sobre las fallas técnicas en que incurra durante las transmisiones, así como las que se susciten en los transmisores o en la red de repetidoras.
- VI. Proporcionar servicios de grabación, en estudios o en exteriores, de programas de radio y de televisión, conforme al plan general de producción, en lo que se refiere a la televisión, y en su caso, por la Dirección de Radio.
- VII. Informar a la Dirección Administrativa sobre la utilización del equipo técnico en las grabaciones, así como los incidentes, fallas, demoras, etc.

VIII. Proponer a la Dirección Administrativa sobre la adquisición de refacciones y de equipo adicional necesario para la conservación y mejoramiento del equipo técnico.

IX. Realizar la reparación y mantenimiento del equipo técnico, de transporte, de los transmisores y de las repetidoras instaladas por CORAT.

X. Promover la formación y capacitación del personal técnico.

ARTICULO 5. La Dirección de Producción tendrá las siguientes funciones:

I. Formular el plan general de producción de programas y spots de televisión conforme a los objetivos de CORAT y en consideración a las áreas de la acción gubernamental, a nivel federal, estatal y municipal, en las cuales la televisión puede ser utilizada como factor activador y reforzante.

- II. Autorizar la producción de los programas y spots de acuerdo al plan general, a los presupuestos y la capacidad técnica disponible.
- III. Solicitar a las autoridades y a los particulares, los permisos necesarios para la realización en exteriores de programas y spots.
- IV. Realizar la escenografía y proporcionar el vestuario, la utilería, el maquillaje y los servicios en general que requiera la producción de los programas y -- spots.
- V. Supervisar la realización, de modo que los productores se ajusten a los tiempos, equipos, personal y recursos asignados en el plan general de producción.
- VI. Velar porque la producción de programas se efectúe conforme a los métodos de -- trabajo más adecuados y económicos.

- VII. Autorizar por excepción, modificaciones a los tiempos y recursos asignados para la producción de programas y spots de televisión.
- VIII. Informar a la Dirección Administrativa sobre la utilización del equipo Técnico en las grabaciones, así como los incidentes, fallas, demoras, etc.
- IX. Vigilar que la calidad de los programas producidos se mantenga en el máximo nivel posible.
- X. Verificar el tiempo de duración de los programas, cápsulas, spots y similares.
- XI. Ajustar el plan general de producción de programas de televisión, a la práctica y experiencia obtenida durante las grabaciones.
- XII. Dirigir los proyectos de producción de nuevos programas.

XIII. Promover la capacitación y formación del personal de producción.

ARTICULO 6. Serán funciones de los productores:

- I. Proponer ideas, temas, contenidos e invitados de los programas a realizar a la -- Dirección de Producción, con un mes de -- anticipación, -por lo menos- a la fecha - de su transmisión.
- II. Asistir puntualmente a las juntas de producción.
- III. Elaborar o en su caso, supervisar la redacción de los guiones o libretos de los programas aprobados.
- IV. Archivar los guiones de los programas a producir o producidos.
- V. Sugerir a la Dirección de Producción, el elenco de los programas bajo su responsabilidad, así como la escenografía, uti--

lería, vestuario, maquillaje, musicalización y demás elementos que integran la producción a realizar.

- VI. Formular el presupuesto y calendario de realización de los programas a su cargo, y someterlos a la autorización de la Dirección de Producción.
- VII. Solicitar a la Dirección de Producción los servicios técnicos, de escenografía, utilería, vestuario y maquillaje necesarios para la grabación o transmisión de un programa.
- VIII. Celebrar reuniones de producción, antes de proceder a la realización, con todos los elementos que intervendrán en la grabación o transmisión en vivo de los programas de su responsabilidad.
- IX. Realizar ensayos "en frío" antes de proceder a la grabación o salir al aire.

- XI. Constatar que todos los elementos necesarios para la realización de sus programas estén presentes antes de iniciar una grabación.
- XII. Dirigir la realización de los programas a su cargo y señalar las tomas o secuencias que deban considerarse como definitivas.
- XIII. Si procede, realizar la edición de los programas y dar su aprobación para que éstos sean considerados como terminados.
- XIV. Solicitar a la Dirección de Producción modificaciones a los horarios y tiempos de grabación o edición consignados en el plan normal de producción.
- XV. Solicitar tiempos extraordinarios de grabación, calificación o edición a la Dirección de Producción.

- XVI. Informar a la Dirección de Producción - sobre el avance de la misma, los incidentes y causas de demora o desperdicio de tiempo o de recursos.
- XVII. Hacer síntesis del objeto y contenido - de los programas a fin de facilitar su promoción, identificación y clasificación.
- XVIII. Mantener un "stock" mínimo de un mes de programación a la fecha de su salida al aire, en el caso de los programas grabados.
- XIX. Sugerir la grabación de los programas - en vivo o la conservación de secuencias y programas grabados para su utilización posterior.
- XX. Presentar la comprobación de los gastos efectuados con los fondos a su cargo.

ARTICULO 7. La Dirección de Noticias realizará las siguientes funciones:

- I. Producir la barra noticiosa de radio y televisión según los formatos y presupuestos autorizados.
- II. Velar porque el contenido de la información se ajuste a las políticas establecidas respecto a la orientación, jerarquía, equilibrio y extensión de la noticia.
- III. Vigilar que la transmisión de la barra noticiosa en radio y televisión se realice de acuerdo con los horarios y continuidad aprobados.
- IV. Mantener la coordinación necesaria con las oficinas informativas del gobierno estatal, municipal y de las delegaciones federales que operan en el Estado.

- V. Evaluar, diariamente, el contenido de la barra de noticias en cuanto a su oportunidad, precisión, atractivo y valor para el auditorio.
- VI. Corregir, diariamente, las fallas de producción, técnicas de lenguaje, etc., que se susciten durante la transmisión de la barra noticiosa.
- VII. Comparar, diariamente, los programas noticiosos de radio y televisión que se generen en la entidad, a efecto de aprovechar experiencias y valorar la función de CORAT.
- VIII. Comparar, diariamente, la información publicada en la prensa local y nacional sobre el Estado, a fin de detectar fallas u omisiones de notas relevantes.

ARTICULO 8. Serán funciones de la Dirección de Radio las siguientes:

- I. Formular la programación de radio con un mes de anticipación, así como la continuidad correspondiente.
- II. Producir los programas y spots, de acuerdo con el plan de programación y los -- presupuestos aprobados.
- III. Autorizar los horarios de trabajo del personal de locución.
- IV. Mantener el contenido de la programación y de la producción dentro de los lineamientos establecidos por la Junta Directiva.
- V. Proponer la transmisión en vivo o grabada de los actos cívicos o culturales que requiera para la transmisión o grabación de programas.
- VI. Solicitar a la Dirección Técnica los servicios extraordinarios que requiera para la transmisión o grabación de programas.

- VII. Verificar la disponibilidad del material que será transmitido con una anticipación no menor a una semana a la fecha de su salida al aire.
- VIII. Vigilar la transmisión de los programas y spots conforme a los horarios y continuidad autorizados.
- IX. Informar a la Dirección Técnica de las fallas del equipo a su cargo.
- X. Conservar los cassettes, cintas, discos y demás material radiofónico utilizado en la producción o en la transmisión de programas, y ponerlos a disposición de los productores que lo soliciten.
- XI. Llevar las relaciones de coordinación con las radioemisoras que firmen convenios de intercambio con la Comisión y con las instituciones que realicen.

ARTICULO 9. La Dirección de Programación y Promoción tendrá a su cargo las funciones siguientes:

- I. Investigar las características del auditorio a efecto de ajustar el contenido de la programación a sus necesidades, gustos, hábitos y capacidades.
- II. Llevar las relaciones de coordinación con las televisoras que firmen convenios de intercambio con la Comisión y con las instituciones que realicen actos y campañas susceptibles de ser transmitidos.
- III. Preparar el material publicitario para la promoción de los programas en otros medios masivos, en la propia pantalla y estación de radio, o por cualquier otra vía, en coordinación con los productores responsables de cada programa.

- IV. Hacer del conocimiento del público la programación de CORAT por otros medios tales como ferias, exposiciones, entrevistas, etc.
- V. Mantener relación constante con las asociaciones campesinas, obreras y populares para promover la captación de auditorio.
- VI. Proponer sistemas de participación y estimación a los televidentes y radioescucha.
- VII. Efectuar sondeos constantes sobre el auditorio captado por la programación y sobre la calidad de la señal que llega a las poblaciones que comprende la cobertura.
- VIII. Monitorear las estaciones de radio y televisión de mayor cobertura en la entidad para proponer las correcciones necesarias a la programación propia.

- IX. Evaluar el resultado de las emisiones - con el fin de hacer ajustes y lograr el rendimiento máximo de la programación.

