

870124

Universidad Autónoma de Guadalajara

INCORPORADA A LA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

ESCUELA DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



23
Ejemplar

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"FUNCION INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE RADIO
DE GUADALAJARA"

TESIS PROFESIONAL

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A

DOLORES DEL CARMEN GUTIERREZ ZURITA

GUADALAJARA, JAL.

MAYO 1990



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.

INDICE

	PAGS.
INTRODUCCION	1
CAPITULO I.- ¿QUE ES INFORMACION?	8
LEGISLACIÓN NACIONAL EN MATERIA DE INFORMACIÓN	14
CAPITULO II.- NATURALEZA DE LA RADIO	19
LA RADIO, UN MEDIO DE COMUNICACIÓN	20
LA RADIO DESDE VARIOS PUNTOS DE VISTA	21
CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA.	26
CAPITULO III.- SITUACION Y FUNCION ACTUAL DE LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADALAJARA.	32
CLASIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS DE RADIO.	33
BREVES APUNTES SOBRE EL PERIODISMO RADIOFÓNICO EN GUADALAJARA.	33
EN MATERIA DE RADIO INFORMATIVA...	40
ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS DE RADIO TRANSMITI- DOS ACTUALMENTE EN GUADALAJARA.	45
ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS LOCALES	47
CAPITULO IV.- FUNCION DE LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADALAJARA:	70
ANÁLISIS DE LA ENCUESTA	74
CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACIÓN	78
CONCLUSIONES CAPITULARES	80
GRÁFICAS	81
FIGURAS	89
BIBLIOGRAFÍA	91

INTRODUCCION

NI GUILLERMO MARCONI, NI FLEMING, NI DE FOREST, NI TÁRNAVA, PUDIERON IMAGINAR QUE SUS DESCUBRIMIENTOS E INVENCIÓNES EN MATERIA RADIOFÓNICA, LLEGARÍAN A CONVERTIRSE EN UNO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA CON MAYOR INFLUENCIA EN NUESTRA SOCIEDAD.

LA RADIODIFUSIÓN ES, UNO DE LOS SISTEMAS COMUNICATIVOS MÁS VERSÁTILES DE NUESTROS TIEMPOS. LA RADIO-COMO MÁS COMÚNMENTE SE LE MENCIONA- OFRECE UNA SERIE DE VENTAJAS INNEGABLES: ESTIMULA Y PERMITE EL USO DE LA IMAGINACIÓN POR PARTE DEL RADIOESCUCHA, EL COSTO DEL APARATO RADIORECEPTOR ES ACCESIBLE A TODAS LAS CLASES SOCIALES, SU SEÑAL PUEDE SER RECIBIDA MIENTRAS SE REALIZAN OTRAS ACTIVIDADES, EL TIEMPO DE EXPOSICIÓN A SUS MENSAJES PUEDE SER MUY PROLONGADO POR NO SER ABSORBENTE, OFRECE MUCHAS OPCIONES EN CANALES Y FRECUENCIAS Y, POR SI LO ANTERIOR SÓLO AL CANAL AUDITIVO, VENTAJA QUE LLEVA SOBRE LA TELEVISIÓN.

POR LAS RAZONES ANTES EXPUESTAS, LA RADIO NI HA DESAPARECIDO Y NI HA SIDO DESPLAZADA POR OTROS MEDIOS DE MÁS RECIENTE APARICIÓN. LA RADIO, COMO OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, HA LLEGADO DE FORMA COMPLEMENTARIA A CONFORMAR UN ABANICO DE POSIBILIDADES PARA LA SOCIEDAD MODERNA.

PROBABLEMENTE NINGUNA RAZÓN SEA TAN IMPORTANTE PARA DESTACAR A LA RADIO COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN, COMO EL -

HECHO DE TENER LA MÁXIMA AUDIENCIA SOCIAL. SI SUMÁSEMOS EL NÚMERO DE PERSONAS QUE EN UN DÍA NORMAL ESCUCHARON ALGUNA ESTACIÓN DE RADIO, OBTENDRÍAMOS UN NÚMERO SUPERIOR DE RECEPTORES QUE EN NINGÚN OTRO MEDIO, INCLUYENDO A LA TELEVISIÓN.

EN SU LARGO CAMINAR, CON LA EVOLUCIÓN Y AVANCES TECNOLÓGICOS DESDE EL INVENTO DE LA RADIOTELEGRAFÍA, EL SISTEMA DE RADIOFONÍA HA SIGNIFICADO UN EXCELENTE MEDIO PARA TRANSMITIR INFORMACIONES PERIODÍSTICAS, ADEMÁS DE LAS FUNCIONES COMERCIAL Y DE ENTRETENIMIENTO QUE ÉSTE DESEMPEÑA. EL INDIVIDUO INTERESADO EN OBTENER INFORMACIÓN RÁPIDA SOBRE LO QUE OCURRE EN SU COMUNIDAD INMEDIATA, EN SU PAÍS O EN EL MUNDO EN GENERAL, ENCUENTRA, HOY COMO AYER, LA OPORTUNIDAD DE SATISFACER SU INTERÉS A TRAVÉS DE LA RADIO.