ARTICULO X. Serán funciones de la Dirección de Administración:

- I. Planear, dirigir y controlar el manejo de los recursos financieros, técnicos y humanos, a efecto de conseguir su mejor aprovechamiento.
- II. Formular el proyecto de presupuesto --- anual y tramitar el otorgamiento de las ministraciones correspondientes al presupuesto anual autorizado.
- III. Manejar los recursos financieros de --- acuerdo a los presupuestos y programas autorizados, e informar mensualmente de su manejo a la Vocalía Ejecutiva.
- IV. Tramitar la contratación, remuneración y capacitación del personal al servicio

- de CORAT, así como atender las relaciones laborales y supervisar las prestaciones sociales correspondientes.
- V. Adquirir, almacenar y distribuir los materiales y equipos de acuerdo a los programas aprobados.
- VI. Tramitar los pagos correspondientes a los servicios contratados y bienes adquiridos.
- VII. Conservar los cassettes, cintas, películas, equipo, escenografía, utilería, -- etc., utilizado en la producción y transmisión de televisión.
- VIII. Mantener un "stock" mínimo de cassettes suficientes para la producción de 15 días, conforme al plan de producción vigentes y las normas que, conforme al mismo, se establezcan para la adquisición, borrado y conservación de cassettes.

- IX. Vigilar que el equipo y materiales de - producción de radio y televisión, así - como las unidades de transporte se uti- licen de la manera más adecuada de acuerdo con los planes de trabajo autoriza-- dos a efecto de evitar desperdicios, -- pérdidas y su uso para fines personales.
- X. Proponer medidas correctivas para mantener la mayor eficacia de las tareas y - la disciplina en el trabajo.
- XI. Proporcionar servicios de archivo, co-- rrespondencia, limpieza y vigilancia de las instalaciones.
- XII. Realizar las obras de mantenimiento que requiera el buen uso de las instalacio-- nes.
- XIII. Conservar las instalaciones de acuerdo a las normas mínimas de seguridad.

ARTICULO 11. La organización interna de cada una de las Direcciones mencionadas se consignará en los manuales administrativos - correspondientes.

REGLAMENTO DE PROGRAMACION Y PROMOCION

ARTICULO 1. La programación de Radio y Televisión - de CORAT se formará:

- I. Con la producción local en una proporción no inferior a la mitad del tiempo de transmisión.
- II. Con los programas, promocionales, cápsulas y películas que obtenga mediante los convenios que se suscriben con las instituciones públicas afines, o se adquieran por cualquier título.
- III. Con las campañas permanentes de interés social integrados por promocionales, cápsulas y similares.

- IV. Con los promocionales que se convengan con los organismos gubernamentales, --- instituciones y agrupaciones sociales o, bajo la autorización expresa de la Junta Directiva, con las empresas comerciales.
- V. Las entradas, salidas, cortes y cortinillas de identificación de las estaciones.
- VI. Los promocionales y programas que indiquen las autoridades correspondientes - de conformidad con la Ley de Radio y -- Televisión.
- VII. Las demás que señale el C. Gobernador - o la Junta Directiva.

ARTICULO 2. La producción local se programará preferentemente en los horarios en los que - existan mayores posibilidades de captación de auditorio y seguirá los lineamientos señalados en el Reglamento de - Producción.

ARTICULO 3. Dada la naturaleza regional de CORAT, - los programas, películas, promocionales, cápsulas y similares de producción externa serán complementarios a la propia y tendrán las siguientes finalidades.

- I. Incrementar el conocimiento de los problemas, historia, geografía, economía y costumbres de la Nación y de sus Estados, a fin de fortalecer la conciencia y solidaridad nacional.
- II. Participar en los planes y campañas de comunicación social que se emprendan a nivel nacional.
- III. Integrarse al sistema nacional de educación por radio y televisión.
- IV. Ampliar el horizonte científico, tecnológico, histórico, artístico y cultural mediante la presentación de sus mejores manifestaciones universales.

- V. Las demás que acuerde el C. Gobernador o la Junta Directiva.

ARTICULO 4.

Las campañas permanentes tendrán por objeto inculcar valores, estimular actitudes y provocar y reforzar comportamientos, de interés general, para el desarrollo sano de la sociedad; así como divulgar los avances del sector público - en la solución de los problemas. Se difundirán de manera permanente y simultánea, tanto en radio como en televisión, las siguientes campañas permanentes:

- I. De divulgación de los planes y obras gubernamentales.
- II. De productividad agropecuaria, industrial y de servicios.
- III. De racionalización del gasto familiar.
- IV. De defensa de la economía popular.

- V. De mejoramiento de los hábitos alimenticios.
- VI. De salud e higiene personal, así como - de fomento del deporte.
- VII. De limpieza municipal.
- VIII. Contra el alcoholismo y la drogadicción.
- IX. De uso racional de agua potable.
- X. De reforestación y preservación de la - ecología.
- XI. De participación comunitaria en obras - de beneficio social.
- XII. De conservación y mantenimiento de las obras y edificios públicos.
- XIII. De identidad regional.
- XIV. Las que indique el C. Gobernador o esta - blezca la Junta Directiva.

ARTICULO 5. Los promocionales tendrán como finalidad informar sobre los servicios, productos, o actos que ofrezcan las organizaciones públicas y privadas.

ARTICULO 6. En las entradas y salidas del aire, se explicarán los objetivos de CORAT y su función social dentro de la radio y la televisión; los cortes y cortinillas -- servirán para mostrar aspectos de la vida de nuestro Estado.

ARTICULO 7. La programación observará estrictamente las disposiciones de la Ley de Radio y Televisión, además, queda prohibida la promoción de bebidas alcohólicas, cigarrillos, y en general, de todo servicio, producto o conducta que fomente el consumismo, la sumisión de la mujer, la -- desvalorización de nuestra identidad -- cultural y el fanatismo, así como los -

comportamientos antisociales, aquéllos que vayan en detrimento de la dignidad humana, o en contra de la moral y del orden públicos.

ARTICULO 8. El tiempo de la programación dedicados a la transmisión de promocionales, cápsulas y similares, se conservará por -- debajo de lo que marca la Ley de Radio y Televisión.

ARTICULO 9. La programación de radio y televisión - se integrará en un plan, de acuerdo con los lineamientos siguientes:

- I. La base del plan será la investigación constante de las necesidades de comunicación de las instituciones gubernamentales que realizan operaciones en la en tidad, de las agrupaciones civiles de - servicio social, de las ciudades, comunidades y del público en general.

- II. El plan de programación se formulará -- semestralmente y la continuidad respectiva se elaborará por lo menos, con una anticipación de quince días a la fecha de transmisión.
- III. En la formulación del plan de programación participarán los directivos responsables de cada una de las áreas de - - CORAT y los miembros del Consejo Consultivo.
- IV. El plan de programación deberá contar - con la aprobación expresa de la asamblea de integrantes de la Comisión de - Radio y Televisión de Tabasco.
- V. Al término de cada período de programación se pedirá al Consejo Consultivo su opinión sobre el mismo, el cual se integrará a la evaluación obtenida mediante la investigación.

- VI. La evaluación general se presentará a la asamblea de integrantes de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco y sus resultados deberán considerarse en la formulación del siguiente plan de programación.

ARTICULO 10. La promoción tendrá como objetivo hacer del conocimiento del público la programación de CORAT, al efecto, podrán utilizarse:

- I. Las transmisiones propias de radio y televisión.
- II. La publicación de la programación, de entrevistas, noticias y reportajes que se obtengan por medio de intercambios con los diarios y revistas de la entidad.
- III. Promover la modernización del sector agropecuario y de pesca.

- IV. Impulsar la tecnificación y el mejoramiento del trabajo artesanal e industrial.
- V. Auspiciar la racionalización del gasto familiar.
- VI. Estimular la superación de las condiciones de vida de las comunidades y de la familia.
- VII. Complementar la enseñanza escolarizada de la niñez y de la juventud.
- VIII. Promover la alfabetización y de la educación para adultos.
- IX. Estimular la conservación y expresión de las manifestaciones artísticas y culturales populares.
- X. Difundir las actividades artísticas, deportivas y culturales que organicen el Gobierno del Estado y los Municipios.

- XI. Participar en las campañas que emprenden los organismos federales, estatales y municipales en beneficio de la población de la entidad.
- XII. Los demás que señale el C. Gobernador ^o del Estado o la Junta Directiva.
- XIII. La participación del público en las grabaciones o en los programas en vivo.
- XIV. Las ferias, espectaculares y promociones especiales.
- XV. Los demás medios que considere conveniente el Director de Programación y Promoción y apruebe la Junta Directiva o el C. Gobernador.

ARTICULO 11. Las acciones de promoción compondrán -- un plan semestral vinculado al de programación y producción, que se formulará y evaluará en forma similar a lo dispuesto en el artículo 9 del presente -- Reglamento.

REGLAMENTO DE PRODUCCION

ARTICULO 1. La producción de radio y televisión tendrá como finalidad:

- I. Informar a la ciudadanía de los planes, políticas, actividades y obras del gobierno del estado, de los municipios y de los organismos federales que concurren al desarrollo de la entidad.
- II. Incrementar el conocimiento de los problemas, historia, geografía, economía y costumbres del Estado y de sus municipios a efecto de elevar la cultura cívica, estimular la participación ciudadana y fortalecer los valores regionales.

ARTICULO 2. La producción se vinculará a las actividades gubernamentales orientadas a generar el desarrollo, en especial a aquellas en las cuales la radiodifusión pueda constituir un factor estimulante o -

de consolidación. Por lo tanto, sobre todo en lo que se refiere al contenido y oportunidad de transmisión, se coordinará con las dependencias municipales, estatales y federales que tengan atribuciones sobre la materia de que se trate. Al respecto, se buscará la participación activa de personal técnico de los organismos mencionados.

ARTICULO 3.

La producción será el resultado de la consideración de las necesidades de comunicación de las instituciones gubernamentales; del gusto, hábitos, capacidades y necesidades sentidas del auditorio; así como de la opinión de los líderes de las asociaciones, grupos y comunidades.

ARTICULO 4.

Se fomentará la participación del auditorio en la producción, de modo que la

radiodifusión constituya un vínculo entre las comunidades y un medio de expresión de sus habitantes.

ARTICULO 5. La producción de radio y televisión podrá ser local y externa. La producción propia comprenderá por lo menos, la mitad de la programación. La producción ajena se obtendrá mediante convenios de intercambio.

ARTICULO 6. La producción propia se realizará, preferentemente, con elencos locales y en lo posible, en exteriores a fin de dar oportunidad a la manifestación de los valores regionales y mostrar los lugares de mayor atractivo natural, histórico, turístico, o cultural; en el caso de elencos visitantes, se procurará la grabación en exteriores para dar originalidad a sus actuaciones. Se evitará

que mediante imágenes o alusiones explícitas, se efectúe publicidad comercial abierta o encubierta.

ARTICULO 7.

La producción podrá realizarse en vivo, grabada o mixta. Excepto en los casos en que su carácter lo impida, la producción se efectuará en vivo. Los programas se producirán como si fueran directamente al aire, salvo que por su naturaleza requieran de postproducción. Los programas vivos y mixtos se grabarán y conservarán sólo en el caso de -- que su transmisión pueda repetirse. Los grabados o las partes grabadas en los programas mixtos podrán conservarse para su ulterior aprovechamiento, siempre y cuando su utilización se contemple -- dentro del plan de programación o producción.

ARTICULO 8. La unidad básica de trabajo será el programa promocional, cápsula o similar -- cuyo responsable será el productor, a quien se le proporcionarán los servicios técnicos, de producción y administrativos necesarios. El Director de Producción formará, semestralmente, el plan general de producción, resolverá las -- contingencias que surjan, supervisará -- su cumplimiento y vigilará la observancia de las disposiciones que establece este reglamento.

ARTICULO 9. A fin de evitar imprevistos, antes de -- proceder a la realización de un programa, cada productor contará con el guión y el plan de producción, en el cual se especificarán los textos, tomas, equipos, itinerarios, y, en general, todas las acciones que efectuará el equipo de producción. Si se trata de locaciones deberá verificarse su ubicación precisa

y la existencia de las condiciones indispensables para una buena realización. En lo posible, se prevendrán contingencias que impidan el desarrollo normal de las labores; dado el caso, se cancelarán -- las grabaciones o ediciones con la anticipación suficiente para que el tiempo destinado a un programa pueda ser aprovechado para otros fines. Si el programa necesitara de edición, desde su mismo diseño y grabación se tomarán las medidas convenientes, a efecto de facilitar y agilizar esta edición. Deberán -- observarse estrictamente los horarios -- asignados; si excepcionalmente, un programa requiera de mayor tiempo, éste deberá solicitarse con anticipación, a -- efecto de no desquiciar el sistema productivo.

ARTICULO 10. Conforme al tema, interés permanente y calidad lograda, los productores podrán proponer la repetición de los programas

a su cargo durante el periodo de vacaciones o para subsanar los posibles --- atrasos de la producción. Si se trata de programas en vivo susceptibles de repetirse, deberá evitarse en la realización hacer referencias a cosas circunstanciales, como la hora, el tiempo, las llamadas telefónicas, etc. A criterio del productor podrá señalarse que "por esta ocasión, el programa es grabado".

ARTICULO 11.

La producción de programas locales observará las siguientes normas:

- I. PRECISION EN EL MENSAJE. Cada programa representará la oportunidad para transmitir una idea o un conjunto restringido de ellas a manera de un silogismo. El productor deberá tener una idea clara del mensaje a difundir mediante:

- a) La palabra hablada, a base de frases sencillas, evitará la informa---

ción innecesaria que pueda oscurecer el mensaje. Si es forzoso el uso de términos poco usuales, deberá aclararse el significado de los mismos.

- b) La palabra escrita, reforzará visualmente el mensaje o permitirá mayor retención de la idea a transmitir.
- c) Las imágenes deberán apoyar, reforzar o aclarar el mensaje buscado.
- d) La música servirá para ambientar, enfatizar o dar atractivo al mensaje, sin distraer. A veces, el silencio podrá ser mejor apoyo.

Un buen programa poseerá mensajes definidos, explícitos o implícitos, logrados mediante una síntesis congruente de la palabra hablada y escrita, las imágenes y los sonidos y silencios.

II. DESARROLLO INTEGRAL. Cada productor deberá imaginar el programa desde su inicio hasta el final, antes de emprender cualquier acción. A partir de este diseño general, deberá concretarse el texto, la música, las imágenes, los cartones, etc. La precisión en el mensaje y la idea clara del desarrollo del programa harán posible un buen guión y éste proporcionará la base para un buen programa.

III. PRESENTACION ATRACTIVA. Antes de seleccionar un tema, deberá cuestionarse en qué medida satisface las necesidades y los gustos del público, así como si es accesible al auditorio. Escogido el tema, su tratamiento deberá pensarse siempre en función del interés del receptor, a efecto de captar su atención.

IV. DURACION. Los programas de una hora deberán durar 57 minutos y estar dividi--

dos en tres cortes y cuatro bloques de similar duración. Los programas de media hora deberán tener 27 minutos, con un solo corte y dos bloques.

V. PARTES. El programa tipo deberá tener - las siguientes partes:

- a) Entrada con tema musical, título, - logotipo, texto breve de presenta-- ción, nombre del conductor, etc. Es ta entrada será grabada y será siempre la misma para identificar el -- programa.
- b) Presentación del programa específi- co por el conductor, quien resaltará la importancia del acto, espectáculo o tema a desarrollar. A juicio del productor, esta presentación podrá pasar antes de la entrada.
- c) En su caso, presentación de los in- vitados por el conductor, de modo -

que se muestre que se trata de ----
obras, artistas notables o personas
con autoridad técnica, moral o polif
tica para disertar sobre el tema a
exponer.

- d) Desarrollo del programa.
- e) Cortinillas en los cortes, con el -
logotipo y tema musical del progra-
ma. En programas vivos, el conduc-
tor dará pie al corte.
- f) Salida grabada con tema musical, --
título, logotipo y créditos.

VI. DIRECCION DE CAMARAS. Salvo que conscien
temente se busque un efecto especial, -
deben evitarse: movimientos innecesaa---
rios, acercamientos extremos, cambios -
excesivos de secuencias, tomas a contra
luz y todo aquello que distraiga la ---
atención del mensaje, cause perjuicio o

ponga en peligro el equipo utilizado. En general, la cámara deberá ayudar a ver al auditorio, de manera coordinada con la palabra y la música, a partir de -- una imagen global que ubique al público para después buscar detalles.

VII. MUSICALIZACION. Será congruente al tema, ambiente y ritmo del programa, así como a la época o lugar tratándose de programas históricos o referidos a una localidad específica.

VIII. ILUMINACION Y ESCENOGRAFIA. Se utilizarán no sólo como medios estéticos, sino como instrumentos para ambientar e identificar el programa y reforzar el mensaje buscado.

ARTICULO 12.

I. PRECISION EN EL EFECTO BUSCADO. En la redacción del texto, las imágenes y la

música existirá una idea definida de qué tipo de mensaje se quiere difundir, a fin de evaluar mejor si se logra el objetivo planteado.

II. REDACCION BREVE Y CLARA. El lenguaje será accesible a toda la población y utilizará el menor número de palabras para lograr mayor fuerza. Deberán utilizarse textos que sintetizen de manera escrita el mensaje. A juicio del productor podrá suprimirse la palabra hablada siempre y cuando no pierda claridad el mensaje.

III. ENFOQUE HACIA LAS NECESIDADES DEL PUBLICO. Deberá partirse del interés del público y enfatizarse los beneficios personales que pueden obtenerse si se atiende el mensaje, de modo que el receptor reconozca fácilmente la utilidad del mismo.