EL CRECIMIENTO MISMO DE LA POBLACIÓN MUNDIAL LE HA DADO UN INCREMENTO IMPORTANTE AL NÚMERO DE RADIOESCUCHAS, AL TIEMPO QUE LA CANTIDAD DE ESTACIONES DE RADIO SIGUE EN AUMENTO, COMO CONSECUENCIA DEL MISMO FACTOR DEMOGRÁFICO.

EN NUESTRO PAÍS, CON CERCA DE 86 MILLONES DE HABITANTES, TAMBIÉN SE HA ELEVADO EL NÚMERO DE RECEPTORES DE LA RADIO. SEGÚN PRECISÓ EL ENTONCES SUB-SECRETARIO DE COMUNICACIONES Y TRANSPORTES, JAVIER JIMÉNEZ SPRUI, DURANTE EL PRIMER MERCADO LATINOAMERICANO Y DEL CARIBE DE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, DE LA POBLACIÓN MEXICANA "EL 70 POR CIENTO HABITA EN ZONAS URBANAS Y EL 30 POR CIENTO RESTANTE SE DISTRIBUYE EN ÁREAS

DISPERSAS, QUE DIFICULTAN LA COMUNICACIÓN Y EN DONDE 90 MIL LO CALIDADES DE MENOS DE 2 MIL HABITANTES TIENEN ACCESO LIMITADO A LA RADIO Y 20 POR CIENTO NO RECIBE AÚN SEÑALES DE TELEVISIÓN" (1).

TANTO LA RADIO COMO LA TELEVISIÓN, COMO MEDIOS INTEGRALES DE UNA SOCIEDAD, HAN LLEGADO A CONSTITUIR UN ÍNDICE DE MEDICIÓN DEL DESARROLLO ECONÓMICO Y SOCIAL DE LOS PUEBLOS.

UN EJEMPLO CLARO DE LO ANTES EXPUESTO SON LAS SIGUIENTES CIFRAS, REVELADAS POR LA MISMA FUENTE DURANTE LA INAUGURACIÓN DE "MEXICOM 86", QUE NOS PERMITE APRECIAR CLARAMENTE EL CRECIMIENTO DE LA RADIO EN NUESTRO PAÍS: "De 1921 A LA FECHA, LA RADIODIFUSIÓN MEXICANA HA VENIDO CRECIENDO A UN RITMO DE 7.0 POR CIENTO, TASA SUPERIOR AL CRECIMIENTO DE LA POBLACIÓN: EN TÉRMINOS DEL NÚMERO DE HABITANTES POR ESTACIÓN, SE ILUSTRAN CON CLARIDAD LO ANTERIOR CON LAS SIGUIENTES RELACIONES: EN 1921 HABÍA 1.2 MILLONES DE HABITANTES POR ESTACIÓN, 640 MIL EN 1940, 110 MIL EN 1960 Y CERCA DE 73 MIL EN LA ACTUALIDAD". (2)

ESTE DESARROLLO DE LA RADIO NO SÓLO EN NUESTRO PAÍS, SINO EN EL MUNDO EN GENERAL, HA HECHO QUE LA TECNOLOGÍA Y LA CIENCIA APOYEN EL EJERCICIO COMUNICATIVO CON ESTUDIOS GLOBALES, COMPUESTOS POR LOS ASPECTOS SOCIOLÓGICO, PSICOLÓGICO, POLÍTICO, CULTURAL Y ECONÓMICO, ENTRE OTROS, TODO LO CUAL PERMITIRÁ HACER UN USO MÁS RESPONSABLE DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA.

COMO RESULTADO DE LA ANTES EXPUESTO, EL ASPECTO INFORMATIVO COMO FUNCIÓN DE LA RADIO MERECE ESPECIAL ATENCIÓN, POR LA ESTRECHA RELACIÓN QUE ÉSTE GUARDA CON TEMAS TAN IMPORTANTES COMO LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y EL DERECHO A LA INFORMACIÓN.

EL PRINCIPAL OBJETIVO DE LA PRESENTE INVESTIGACIÓN ES PROFUNDIZAR EN EL CONOCIMIENTO DEL USO QUE EL RADIOESCUCHA HACE DE LOS NOTICIEROS DE RADIO, AGENTES INFORMATIVOS.

AÚN CUANDO EN CANTIDAD DE TIEMPO TOTAL LA BÚSQUEDA DE ENTRETENIMIENTO ES LA FINALIDAD MÁS FAVORECIDA POR LAS PERSONAS QUE ENCIENDEN SU RADIORECEPTOR, LA NECESIDAD DE SACIAR EL "HAMBRE INFORMATIVA", EL SABER QUÉ PASA "A MI ALREDEDOR", TIENE ESPECIAL TRASCENDENCIA, POR LOS EFECTOS SOCIALES QUE PUEDE PROVOCAR.