- IV. RECOMENDACIONES EXPLICITAS. Sobre todo, tratándose de cápsulas, el mensaje deberá obtener orientaciones concretas y -- prácticas que pueda seguir el público.
- V. CONTRA-ARGUMENTOS. Si se trata de mensajes contrarios a los prejuicios o conocimientos erróneos populares, más que -- ignorarlos, se presentará la argumentación en su contra.
- VI. ATRACTIVO. El formato será atractivo, -- bajo el supuesto siempre de que se trata de captar público indiferente.
- VII. AFECTIVIDAD. Se deberá considerar que -- la reacción del público puede lograrse más fácilmente mediante la emoción y no la razón.
- VIII. ENFOQUE A GRUPOS ESPECIFICOS. Dado que el público es heterogéneo, deberá tomarse en cuenta el tipo al que va dirigido el mensaje y tratar de lograr la identificación con el mismo.

- IX. CREDIBILIDAD. En lo posible, se utilizarán fuentes (instituciones, personas, - etc.) que gocen de la confianza del público en el asunto de que se trate.
- X. AUTOEVALUACION. Permitirá que el público compare la información de que dispone, sus hábitos o conducta, de manera que -- por sí mismo pueda concluir si está o -- no en lo correcto.
- XI. MUSICALIZACION REGIONAL O NACIONAL. La -- música será congruente con el efecto -- buscado y en lo posible, de origen esta -- tal o nacional. Se evitará el uso de -- música muy conocida que pueda distraer la atención del mensaje. Si se utiliza música internacional, de ninguna manera deberá ser cantada. En ocasiones el si lencio será más impactante.
- XII. PRESENTACION DE HECHOS. Siempre que sea factible, el mensaje deberá mostrar hechos mediante la imagen o el texto.

XIII. IDENTIFICACION. Deberá identificarse la campaña o institución a la que corresponde el promocional, cápsula o similar.

VI. MANUAL GENERAL DE ORGANIZACION DE CORAT

INTRODUCCION

ANTECEDENTES

BASE LEGAL

ATRIBUCIONES Y OBJETO

ESTRUCTURA ORGANICA

ORGANIGRAMA

FUNCIONES

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

El manual de organización es el documento -- oficial interno que establece formalmente las funciones y estructura orgánica de la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORAT), la cual basa su funcionamiento según el pensamiento político del C. Gobernador, Lic. Enrique González Pedrero, quien a lo largo de su trayectoria política ha manifestado su creciente interés sobre la política del Estado y los medios de comunicación, --- particularmente la televisión. Al respecto dice " La -- responsabilidad de la televisión pública es contribuir -- como agente activo al proceso de transformación social " (Pensamiento político. Los medios de comunicación).

Las políticas a seguir con la creación de -- CORAT están enmarcados en las palabras del Lic. Enrique González Pedrero que dice " la televisión del Estado debe tender a cumplir de una manera creciente y progresiva,

su papel de difusora de mensajes de contenido social, cultural y cívico, y de factor estimulante, mediante la competencia y el ejemplo, para suscitar nuevas formas de programación en la televisión privada ". (Pensamiento político. Los medios de comunicación). Para el funcionamiento de CORAT sus egresos serán proporcionados por el Gobierno del Estado por lo que su comercialización solo deben "coadyuvar a la promoción comercial de las empresas del sector público y apoyar el crecimiento de empresas nacionales productoras de artículos esenciales para el consumo familiar". (Pensamiento político.- Los medios de comunicación).

En el presente manual se consigna información relativa a la base legal de su funcionamiento así como sus atribuciones y objeto: por último se presenta un directorio de los funcionarios que la integran y un catálogo con la firma de cada uno de ellos.

ANTECEDENTES

La red nacional de microondas tiene su origen en 1968, con motivo de la transmisión a nivel nacional - de los XIX Juegos Olímpicos en la Ciudad de México, y a raíz de este evento se amplían y reacondicionan en esta ciudad las instalaciones de la Dirección General de Telecomunicaciones, para acomodar las centrales de transmisión -- telegráfica, Telex y la estación terminal de microondas, en la forma que actualmente se encuentran, conformándose la central de telecomunicaciones. Se cuenta además con - la estación de radio eléctricas: verificar su contenido y aspecto legales de las mismas, con el fin de lograr una utilización mas eficaz del aspecto de frecuencias radio - eléctricas.

El primero de Junio de 1983, la Central de Comunicaciones en Villahermosa se integra a la red nacional de estaciones terrenas, al iniciarse la recepción y - entrega a los usuarios de la señal de televisión vía satélite (análisis estatal-comunicaciones y turismo).

El 29 de agosto de 1983 fue constituida por -- acuerdo del C. Gobernador, Lic. Enrique González Pedrero, la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco, la cual obtuvo de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, la concesión para operar un canal de televisión y una radio-difusora en la ciudad de Villahermosa, asignándole las siglas XHSTA-TV Canal 7 y XHTVA Radio Tabasco, las que iniciaron sus transmisiones el 5 de septiembre de 1983.

BASE LEGAL

PRINCIPALES ORDENAMIENTOS:

LEGISLACION

- Ley Federal de Radio y Televisión
Artículo 50.- Fracción I-IV.
D.O. 19-I-60
- Ley Orgánica de la Administración Pública del Estado de Tabasco.

REGLAMENTOS

- Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión y de la Industria Cinematográfica relativo al contenido de las transmisiones en Radio y Televisión.
Artículo 20.-40.
D.O. 04-IV-73

- Reglamento de la Ley del Instituto Mexicano del Comercio Exterior en lo relativo a las importaciones del sector público.
D.O. 11-III-75
- Reglamento de Programación y Promoción de CORAT
- Reglamento de Administración de CORAT
- Reglamento de Producción de CORAT

ACUERDOS

- Acuerdo por el que se constituye una Comisión Intersecretarial para utilizar el tiempo de transmisión de que dispone el Estado, en las radiodifusoras comerciales, oficiales y culturales.
ARTICULO 1-4
D.O. 21-VI-69.
- Acuerdo que dispone que la Dirección General de Telecomunicaciones es la única dependencia facultada

para establecer cadenas o enlaces de televisión ---
dentro del territorio nacional.

Artículo 1-5

D.O. 06-XII-76

- Acuerdo que crea la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco como organismo desconcentrado del Gobierno del Estado.

D.O. 29-VIII-83

ATRIBUCIONES Y OBJETO

1. Instalar y operar las estaciones de Radio y Televisión cuyas frecuencias se otorguen al Gobierno del Estado.
2. Manejar los recursos financieros, humanos y materiales ajustándose a las disposiciones vigentes para la administración pública del Estado y el acuerdo de creación de CORAT.
3. Incrementar el conocimiento de los problemas, historia, geografía, economía y costumbres de la nación y de sus Estados, a fin de fortalecer la conciencia y la solidaridad nacional.
4. Participar en los planes y campañas de comunicación social que se emprenden a nivel nacional.

5. Integrarse al sistema nacional de educación por Radio y Televisión.
6. Ampliar el horizonte científico, tecnológico, histórico, artístico y cultural mediante la presentación de sus mejores manifestaciones universales.
7. Realizar campañas permanentes que tengan por objeto inculcar valores, estimular actitudes y provocar y reforzar comportamientos de interés general, para el desarrollo sano de la sociedad; así como divulgar los avances del sector público en la solución de los problemas.

ESTRUCTURA ORGANICA

- 1.0 VOCALIA EJECUTIVA
 - 1.0.1 UNIDAD DE RELACIONES PUBLICAS
- 2.0 DIRECCION TECNICA
 - 2.0.1 DEPARTAMENTO DE MANTENIMIENTO
 - 2.0.2 DEPARTAMENTO DE OPERACIONES
 - 2.0.3 DEPARTAMENTO DE EVENTOS ESPECIALES
 - 2.0.4 DEPARTAMENTO DE TRANSMISION
- 3.0 DIRECCION DE PRODUCCION
 - 3.0.1 DEPARTAMENTO DE PRODUCTORES
- 4.0 DIRECCION DE NOTICIAS
 - 4.0.1 DEPARTAMENTO DE INFORMACION
 - 4.0.2 DEPARTAMENTO DE REDACCION
- 5.0 DIRECCION DE PROGRAMACION Y PROMOCION
 - 5.0.1 DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION
 - 5.0.2 DEPARTAMENTO DE PROMOCION
- 6.0 DIRECCION DE RADIO
 - 6.0.1 DEPARTAMENTO DE PROGRAMACION
 - 6.0.2 DEPARTAMENTO DE LOCUTORES

- 7.0 DIRECCION DE ADMINISTRACION
- 7.0.1 DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD
- 7.0.2 DEPARTAMENTO DE ANALISIS Y EVALUACION
- 7.0.3 DEPARTAMENTO DE SERVICIOS GENERALES
- 7.0.4 DEPARTAMENTO DE SUMINISTROS

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO

ORGANIGRAMA

VOCALIA EJECUTIVA

SECRETARIO PARTICULAR

DIRECCION DE RADIO	DIRECCION DE PROGRAMACION Y PROMOCION	DIRECCION TECNICA	DIRECCION DE ADMINISTRACION	DIRECCION DE NOTICIAS	DIRECCION DE PRODUCCION
	DEPTO. DE PROGRAMACION	DEPTO. DE OPERACIONES	DEPTO. DE CONTABILIDAD	DEPTO. DE INFORMACION	
	DEPTO. DE PROMOCION	DEPTO. DE ESPECIALES	DEPTO. DE PROGRAMACION Y CONTROL	DEPTO. DE REDACCION	
		DEPTO. DE TRANSMISIONES	DEPTO. DE COMPRAS	DEPTO. DE CORRESPONSALES	
		DEPTO. DE MANTENIMIENTO	DEPTO. DE REC. HUMANOS		
			DEPTO. DE SERVICIOS GENERALES		

F U N C I O N E S

VOCALIA EJECUTIVA

1. Cumplir y hacer cumplir las disposiciones vigentes para la administración pública del Estado, así como el acuerdo de la creación de CORAT y los reglamentos y manuales administrativos que como organismo desconcentrado le correspondan.
2. Ejecutar las resoluciones y acuerdos de la Junta Directiva.
3. Convocar a la Junta Directiva y al Consejo Consultivo.
4. Someter a la aprobación de la Junta Directiva el Plan de Producción y Programación.
5. Proponer a la Junta Directiva el Presupuesto ---- Anual para su autorización.

6. Presentar al Consejo Consultivo el Programa Anual de Producción y Transmisión.
7. Celebrar los actos, contratos y convenios que ---- sean necesarios para el cumplimiento del objetivo de CORAT, con la aprobación de la Junta Directiva.
8. Convenir con las instituciones públicas y privadas, a nivel federal, estatal y municipal, la producción o transmisión de programas o de interés social, con la autorización de la Junta Directiva, promocionales.
9. Mantener las relaciones de coordinación con los -- organismos que concurren al logro de los objetivos de CORAT.
10. Presentar a la aprobación de la Junta Directiva -- los reglamentos y los manuales administrativos necesarios para el buen funcionamiento de CORAT.

11. Planear, dirigir y controlar las funciones de investigación, programación, transmisión, producción, - promoción y administración de la Comisión.
12. Informar anualmente, a la Junta Directiva del resultado de las actividades.
13. Las demás que señalen las leyes y reglamentos aplicables o disponga la Junta Directiva o el C. Gobernador del Estado.

DIRECCION TECNICA

1. En materia de televisión, mantener las transmisiones de acuerdo a los horarios y continuidad que señale la Dirección de Programación y Promoción.
2. En lo que corresponde al radio, mantener la señal al aire conforme a los horarios y a la continuidad que establezca la Dirección de Radio.

3. Mantener la coordinación técnica necesaria entre -
CORAT y la Secretaría de Comunicaciones y Transpor-
tes.
4. Vigilar que las transmisiones conserven la máxima
calidad de imagen y sonido en todas las zonas que
comprenda la cobertura.
5. Informar a la Vocalía Ejecutiva sobre las fallas -
técnicas en que incurra durante las transmisiones,
así como las que se susciten en los transmisores o
en la red de repetidoras.
6. Informar a la Dirección Administrativa sobre la --
utilización del equipo técnico en las grabaciones,
así como los incidentes, fallas, demoras, etc.
7. Proponer a la Dirección Administrativa la adquisi-
ción de refacciones y de equipo adicional necesa--
rio para la conservación y mejoramiento del equipo
técnico.

8. Realizar la reparación y mantenimiento del equipo técnico, de transporte, de los transmisores y de las repetidoras instaladas por CORAT.
9. Promover la formación y capacitación del personal técnico.

DIRECCION DE PRODUCCION

1. Formular el Plan General de Producción de Programas y spots de televisión conforme a los objetivos de CORAT y en consideración a las áreas de la acción gubernamental, a nivel federal, estatal y municipal, en las cuales la televisión puede ser utilizada como factor activador y reforzante.
2. Autorizar la producción de los programas y spots de acuerdo al plan general, a los presupuestos y la capacidad técnica disponible.
3. Solicitar a las autoridades y a los particulares, los permisos necesarios para la realización en exteriores de programas y spots.

4. Realizar la escenografía y proporcionar el vestuario, la utilería, el maquillaje y los servicios en general que requiera la producción de los programas y spots.
5. Supervisar la realización, de modo que los productores se ajusten a los tiempos, equipos, personal y recursos asignados en el Plan General de Producción.
6. Velar porque la producción de programas se efectúe conforme a los métodos de trabajos más adecuados y económicos.
7. Autorizar por excepción, modificaciones a los tiempos y recursos asignados para la producción de programas y spots de televisión.
8. Informar a la Dirección Administrativa sobre la utilización del equipo técnico en las grabaciones, así como los incidentes, fallas, demoras, etc.

9. Vigilar que la calidad de los programas producidos se mantenga en el máximo nivel posible.
10. Verificar el tiempo de duración de los programas, cápsulas, spots y similares.
11. Ajustar el Plan General de Producción de Programas de Televisión, a la práctica y experiencia obtenida durante las grabaciones.
12. Dirigir los proyectos de producción de nuevos programas.
13. Promover la capacitación y formación del personal de producción.

DIRECCION DE NOTICIAS

1. Producir la barra noticiosa de radio y televisión según los formatos y presupuestos autorizados.

2. Velar porque el contenido de la información se --- ajuste a las políticas establecidas respecto a la orientación, jerarquía, equilibrio y extensión de la noticia.
3. Vigilar que la transmisión de la barra noticiosa - en radio y televisión se realice de acuerdo con -- los horarios y continuidad aprobados.
4. Mantener la coordinación necesaria con las oficinas informativas del Gobierno Estatal, Municipal y de las Delegaciones Federales que operan en el Estado.
5. Evaluar, diariamente, el contenido de la barra noticiosa en cuanto a su oportunidad, precisión, atractivo y valor para el auditorio.
6. Corregir, diariamente, las fallas de producción, - técnicas de lenguaje, etc., que se susciten durante la transmisión de la barra noticiosa.

7. Comparar, diariamente, los programas noticiosos de radio y televisión que se generen en la entidad, a efecto de aprovechar experiencias y valorar la función informativa de CORAT.
8. Comparar, diariamente, la información publicada en la prensa local y nacional sobre el Estado, a fin de detectar fallas u omisiones de notas relevantes.

DIRECCION DE PROGRAMACION Y PROMOCION

1. Investigar las características del auditorio a efecto de ajustar el contenido de la programación a sus necesidades, gusto, hábitos y capacidades.
2. En materia de televisión, formular la programación mensual, elaborar la continuidad correspondiente y supervisar que las transmisiones se realicen según la misma.
3. Llevar las relaciones de coordinación con las televisoras que firmen convenios de intercambio con la

Comisión y con las instituciones que realicen actos y campañas susceptibles de ser transmitidos.

4. Verificar la disponibilidad del material de televisión que será transmitido con una anticipación no menor a una semana a la fecha de su salida al aire.
5. Preparar el material publicitario para la promoción de los programas en otros medios masivos, en la propia pantalla y estación de radio, o por cualquier otra vía, en coordinación con los productores responsables de cada programa.
6. Hacer del conocimiento del público la programación de CORAT por otros medios tales como ferias, exposiciones, entrevistas, etc.
7. Mantener relación constante con las asociaciones campesinas, obreras y populares para promover la captación del auditorio.

8. Proponer sistemas de participación y estímulos a los televidentes y radioescucha.
9. Efectuar sondeos constantes sobre el auditorio captado por la programación y sobre la calidad de la señal que llega a las poblaciones que comprende la cobertura.
10. Monitorear las estaciones de radio y televisión de mayor cobertura en la entidad para proponer las -- correcciones necesarias a la programación propia.
11. Evaluar el resultado de las emisiones con el fin de hacer ajustes y lograr el rendimiento máximo de la programación.

DIRECCION DE RADIO

1. Formular la programación de radio con un mes de -- anticipación, así como la continuidad correspon--- diente.

2. Producir los programas y spots, de acuerdo con el plan de programación y los presupuestos aprobados.
3. Autorizar los horarios de trabajo del personal de locución.
4. Mantener el contenido de la programación y de la producción dentro de los lineamientos establecidos por la Junta Directiva.
5. Proponer la transmisión en vivo o grabada de los actos cívicos o culturales que tengan lugar en la entidad.
6. Solicitar a la Dirección Técnica los servicios extraordinarios que requiera para la transmisión o grabación de programas.
7. Verificar la disponibilidad del material que será transmitido con una anticipación no menor a una semana a la fecha de su salida al aire.

8. Vigilar la transmisión de los programas y spots -- conforme a los horarios y continuidad autorizados.
9. Informar a la Dirección Técnica de las fallas del equipo a su cargo.
10. Conservar los cassettes, cintas, discos y demás -- material radiofónico utilizado en la producción o en la transmisión de programas, y ponerlos a dispo sición de los productores que lo soliciten.
11. Llevar las relaciones de coordinación con las radio emisoras que firmen convenios de intercambio con - la Comisión y con las instituciones que realicen ac tos y campañas susceptibles de ser transmitidos.