LA AMPLIA Y CONTINUA PROGRAMACIÓN, LA "COMPAÑÍA" PSICOLÓGICA QUE BRINDAN LOS LOCUTORES, LOS NOTICIEROS INFORMATIVOS Y LA PROMOCIÓN ARTÍSTICO-MUSICAL QUE POSEE LA RADIODIFUSIÓN LA COLOCAN COMO UNO DE LOS MEDIOS CON MAYOR PENETRACIÓN EN LOS HOGARES MEXICANOS. TODO LO ANTERIOR HA HECHO QUE SE PUEDA SEGUIR MENTAR LOS PÚBLICOS, SEGÚN LOS GUSTOS Y PREFERENCIAS DE QUIEN ESCOGE UNA ESTACIÓN PARA "HACERSE ACOMPAÑAR DE ELLA", OFICIENDO CON ESTO DIFERENTES MERCADOS PARA QUIENES UTILIZAN LA RADIO COMO MEDIO DE PROMOCIÓN COMERCIAL, UNA INDISCUTIBLE VENTAJA PUBLICITARIA.

ARREDONDO RAMÍREZ DESTACA EL FELIZ MOMENTO COMERCIAL POR EL QUE LA RADIO ATRAVIESA EN LA ACTUALIDAD: "EN EL - MARCADO SENTIDO COMERCIAL, LA RADIODIFUSIÓN IMPLICA QUE ÉSTA SE HA DESARROLLADO BAJO LA GUÍA EN UN CRITERIO FUNDAMENTAL: LA BÚSQUEDA Y PENETRACIÓN DE LOS MERCADOS MÁS ATRACTIVOS PARA QUIENES A ÚLTIMA INSTANCIA OPERAN COMO BASE FINANCIERA DE LA ACTIVIDAD COMUNICATIVA; ES DECIR, LOS ANUNCIANTES". (3)

ALGUNOS QUISIERAN QUE SE DETERMINARA CLARAMENTE QUÉ ES BASICAMENTE LA RADIO, ¿COMERCIAL?, ¿DE ENTRETENIMIENTO?, ¿ARTÍSTICA?, ¿INFORMATIVA?, COMO SI SÓLO LA CANTIDAD DE TIEMPO TOTAL PUDIERA RESPONDER AL CUESTIONAMIENTO. HABRÍA QUE CONTESTAR A ESTO CON UN CRITERIO MENOS CUANTITATIVO Y MÁS ORIGINAL, DICRIENDO QUE LA RADIO DA PARA TODO ESO Y QUE TODO ESTO ES LA RADIO, ES DECIR, UN MOSAICO DE CONTENIDOS MULTIFUNCIONALES.

RECITANDO OTRA VEZ A JIMÉNEZ SPRIU PARA PODER TENER UNA ESTADÍSTICA DE CÓMO SE UTILIZA EL TIEMPO EN RADIO: "MÁS DE DOS TERCERAS PARTES DEL TIEMPO DEDICADO A LA RADIO COMERCIAL ES DE ENTRETENIMIENTO, MIENTRAS QUE LA PUBLICIDAD OCUPA LA QUINTA PARTE DEL TIEMPO Y LOS PROGRAMAS EDUCATIVOS E INFORMATIVOS UTILIZAN SÓLO LA DÉCIMA PARTE DEL TIEMPO TOTAL DE PROGRAMACIÓN" (4)

COMO YA SE EXPUSO ANTERIORMENTE, NO TODO SE CENTRA EN EL ASPECTO COMERCIAL, YA QUE " A TRAVÉS DEL PERÍODO - 1970-82 SE PERCIBE UN INDUDABLE CRECIMIENTO DE LA RADIO NO CO-

MERCIAL, DENTRO DE LA CUAL SOBRESALEN LAS ESTACIONES DEPENDIENTES DE LAS INSTITUCIONES DE EDUCACIÓN SUPERIOR DEL PAÍS. ASÍ PUES, EL NÚMERO DE ESTACIONES DE RADIO CON FINES LUCRATIVOS CASI SE DUPLICA DURANTE LOS AÑOS SETENTA E INICIO DE LOS OCHENTA, DE TAL FORMA QUE MIENTRAS EN 1971 SE REGISTRARON 24 ESTACIONES DE RADIO CULTURALES EN EL PAÍS, PARA 1981 ALCANZARON LA CIFRA DE 47.

EN RELACIÓN CON LAS ESTACIONES VINCULADAS A INSTITUCIONES EDUCATIVAS, ÉSTAS VIENEN A CONFORMAR EL 40.9 POR CIENTO DE LAS RADIODIFUSORAS PERMISIONADAS DURANTE ESOS AÑOS" (5).