DIRECCION DE ADMINISTRACION

1. Planear, dirigir y controlar el manejo de los re-- cursos financieros, técnicos y humanos, a efecto - de conseguir su mejor aprovechamiento.

2. Formular el proyecto de presupuesto anual y tramitar el otorgamiento de las ministraciones correspondientes al presupuesto anual autorizado.
3. Manejar los recursos financieros de acuerdo a los presupuestos y programas autorizados, e informar mensualmente de su manejo a la Vocalía Ejecutiva.
4. Tramitar la contratación, remuneración y capacitación del personal al servicio de CORAT, así como atender las relaciones laborales y supervisar las prestaciones sociales correspondientes.
5. Adquirir, almacenar y distribuir los materiales y equipos de acuerdo a los programas aprobados.
6. Tramitar los pagos correspondientes a los servicios contratados y bienes adquiridos.
7. Conservar los cassettes, cintas, películas, equipo, escenografía, utilería, etc., utilizado en la producción y transmisión de televisión.

8. Mantener un stock mínimo de cassettes suficientes para la producción de 15 días, conforme al plan -- de producción vigentes y las normas que, conforme al mismo, se establezcan para la adquisición, borrado y conservación de cassettes.
9. Vigilar que el equipo y materiales de producción - de radio y televisión, así como las unidades de -- transporte se utilicen de la manera más adecuada de acuerdo con los planes de trabajo autorizados a -- efecto de evitar desperdicios, pérdidas y su uso - para fines personales.
10. Proponer medidas correctivas para mantener la mayor eficacia de las tareas y la disciplina en el tra-- bajo.
11. Proporcionar servicios de archivo, correspondencia, limpieza y vigilancia de las instalaciones.
12. Realizar las obras de mantenimiento que requiera el buen uso de las instalaciones.
13. Conservar las instalaciones de acuerdo a las normas mínimas de seguridad.

VII. CENSO RADIOFONICO Y TELEVISIVO
DEL ESTADO DE TABASCO

R A D I O */

1. CANAL TROPICAL XEJAC
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1,110; 1000 W
3. CONCESIONARIO
SR. ARMANDO CALDERON LARA
ENTREVISTADA:
SRITA. SILVIA COLORADO MORALES
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
FEBRERO DE 1969
5. DOMICILIO
L. ADRIANO Y R. RUIZ ROJAS
CARDENAS, TAB.
TEL. 2-02-12
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
ORGANIZACION IMPULSORA DE RADIO (O I R)

*/ Se presentan aquí las respuestas dadas al cuestionario hecho para los propósitos del Censo Radio y Televisión del Estado de Tabasco; dicho cuestionario se encuentra en la Introducción, página 8; aquellos puntos a los que no se respondió se omitieron en este reporte; por lo cual, en ocasiones aparecen saltos en la numeración de cada estación censada.

7. COBERTURA (KILOMETROS)
90 KMS.

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
6:00 A 18:00 HORAS
12 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION
 - 9.1 NACIONAL TROPICAL
1 HORA DE BALADAS
(11:00 A 12:00 HORAS)
 - 9.2 NOTICIOSO 30 MIN. DE NOTICIAS
(4:00 A 4:30)
 - 9.3 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTAD^O
DO) Y MUNICIPIO.

10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
6 EMPLEADOS
1 GERENTE

11. TARIFAS
30 SEG. = \$ 90.00 (1985)

1. RADIO CHONTALPA XEVX
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
570; 1,000
3. CONCESIONARIO
SR. JOSE S. DAGDUG JAHIRALA
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
11 DE ABRIL DE 1959
5. DOMICILIO
MORELOS No. 311
COMALCALCO, TAB.
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIO VENTAS DE PROVINCIA, S.A.
7. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
5:55 A 22:00 HRS.
16 HORAS DE TRASMISION

8. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

- 8.1 NACIONAL BALADAS
RANCHERAS
NORTEÑAS
OTROS
- 8.2 NOTICIEROS 13:30 - 14:00
(6:30 - 7:00
12:30 - 13:00 NOT. DEPORTIVO
- 8.3 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MENSAJES DEL
GOBIERNO DEL ESTADO)

10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

8 EMPLEADOS

1 GERENTE

11. TARIFAS

20 SEG. = \$ 200.00 (1985)

30 SEG. = \$ 250.00

1. RADIO FUTURAMA XEZQ
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1520 1,000
3. CONCESIONARIO
SR. CARLOS ZERECERO DIAZ
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
26 DE OCTUBRE DE 1970
5. DOMICILIO
ALLENDE No. 17
HUIMANGUILLO, TAB.
TEL. 5-00-45
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE LA TELEVISION
(C I R T)
7. COBERTURA (KILOMETROS)
70 KMS.
7.1 REGIONAL

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)

6:00 A 19:00 HRS.

13 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL NACIONAL
TROPICAL

9.2 NOTICIOSO 15 MIN. (13:45)

9.3 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN
JES DEL GOBIERNO DEL ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO

IMPORTADO (COLLINS)

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

5 EMPLEADOS

1 FUNCIONARIO

1. LA CONSENTIDA XERTM - AM
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1150 MHZ 1,000 W
3. CONCESIONARIO
SR. JUAN ANTONIO CALDERON
GERENTE SR. MELCHOR HUERTA
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
1963
5. DOMICILIO
M. OCAMPO 410 ALTOS
MACUSPANA, TAB.
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
CAMARA NACIONAL DE LA INDUSTRIA DE RADIO Y TELEVISION
7. COBERTURA (KILOMETROS)
70 KMS.

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
6:00 A 20:00 HRS.
14 HORAS DE TRASMISION
9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION
- | | | |
|-----|----------------------|--|
| 9.1 | NACIONAL | RANCHERA, NORTEÑA |
| 9.2 | DRAMATICO | 1 TELENOVELA |
| 9.3 | EDUCATIVO O CULTURAL | CAPSULAS CULTURALES SOBRE -- ZONAS ARQUEOLOGICAS, PROGRAMA MATUTINO AGROPECUARIO Y -- PROGRAMA DE AFICIONADOS EN -- VIVO |
| 9.4 | OTROS | (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MENSAJES DEL GOBIERNO DEL ESTADO) |
10. CLASE DE EQUIPO
C C I (IMPORTADO)
11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
7 TOTAL
12. TARIFAS
200 a 250 PESOS (1985)
20 SEGUNDOS

1. VOZ DEL USUMACINTA, S.A. XEZX
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
860; 1,000 W
3. CONCESIONARIO
DUENO
ARTURO RICARDEZ BARRIENTOS
ADMINISTRADOR: LIC. ANTONIO NAZAR BOLIVAR
GTE. ADMON.: SRA. CORONA
GTE. GRAL.: SRITA. CARMEN RAMIREZ PEREZ
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
9 DE MARZO DE 1964
5. DOMICILIO
CALLE 28 No. 117 BIS ALTOS
TENOSIQUE, TAB.
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
7. COBERTURA (KILOMETROS)
70 KMS.
7.1 REGIONAL (CAMPECHE, CHIAPAS Y TABASCO)

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)

6:00 A 20:00 HRS.

14 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL

BALADAS
RANCHERAS
ROMANTICAS
TROPICAL

9.2 DRAMATICO

RADIO NOVELA
10:00 A 10:30

9.3 NOTICIOSO

8:00 A 9:00 A.M.

9.4 EDUCATIVO O
CULTURALRELOJ MUSICAL (INFANTIL)
6:45 A 7:45

9.5 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA,
MENSAJES DEL GOBIERNO DEL
ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO

ESPARTA (IMPORTADO)

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

8 SINDICALIZADOS

1 DE CONFIANZA

12. TARIFAS

30 SEG. = \$ 250.00 + IVA (1985)

40 SEG. = 350.00 + IVA

1. RADIO 620 XEACM - AM
(LA SUPER ESTACION)
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
620 1,000 W
3. CONCESIONARIO
LIC. GERARDO GAUDIANO PERALTA
DIRECTOR GENERAL
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
12 DE DICIEMBRE DE 1965
5. DOMICILIO
SAENZ No. 217
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIO, S.A.
7. COBERTURA (KILOMETROS)
150 KMS.
7.2 ESTATAL Y PARTE DE VERACRUZ, CHIAPAS Y
CAMPECHE

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)

DE 6:00 A 24:00 HRS.

18 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL

NACIONAL

BALADAS

TROPICAL

INTERNACIONAL

BALADAS

9.2 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN-
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO

IMPORTADO

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

14 EMPLEADOS

1 FUNCIONARIO

12. TARIFAS

10 SEG.	= \$	195.00	(1985)
20 SEG.	=	240.00	
30 SEG.	=	270.00	
40 SEG.	=	315.00	
50 SEG.	=	345.00	
60 SEG.	=	375.00	

1. NOMBRE DE LA EMISORA Y SIGLAS
RADIO SENSACION (XEKV) AM
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
740; 1000 W
3. CONCESIONARIO
SR. ENRIQUE LODOZA GOMEZ
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
22 DE MARZO DE 1971
5. DOMICILIO
JUAN ALVAREZ No. 301
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIORAMA, DE MEXICO
7. COBERTURA (KILOMETROS)
100 KMS.

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
24 HORAS DEL DIA

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION
 - 9.1 MUSICAL
 - NACIONAL
BALADAS
 - INTERNACIONAL
BALADAS
INSTRUMENTAL
 - 9.2 NOTICIOSO
 - NOTICIAS EN DIFERENTES HORARIOS
 - 9.3 OTROS
 - (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN--
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO
IMPORTADO

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
10 TOTAL

12. TARIFAS
\$ 10.00 POR SEGUNDO (1985)

1. LA VOZ DE TABASCO (XETAB) A.M.
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1,410 5,000 W
3. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
15 DE JUNIO DE 1955
4. DOMICILIO
PASEO USUMACINTA Y AYUNTAMIENTO
COL. AGUILA
5. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIO PROGRAMAS DE MEXICO
6. COBERTURA (KILOMETROS)
100 KMS. DE RADIO
6.1 NUMERO DE RADIOHOGARES ALCANZADOS (O RADIO-
ESCUCHAS) 3.5 DEL AUDITORIO TOTAL
7. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
DE 6:00 A 22:00 HRS.
16 HORAS DE TRASMISION

8. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION**8.1 MUSICAL**

NACIONAL
BALADAS
TROPICALES
INTERNACIONAL
MODERNAS
INSTRUMENTAL
OTRAS

8.2 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA, -
MENSAJES DEL GOBIERNO DEL
ESTADO)

9. CLASE DE EQUIPO

IMPORTADO

10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

7 EMPLEADOS

1 FUNCIONARIO

11. TARIFAS

30 SEGUNDOS = \$ 290.00 (1985)

1. RADIO TABASCO, S.A. (XEVA) A.M.
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
790; 5000
3. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
30 DE ABRIL DE 1960
4. DOMICILIO
PASEO USUMACINTA ESQ. AYUNTAMIENTO
COL. AGUILA
5. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIO PROGRAMAS DE MEXICO
6. COBERTURA (KILOMETROS)
300 KMS. A LA REDONDA, TODO EL ESTADO, PARTE DE
CAMPECHE, CHIAPAS Y VERACRUZ
7. NUMERO DE RADIOHOGARES ALCANZADOS (O RADIOESCUCHAS)
15.3 % SOBRE EL AUDITORIO

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)

DE 5:00 A 24:00 HORAS

19 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL

NACIONAL
BALADAS
NORTENAS
TROPICALES

9.2 DRAMATICO

RADIO NOVELAS

9.3 NOTICIOSO

(NOTICIAS EN DIFERENTES ---
HORARIOS)

9.4 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MENSA-
JES DEL GOBIERNO DEL ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO

EQUIPO ELECTRONICO (IMPORTADO DE U.S.A.)

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

22 EMPLEADOS

1 FUNCIONARIO

12. TARIFAS

30 SEGUNDOS = \$ 500.00 (1985)

1. FORMULA MELODICA XHOP-FM
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
96.5 60,000 w
3. CONCESIONARIO
SR. SALVADOR GARCIA DE LOS SANTOS
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
29 DE AGOSTO DE 1979
5. DOMICILIO
AV. GREGORIO MENDEZ NO. 1504
VILLAHERMOSA, TAB.
6. COBERTURA (KILOMETROS)
250 KMS.
6.1 ESTATAL PARTE DE VERACRUZ, CAMPECHE
Y CHIAPAS, TODO TABASCO.

7. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
24 HORAS DEL DIA

8. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION
 - 8.1 MUSICAL NACIONAL
BALADAS
 - 8.2 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN-
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTADO)

9. CLASE DE EQUIPO
CONTINENTAL ELECTRONIC
PROFESIONAL

10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
8 EMPLEADOS

11. TARIFAS
\$ 15.00 POR SEGUNDO (1985)

1. FM TABASCO XHVB
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
97.3; 30,000 W
3. CONCESIONARIO
GERENTE: WILIBALDO HUESCA ALVAREZ
F M DE TABASCO XHVB
DUEÑO DEL NUCLEO: SR. AMIN SIMAN
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
15 DE FEBRERO DE 1980
5. DOMICILIO
JOSE MARTI 101-107
FRACC. LIDIA ESTHER
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
RADIO NUCLEO T G
TUXTLA GUTIERREZ, CHIAPAS

7. COBERTURA (KILOMETROS)
 - 100 KMS.
 - 7.1 ESTATAL PARTE DE CHIAPAS, VERACRUZ Y
 CAMPECHE
 - 7.2 NUMERO DE RADIOHOGARES ALCANZADOS (O RADIO-
 ESCUCHAS)

8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
 - DE 6:00 A 24:00
 - 18 HORAS DE TRASMISION

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION
 - 9.1 MUSICAL NACIONAL
 BALADAS

 INTERNACIONAL
 MODERNA (DISCO)
 INSTRUMENTAL
 BALADAS
 - 9.2 NOTICIOSO DOS NOTICIEROS
 - 9.3 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, ---
 MENSAJES DEL GOBIERNO DEL --
 ESTADO)

10. CLASE DE EQUIPO
 - HARRIS (IMPORTADO U.S.A.)

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

4 EMPLEADOS

2 FUNCIONARIOS

12. TARIFAS

20 SEG.= \$ 200.00 (1985)

30 SEG.= 300.00

13. OBSERVACIONES FINALES

PARA NOTICIEROS SE CUENTA CON UNA REPETIDORA EN -
PICHUCALCO, CHIAPAS

1. XEZX A.M.
CALLE 28 No. 117 BIS
TENOSIQUE, TAB.
TEL. 2-00-83

2. XEACM A.M.
OCAMPO No. 36
MACUSPANA, TAB.
TEL. 2-01-44

3. XEZQ A.M.
ALLENDE No. 17
HUIMANGUILLO, TAB.
TEL. 5-00-45

4. XEJAC A.M.
L. ADRIANO Y MERCADO
CARDENAS, TAB.
TEL. 2-02-12
5. XEYX A.M.
MORELOS No. 311
COMALCALCO, TAB.
6. RADIO CHONTAL A.M.
DOMICILIO CONOCIDO
NACAJUCA, TAB.

1. RADIO TABASCO XHTVA - FM
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
94.9 MHZ 5,000 W
3. CONCESIONARIO
GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
5 DE SEPTIEMBRE DE 1983
5. DOMICILIO
PROL. 27 DE FEBRERO S/N
TABASCO 2000
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE (DE RADIODIFUSORAS)
COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO
7. COBERTURA (KILOMETROS)
TODO EL ESTADO CON RED DE 6 REPETIDORAS
8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
19 HRS. 6 A.M. A 1 A.M.

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL

NACIONAL
BALADASINTERNACIONAL
CLASICA
TROPICAL
INSTRUMENTAL

9.2 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTA-
DO)

10. CLASE DE EQUIPO

SEMI-PROFESIONAL Y PROFESIONAL

11. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)

20 TOTAL

12. OBSERVACIONES FINALES

REPETIDORAS

MACUSPANA	XHTVH-FM	94.9 MHZ	5000 W
FRONTERA	XHFRO-FM	99.3 MHZ	1000 W
COMALCALCO	XHMAL-FM	107.1 MHZ	1000 W
E. ZAPATA	XHEZA-FM	102.9 MHZ	1000 W
LA VENTA	XHVEN-FM	104.5 MHZ	1000 W
CARDENAS	XHCAR-FM	105.9 MHZ	1000 W

1. LA NUEVA ESTACION XETVA AM
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1230 KHZ 1000 W
3. CONCESIONARIO
GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
5 DE SEPTIEMBRE DE 1983
5. DOMICILIO
SALIDA CARRETERA VILLAHERMOSA-CARDENAS
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE
COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO
7. COBERTURA (KILOMETROS)
TODO EL ESTADO CON TRES REPETIDORAS
8. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
20 HORAS 5 AM - 1 AM

9. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

9.1 MUSICAL

NACIONAL
REGIONALES
BALADAS
TROPICALES

INTERNACIONAL
INSTRUMENTAL

9.2 EDUCATIVO O CULTURAL

-POPULAR

9.3 OTROS

(PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN
SAJES DEL GOBIERNO DEL ESTA-
DO)

10. CLASE DE EQUIPO
SEMI-PROFESIONAL11. PERSONAL
2012. OBSERVACIONES FINALES
REPETIDORAS

CUNDUACAN	XECAN-AM	1050 KHZ	5000 W
MACUSPANA	XECUS-AM	1020 KHZ	1000 W
TENOSIQUE	XETQE-AM	1120 KHZ	1000 W

1. RADIO CHONTAL
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
1440 K 500 W
3. CONCESIONARIO
INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
1981
5. DOMICILIO
DOMICILIO CONOCIDO
NACAJUCA, TAB.
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE
SECTOR PUBLICO
7. HORA DE TRASMISION (Y HORARIO)
6:00 A 19:00 HORAS
13 HORAS DE TRASMISION