VALE LA PENA ACLARAR QUE LA EDUCACIÓN NO ES IGUAL A LA INFORMACIÓN Y QUE CUANDO SE HABLA DE ESTACIONES NO CULTURALES ESTO IMPLICA QUE NO SE TRANSMITA NINGÚN TIPO DE CONTENIDO EDUCATIVO Y MENOS QUE NO SE TRANSMITA INFORMACIÓN, EN NOTICIEROS POR EJEMPLO.

PARTICULARMENTE EN GUADALAJARA, SEGÚN EL X CENSO GENERAL DE POBLACIÓN 1980, SE ENCUENTRAN 43 DE LAS 62 ESTACIONES DE RADIO DEL ESTADO DE JALISCO -CERCA DEL 70 POR CIENTO, UN UNIVERSO QUE OFRECE VARIEDAD DE ENFOQUES Y CONTENIDOS EN LA PROGRAMACIÓN, DONDE DIFÍCILMENTE FALTARÁ LA INFORMACIÓN PERIODÍSTICA A TRAVÉS DE NOTICIEROS, TEMA CENTRAL DE ESTE ESTUDIO.

EL MÉTODO DE TRABAJO PARA LA INVESTIGACIÓN DEL TEMA "FUNCIÓN INFORMATIVA DE LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADA

LAJARA", HA ESTRIBADO EN LA BÚSQUEDA DOCUMENTAL, LAS ENTREVISTAS TESTIMONIALES Y, PARTICULARMENTE PARA EL ÚLTIMO CAPÍTULO, EN UNA ENCUESTA ENTRE LOS RADIOESCUCHAS TAPATÍOS.

VALE LA PENA REITERAR QUE MI INTERÉS NUNCA HA SIDO EL ESCLARECIMIENTO TEÓRICO DE LA EXPRESIÓN "INFORMACIÓN" SINO MÁS BIÉN EL ANÁLISIS PRÁCTICO DE LA FUNCIÓN INFORMATIVA- BIEN O MAL DESEMPEÑADA-, DE UNO DE LOS NOTICIEROS EN NUESTRA CIUDAD, POSEEDORA POR CIERTO, DE UNO DE LOS MAYORES NIVELES DE CALIDAD EN RADIO SEGÚN LOS CONOCEDORES DEL CAMPO.

SI HE TENIDO QUE CAER EN LA EXPLICACIÓN DE LA EXPRESIÓN "INFORMACIÓN", HA SIDO, INEVITABLEMENTE, POR EL HECHO DE QUE LA MATERIA PRIMA DE UN NOTICIERO, NO SOLAMENTE DE RADIO, ES LA INFORMACIÓN, MISMA QUE HE TRATADO DE ANALIZAR CON UN CRITERIO ÚTIL, PRÁCTICO, NO EPISTEMOLÓGICO, ES DECIR APLICABLE Y FUNCIONAL A LA REALIDAD.

CAPITULO I ¿QUE ES INFORMACION?

EL HABLA POPULAR -LA QUE FINALMENTE CENSURA LO QUE "SE VALE Y LO QUE NO", EN EL IDIOMA-NODISTINGUE CLARAMENTE LA PALABRA "INFORMACIÓN" DE OTRAS SIMILARES COMO LA COMUNICACIÓN, HOY TAN DE MODA. DE CUALQUIER MANERA, PARA EL ESTUDIOSO DEL PROCESO DE INTERCAMBIO DE MENSAJES, PARA EL COMUNICÓLOGO, EL NIVEL DEL HABLA COLOQUIAL NO ES SUFICIENTEMENTE EXACTO O CIENTÍFICO, AL IGUAL QUE NO AGRADA A UN NEUMÓLOGO EL OIR A LA GENTE LLAMAR INDISTINTAMENTE "GRIPA, CATARRO, O RESFRÍO" A PADECIMIENTOS QUE, TÉCNICAMENTE HABLANDO, NO SON LO MISMO.

EMPECEMOS POR DECIR QUE LAS EXPRESIONES LATINAS "COMMUNIS" (PONER EN COMÚN, COMULGAR) E "IN-FORMARE" (IN: DENTRO Y FORMARE: FORMA O CONOCIMIENTO), RAÍCES ETIMOLÓGICAS DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN, RESPECTIVAMENTE, NO DAN UNA PAUTA CLARA DE CÓMO DIFERENCIAR UNA PALABRA DE LA OTRA. ALGUIEN PUEDE, POR EJEMPLO, ADENTRAR AL CONOCIMIENTO DE ALGO A OTRA PERSONA (IN-FORMARE") Y, AL MISMO TIEMPO, PONER ESE CONOCIMIENTO EN COMÚN ("COMMUNIS"), TODO EN UN MISMO PROCESO.

EL CIUDADANO COMÚN USA LA PALABRA "COMUNICACIÓN" PARA DESCRIBIR UN NEXO, PUENTE, LAZO O CONTACTO, UNA UNIÓN EN TRES DOS PARTES. SIN EMBARGO, DE MANERA MÁS FORMAL Y EXACTA, CO MUNICACIÓN SIRVE PARA DESIGNAR UN PROCESO DE INTERCAMBIO DE MENSAJES, UN ACTO DE ENVIAR Y RECIBIR CONTENIDOS, CON LO QUE LA PREGUNTA OBLIGADA ES: SI LA INFORMACIÓN TAMBIÉN DESCRIBE EL EN VÍO Y RECEPCIÓN DE MENSAJES, ¿CUÁL ES LA RELACIÓN ENTRE AMBOS

TÉRMINOS?

COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN TIENEN ALGO EN COMÚN: LOS DOS SON PROCESOS DE ENVÍO DE MENSAJES. EL PUNTO A DISCUTIR ES SI ADEMÁS DE TENER ALGO EN COMÚN, TAMBIÉN TIENEN ALGUNA DIFERENCIA ENTRE ELLOS;

SIN QUERER LOGRAR UNA PROFUNDA TEORIZACIÓN EPISTEMOLÓGICA SOBRE LA RELACIÓN DE LAS DOS PALABRAS ANTES MENCIONADAS, SÍ DEBEMOS BUSCAR, CON LA IDEA DE QUE RESULTE ÚTIL, UN ENFOQUE QUE AYUDE A FORMALIZAR UNA DIFERENCIA. IMAGINEMOS LO QUE OCURRE EN EL INTERIOR DE UNA PERSONA QUE ESTÁ A PUNTO DE ENVIARLE UN MENSAJE A OTRA, SITUACIÓN QUE SE REPITE MILLONES DE VECES, DIARIAMENTE, EN TODO EL PLANETA, DESDE HACE MUCHOS CIENTOS DE AÑOS; ¿QUÉ PRETENDE LOGRAR ESTA PERSONA CON SU MENSAJE?, ¿CÓMO QUIERE QUE REACCIONE LA OTRA?, ¿BUSCA DECIR ALGO PARA QUE QUEDE ENTERADA, AVISADA, NOTIFICADA?, ¿SÓLO QUIERE ESO?, ¿ASPIRA AL LOGRO DE ALGO MÁS, COMO PERSUADIRLA, CONVENCERLA, AFECTARLA?

EULALIO FERRER, SOBRE EL PUNTO, COMENTA: "EN UN ACTO CELEBRADO EN PARÍS, EL 29 DE MAYO DE 1974...DEDICAMOS UN TRABAJO A DIFERENCIAR, PRECISAMENTE, LOS TÉRMINOS DE INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN, CUYA SINONIMIA, TAN GENERALIZADA POR ENTONCES, RECHAZÁBAMOS. PARA NOSOTROS LA DICOTOMÍA COMUNICACIÓN-INFORMACIÓN NO ERA AMBIVALENTE... QUE LA COMUNICACIÓN CONTenga INFORMACIÓN, NO SIGNIFICABA QUE LA INFORMACIÓN EQUIVALIESE A COMUNICACIÓN. LA INFORMACIÓN DEBÍA ENTENDERSE COMO EL PRINCI-

PIO DE LA ACCIÓN Y LA COMUNICACIÓN COMO EL RESULTADO. PARA NO SOTROS LA INFORMACIÓN ERA UN COMPONENTE DE LA COMUNICACIÓN. Y ASÍ FUE CONSIDERADO POR LA UNESCO, EN 1977, POR LA COMISIÓN INTERNACIONAL PARA EL ESTUDIO DE LOS PROBLEMAS DE COMUNICACIÓN" (21).

Y AGREGA: "...AMPLIANDO EL CONCEPTO, DIRÍAMOS QUE LA INFORMACIÓN, QUE ES PREVIA A LA COMUNICACIÓN, CONSTITUYE UN MEDIO PARA QUE LA COMUNICACIÓN CUMPLA SU FIN MÁS IMPORTANTE: LA RESPUESTA DEL RECEPTOR" (22).

BLAKE Y HAROLDSSEN EN SU TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN, PROFUNDIZAN EN ESTE PUNTO Y ASEVERAN: "SI BIEN LA COMUNICACIÓN ES UN CONCEPTO MUY UTILIZADO, DEBE DESTACARSE QUE, ENTRE LOS OBSERVADORES, NO EXISTE TOTAL ACUERDO EN CUANTO A LAS DIMENSIONES DEL TÉRMINO. ALGUNOS SOSTIENEN QUE NO HAY COMUNICACIÓN A MENOS QUE EL RECEPTOR DEL MENSAJE SEA ACEPTADO POR ÉSTE. OTROS, COMO MILLER (1966), INSISTEN EN QUE EL ESTUDIO DE LAS COMUNICACIONES PROPIAMENTE DICHAS DEBE CONCENTRARSE SÓLO EN SITUACIONES EN QUE UNA FUENTE TRANSMITE UN MENSAJE A UN RECEPTOR CON LA INTENCIÓN CONSCIENTE DE INFLUIR SOBRE SU COMPORTAMIENTO" (6)