8. CARACTERISTICAS DE LA PROGRAMACION

8.1 MUSICAL NACIONAL
REGIONAL
RANCHERAS

8.2 OTROS (PUBLICIDAD, PROPAGANDA, MEN-
SAJES DEL GOBIERNO DEL ÉSTA-
DO)

10. PERSONAL

11 TOTAL

TELEVISION

1. TELEVISION DE TABASCO XHLL-TV
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
CANAL 13, 100,000 W
3. CONCESIONARIO
TELEVISION DE TABASCO
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO.
12 DE OCTUBRE DE 1968
5. DOMICILIO
PASEO USUMACINTA Y AYUNTAMIENTO, COL. AGUILA
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE
TELEVISA (REPETIDORA DEL CANAL 2)
7. COBERTURA (KILOMETROS)
100 KMS. A LA REDONDA

8. HORAS DE TRASMISION
DE DOMINGO A VIERNES 7:00 A.M. A 1 DE LA MADRUGADA
DE VIERNES A DOMINGO CORRIDO
9. CLASE DE EQUIPO
IMPORTADO
10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
4 EMPLEADOS
1 FUNCIONARIO
11. TARIFAS
NO SE CONTRATA PUBLICIDAD O PROPAGANDA LOCAL

1. REFLEJO DE TABASCO XHSTA-TV
2. FRECUENCIA Y POTENCIA
CANAL 7; 10,000
3. CONCESIONARIO
GOBIERNO DEL ESTADO DE TABASCO
4. FECHA DE ESTABLECIMIENTO
CORAT, 29 DE AGOSTO DE 1983
CANAL 7 5 DE SEPTIEMBRE DE 1983
5. DOMICILIO
MUNICIPIO LIBRE No. 7, CENTRO DE CONVENCIONES
TABASCO 2000
6. AGRUPACION A LA QUE PERTENECE
COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO
7. COBERTURA (KILOMETROS)
PERIMETRO DEL ESTADO, 6 REPETIDORAS (AL FINAL SE
DETALLAN LAS REPETIDORAS)
 - 7.1 NUMERO DE HOGARES ALCANZADOS
NO HAY ESTUDIOS

8. HORAS DE TRASMISION
10 HORAS DIARIAS
14:00 A 24:00 HORAS

9. CLASE DE EQUIPO
SEMI-PROFESIONAL
CAMARAS: HITACHI 3 TUBOS
VIDEOS: 3/4 DE PULG. SONY

10. PERSONAL (PLAZA Y FUNCIONARIOS)
100 TOTAL

11. TARIFAS
NO COMERCIALIZAN

12. REPETIDORAS

VILLAHERMOSA	XHSTA-TV	CANAL 7	10.000 W (1985)
TEAPA	XHTEA-TV	CANAL 11	100.000 W
MACUSPANA	XHANA-TV	CANAL 11	1.000 W
TENOSIQUE	XHMET-TV	CANAL 10	1.000 W
LA VENTA	XHVET-TV	CANAL 13	1.000 W
FRONTERA	XHFRE-TV	CANAL 5	1.000 W
CARDENAS	XHCAR-TV	CANAL 6	1.000 W

C O R A T

DATOS GENERALES

1. Nombres de los directivos y puestos que ocupan
Anexo 1
2. Dirección y teléfonos de la televisora
Municipio Libre No. 7
Centro de Convenciones, Tabasco 2000
Villahermosa, Tabasco. Tel. 3-51-77

FORMA DE ORGANIZACION

3. Denominación formal de la televisora
Comisión de Radio y Televisión de Tabasco Canal 7
3.1 Fecha de inicio de transmisiones
Septiembre 5 de 1983
4. Ubicación institucional (pertenencia a otras dependencias)
Dependencia desconcentrada perteneciente al Sector Comunicaciones, Asentamientos y Obras Públicas, del Gobierno del Estado de Tabasco.

5. Políticas y propósitos generales de la dependencia

- I. Instalar y operar las estaciones de radio y televisión cuyas frecuencias se otorguen al Gobierno del Estado.
- II. Producir y transmitir programas que promuevan el desarrollo del Estado, que difundan su historia, sus manifestaciones artísticas y culturales y que estimulen la conciencia -- cívica de sus habitantes;
- III. Transmitir programas que fomenten la unidad nacional y divulguen los avances de la ciencia y la tecnología, así como las mejores expresiones del arte y la cultura universales;
- IV. Producir y transmitir programas en colaboración con estaciones educativas y culturales por medio de los convenios respectivos;
- V. Coordinar y convenir la transmisión en cadena con otras estaciones;

6. Organigrama y funciones

Véase el Apéndice Número VI, p 9.

INFRAESTRUCTURA Y CAPACIDAD TECNICA

7. Repetidoras (ver anexo 2)

8. Audiencia calculada (la total y parcial de cada -- punto de transmisión)
800,000 tabasqueños

9. Horarios de transmisión
T.V. de 14:00 Hrs., a 0:00 F.M. Radio - 6:00 hrs.
a 1:00 A.M.
Total 19 horas
A.M. 4:00 A.M. las 0:00 hrs.
Total 20 horas

10. Se tiene videoteca y cuenta con 150 videocasetes - con programas cívicos, culturales, sociales, econó micos y musicales.

11. Servicios y/o recursos técnicos que eventualmente la institución podría ofrecer a otros centros de - producción o medios de comunicación.
 - Unidad móvil
 - Switcher
 - Equipo portatil -3-
 - Estudio de grabación

12. Porcentaje de la programación producida en la ----
región.
Producción local 46 hrs.
13. Temas que aborda la programación producida en la -
región
Anexo 3
14. Hay posibilidades de intercambiar videotapes gra--
bados
15. Marcas de fábrica dominantes entre los equipos uti
lizados en la televisora.
Video Sony, Hitachi.
16. No se tiene equipo deteriorado u obsoleto.

RECURSOS HUMANOS

17. Personal de la televisora
 - Nivel técnico 90
 - Administrativo 40
 - De producción 42
 - De investigación --
 - Directivo 17

18. Principales limitaciones de la capacitación y --
formación de los recursos humanos
 - a) Limitación de tiempo, por la necesidad de la
producción diaria
 - b) Falta de personal que imparta capacitación.

19. Programas de capacitación en el trabajo.
Sobre producción. Se prevé hacerlo también en las
áreas de noticias y técnica.

20. Posibilidad de concertar con otras televisoras re-
gionales programas de capacitación.
Dirección de cámaras y operación de cámaras, mante-
nimiento preventivo y correctivo, presentación y -
locución para locutores.

21. Aspectos que las televisoras regionales pueden in-
tercambiar.
 1. La pauta de programación, contenido, objetivos
de programas y perfil de audiencia.
 2. Coproducción programas interestatales, tanto -
grabados como en vivo.
 3. Organización de un encuentro anual en donde, -
además de las conferencias y las mesas redon--
das se efectúe un festival de programas estata
les y se premien a los 3 primeros programas.

22. Estudios sobre el auditorio, o bien, sobre algunas otras cuestiones de utilidad para la televisora.

Encuestas para determinar la calidad de la señal - y sobre el gusto del auditorio.

23. Principales retos y obstáculos que las televisoras regionales enfrenten en la actualidad.

La falta de integración que trae aparejado el que se desconozca la producción, el equipo técnico, y el nivel alcanzado por el recurso humano de la -- región.

ANEXO 1

<u>NOMBRE</u>	<u>CARGO</u>
Lic. Pedro Jiménez León	Vocal Ejecutivo
Lic. Gerardo Huerta Mendoza	Director Administrativo
Lic. Pedro Jiménez Martínez	Director de Radio Tabasco
Lic. Manuel Cortés Cortés	Director de Programación
Sr. Arturo Ardura Palma	Director de Noticias
Ing. Bardomiano Hernández Embriz	Director de Producción
Ing. Alfredo Flores Félix	Director Técnico

ANEXO 2

1. VILLAHERMOSA, TAB.	XHSTA-TV	CANAL 7	10 KW
2. MACUSPANA, TAB.	XHANA-TV	CANAL 11	1 KW
3. TENOSIQUE, TAB.	XHMET-TV	CANAL 10	1 KW
4. TEAPA, TAB.	XHTEA-TV	CANAL 11	100 KW
5. FRONTERA, TAB.	XHFRE-TV	CANAL 5	100 KW
6. CARDENAS, TAB.	XHART-TV	CANAL 6	1 KW
7. LA VENTA, TAB.	XHVET-TV	CANAL 13	1 KW

ANEXO 3

Noticias, foro estudiantil (secundaria), infantiles, ---
agropecuarios, economía familiar y popular, orientación -
para la salud, aspectos sociales y médicos de la mujer,
costumbres y tradiciones del Edo., desarrollo científi--
co y cultural de la Universidad Juárez Autónoma de Ta---
basco.