INCLUSO, DESDE EL PUNTO DE VISTA DE LA ÉTICA PERIODÍSTICA, LO ANTES REFERIDO COBRA ESPECIAL IMPORTANCIA PORQUE UN REPORTERO, NO EXCLUSIVAMENTE DE RADIO, DEBE LIMITARSE A TRATAR DE ESTABLECER UN PROCESO INFORMATIVO CON SUS RECEPTORES, PROCESO INFORMATIVO ENTENDIDO COMO YA LO HEMOS EXPLICADO,

O SEA, DE SIMPLE ENTERAMIENTO OBJETIVO, FRÍO, IMPARCIAL, CON LA SOLA INTENCIÓN DE INTRODUCIR A LOS OTROS AL CONOCIMIENTO DE UNA NOTICIA. TRATAR DE INFLUIR, AFECTAR, PERSUADIR O CONVENCER A LOS DEMÁS ESTÁ FUERA DE SUS FUNCIONES.

AÚN ASÍ, LA COMUNICACIÓN CABE DENTRO DE UN NOTICIERO DE RADIO O TELEVISIÓN, EN UN PERIÓDICO. EL EDITORIAL, LA COLUMNA, EL COMENTARIO, EL ARTÍCULO DE OPINIÓN, SON INTENTOS COMUNICATIVOS POR LOGRAR QUE EL AUDITORIO, LOS LECTORES, ESTÉN DE ACUERDO CONMIGO, LO CUAL YA IMPLICA UNA CLARA POSTURA FRENTE AL PROBLEMA, EN FORMA PERSONAL DE VER LAS COSAS Y, SOBRE TODO, LA PRETENSIÓN DE INFLUIR EN LOS OTROS PARA QUE COMPARTAN MI PUNTO DE VISTA.

MOLES Y ZELTMAN INDICAN LA FUNCIÓN DE LA INFORMACIÓN CUANDO AFIRMAN QUE ESTA "ES LA MEDIDA DE LA REDUCCIÓN DE LA INCERTIDUMBRE QUE PUEDE HABER, A PROPÓSITO DEL ESTADO DE UNA PARTE DEL UNIVERSO (LO QUE OCURRE EN EL LUGAR DEL EMISOR), POR MEDIO DE UN MENSAJE" (7).

CON UNA CONNOTACIÓN MÁS PERIODÍSTICA, PERO TODAVÍA VÁLIDA PARA ESCLARECER EL PUNTO EN CUESTIÓN, LÓPEZ DE ZUASO CONCIBE A LA INFORMACIÓN COMO EL "PROCESO MEDIANTE EL CUAL UN EMISOR TRANSMITE A UN RECEPTOR UN SIGNIFICADO, EN SENTIDO ESTRICTO: NOTICIAS. EN SENTIDO AMPLIO, CUALQUIER EXPOSICIÓN DE HECHOS O IDEAS A TRAVÉS DE UN MEDIO DE COMUNICACIÓN DE MASAS" (8). CABE RESALTAR LA FORMA EN QUE SE MANEJA EL TÉRMINO "COMUNICACIÓN DE MASAS", EN EL SENTIDO DE PUENTE O NEXO DE UN EMI

SOR CON LA COLECTIVIDAD, DICHO DE OTRA FORMA, COMUNICACIÓN EN UN SENTIDO MÁS GENÉRICO.

LA PALABRA "INFORMACIÓN", PARA AMPLIAR MÁS ESTE ANÁLISIS, PUEDE ENCONTRARSE EN NUESTRO IDIOMA EN TRES CASOS CONCRETOS: PRIMERO, SIGNIFICANDO COSAS DIVERSAS, SEGÚN EL CAMPO DE ESTUDIO DEL QUE HABLAMOS; NO ES LO MISMO LA INFORMACIÓN GENÉTICA EN LA BIOLOGÍA, QUE LA CIENCIA DE LA INFORMACIÓN EN BIBLIOTECNOLOGÍA, QUE LA INFORMACIÓN COMPUTADA EN CIBERNÉTICA, QUE LA INFORMACIÓN OBJETIVA EN EL PERIODISMO. SEGUNDO, INFORMACIÓN PUEDE SIGNIFICAR DATOS, CONOCIMIENTOS -SIN SIQUERA - CUESTIONARNOS SI SON O NO VERDADEROS, SI SON, CON OTRO ENFOQUE MÁS ÉTICO, INFORMACIÓN O DESINFORMACIÓN-, EL CONTENIDO DE UN MENSAJE Y ASÍ ESCUCHAMOS DECIR QUE "SE DEBE DE COMUNICAR TAL O CUAL INFORMACIÓN". TERCERO Y ÚLTIMO, CUANDO INFORMACIÓN DESIGNA UN PROCESO DE ENVÍO DE MENSAJES, CON LAS COINCIDENCIAS Y DIFERENCIAS QUE PRESENTA FRENTE AL PROCESO COMUNICATIVO, PUNTO ANTES ABORDADO.

HASTA DONDE HEMOS LLEGADO CON ESTE ANÁLISIS - SIEMPRE CON LA IDEA DE QUE NOS AYUDE A UTILIZAR MÁS PRÁCTICAMENTE EL TÉRMINO "INFORMACIÓN"-, LOS PLANTEAMIENTOS PUEDEN LLEVARNOS A LA INJUSTA TENTACIÓN DE QUERER DETERMINAR QUÉ ES MÁS DESEABLE, ¿LA COMUNICACIÓN O LA INFORMACIÓN? PARA ACABAR DE TAJAR CON ESTA PREGUNTA, SENCILLAMENTE TENGAMOS PRESENTE LA AFIRMACIÓN DE EULALIO FERRER SOBRE LA NECESIDAD QUE LA PROPIA COMUNICACIÓN TIENE DE LA INFORMACIÓN, ES DECIR, SI NO HAY PRIMERO UN ENTERAMIENTO DEL RECEPTOR SOBRE QUÉ LO VAMOS A TRATAR DE PERSUA

DIR?

PARA PROFUNDIZAR UN POCO MÁS EN EL PUNTO ANTERIOR, TOMEMOS EN CUENTA DOS SITUACIONES COTIDIANAS: ¿SERÁ MÁS DESEABLE QUE UN REPORTERO DE NOTICIERO TRATE DE INFLUIR Y AFECTAR A LA AUDIENCIA, Y NO SOLAMENTE LES INFORME FRÍAMENTE SOBRE ALGÚN HECHO? Y EN EL CASO TOTALMENTE OPUESTO, ¿ES DE ESPERARSE QUE UN PADRE DE FAMILIA TRATE DE EDUCAR A SU HIJO SOBRE MIL Y UNA COSAS, INFLUYENDO COMUNICATIVAMENTE EN ÉL, O SERÁ MEJOR QUE ÚNICAMENTE LA NOTIFIQUE INFORMATIVAMENTE DE LO QUE ESTÁ BIEN Y LO QUE ESTÁ MAL? HAY SITUACIONES, SEGÚN CADA CASO, EN QUE SERÁ PREFERIBLE ESTABLECER UN PROCESO INFORMATIVO Y EN OTRAS UNO COMUNICATIVO.

LEGISLACIÓN NACIONAL EN MATERIA DE INFORMACIÓN

EL 19 DE ENERO DE 1960, EL ENTONCES PRESIDENTE DE MÉXICO LICENCIADO ADOLFO LÓPEZ MATEOS RECIBE LA NOTICIA DE QUE EL CONGRESO APROBÓ Y DECRETÓ LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, QUE EL MISMO HABÍA PROPUESTO CON ANTERIORIDAD, LA CUAL AÚN PERMANECE VIGENTE.

LA LEGISLACIÓN LA CONFORMAN 105 ARTÍCULOS, MÁS 7 TRANSITORIOS, EN LOS CUALES SE DAN A CONOCER LOS LINEAMIENTOS EN MATERIA DE RADIO Y TELEVISIÓN QUE DEBERÁN ADOPTARSE.

EN MATERIA DE INFORMACIÓN SON VARIOS LOS ARTÍCULOS DEDICADOS AL RESPECTO:

"ARTÍCULO V.- LA RADIO Y LA TELEVISIÓN TIENEN LA FUNCIÓN SOCIAL DE CONTRIBUIR AL FORTALECIMIENTO DE LA INTEGRACIÓN NACIONAL Y EL MEJORAMIENTO DE LAS FORMAS DE CONVIVENCIA HUMANA. FRACCIÓN I.- AFIRMAR EL RESPETO A LOS PRINCIPIOS DE LA MORAL SOCIAL, DIGNIDAD HUMANA Y LOS VÍNCULOS FAMILIARES FRACCIÓN III.- CONTRIBUIR A ELEVAR EL NIVEL CULTURAL DEL PUEBLO Y A CONSERVAR LAS CARACTERÍSTICAS NACIONALES, LAS COSTUMBRES DEL PAÍS Y SUS TRADICIONES, LA PROPIEDAD DEL IDIOMA Y A EXHALTAR LOS VALORES DE LA NACIONALIDAD MEXICANA. FRACCIÓN IV.- FORTALECER LAS CONVICCIONES DEMOCRÁTICAS, LA UNIDAD NACIONAL Y LA AMISTAD Y COOPERACIÓN INTERNACIONAL.

"ARTÍCULO VII.- EL ESTADO OTORGARÁ FACILIDADES

PARA SU OPERACIÓN A LAS ESTACIONES DIFUSORAS QUE, POR SU POTENCIA, FRECUENCIA O UBICACIÓN, SEAN SUSCEPTIBLES DE SER CAPTADAS EN EL EXTRANJERO, PARA DIVULGAR LAS MANIFESTACIONES DE LA CULTURA MEXICANA, FOMENTAR LAS RELACIONES COMERCIALES DEL PAÍS, INTENSIFICAR LA PROPAGANDA TURÍSTICA Y TRANSMITIR INFORMACIONES SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS DE LA VIDA NACIONAL.

"ARTÍCULO 58.- EL DERECHO DE INFORMACIÓN, DE EXPRESIÓN Y DE RECEPCIÓN, MEDIANTE LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, ES LIBRE Y CONSECUENTEMENTE NO SERÁ OBJETO DE NINGUNA INQUISICIÓN JUDICIAL O ADMINISTRATIVA NI DE LIMITACIÓN ALGUNA NI CENSURA PREVIA, Y SE EJERCERÁ EN LOS TÉRMINOS DE LA CONSTITUCIÓN Y DE LAS LEYES"

"ARTÍCULO 60.- LOS CONCESIONARIOS DE ESTACIONES RADIODIFUSORAS COMERCIALES Y LOS PERMISIONARIOS DE ESTACIONES CULTURALES Y DE EXPERIMENTACIÓN ESTÁN OBLIGADOS A TRANSMITIR GRATUITAMENTE Y DE PREFERENCIA: 1.- LOS BOLETINES DE CUALQUIER AUTORIDAD QUE SE RELACIONEN CON LA SEGURIDAD O DEFENSA DEL TERRITORIO NACIONAL, LA CONSERVACIÓN DEL ORDEN PÚBLICO, O LAS MEDIDAS ENCAMINADAS A PREVER O REMEDIAR CUALQUIER CALAMIDAD PÚBLICA",

"ARTÍCULO 62.- TODAS LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN EN EL PAÍS ESTARÁN OBLIGADAS A ENCADENARSE CUANDO SE TRATE DE TRANSMITIR INFORMACIÓN DE TRASCENDENCIA PARA LA NACIÓN, A JUICIO DE LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN".

"ARTÍCULO 64, FRACCIÓN I.- NO SE PODRÁN TRANSMITIR NOTICIAS, MENSAJES O PROPAGANDA DE CUALQUIER CLASE, QUE SEAN CONTRARIOS A LA SEGURIDAD DEL ESTADO O EL ORDEN PÚBLICO"

"ARTÍCULO 66.- QUEDA PROHIBIDO INTERCEPTAR, DIVULGAR O APROVECHAR LOS MENSAJES, NOTICIAS O INFORMACIONES QUE NO ESTÉN DESTINADOS AL DOMINIO PÚBLICO Y QUE SE RECIBAN POR MEDIO DE LOS APARATOS DE RADIOCOMUNICACION".

"ARTÍCULO 77.- LAS TRANSMISIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN COMO MEDIO DE ORIENTACIÓN PARA LA POBLACIÓN DEL PAÍS, INCLUIRÁN EN SU PROGRAMACIÓN DIARIA INFORMACIÓN SOBRE ACONTECIMIENTOS DE CARÁCTER POLÍTICO, SOCIAL, CULTURAL, DEPORTIVO Y OTROS ASUNTOS DE INTERÉS GENERAL NACIONALES O INTERNACIONALES".

"ARTÍCULO 78.- EN LAS INFORMACIONES RADIOFÓNICAS, DEBERÁN EXPRESARSE LA FUENTE DE LA INFORMACIÓN Y EL NOMBRE DEL LOCUTOR, Y SE EVITARÁ CAUSAR ALARMA O PÁNICO EN EL PÚBLICO" (9).

HASTA AQUÍ LO REFERENTE A LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN. EN 1973 SE PUBLICA EN EL DIARIO OFICIAL DE LA FEDERACIÓN DEL DÍA 4 DE ABRIL, EL REGLAMENTO DE LA CITA DA LEY, CUYOS OBJETIVOS SON FIJAR LOS INSTRUMENTOS PARA QUE SEA EFECTIVA Y PRECISA, REGULAR EL COMPROMISO DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN EL ENCADENAMIENTO A QUE SE REFIERE EL ARTÍCULO 62 DE LA LEY EN LA MATERIA".

"ARTÍCULO 12.- ES OBLIGACIÓN DE LAS ESTACIONES DE RADIO Y TELEVISIÓN INCLUIR GRATUITAMENTE EN SU PROGRAMACIÓN DIARIA, 30 MINUTOS CONTINUOS O DISCONTINUOS SOBRE ACONTECIMIENTOS DE CARÁCTER EDUCATIVO, CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO, DEPORTIVO ENTRE OTROS ASUNTOS DE INTERÉS GENERAL, NACIONAL O INTERNACIONAL, DEL MATERIAL PROPORCIONADO POR LA SECRETARÍA DE GOBERNACIÓN. EL TIEMPO MÍNIMO QUE PODRÁ DIVIDIRSE LA MEDIA HORA NO SERÁ MENOR A 5 MINUTOS".

"ARTÍCULO 35.- NOTICIEROS, PROGRAMAS LITERARIOS Y DE CONCURSOS, CONFERENCIAS, NARRACIONES Y CONTROLES REMOTOS DE ESPECTÁCULOS DEPORTIVOS, ARTÍSTICOS, CULTURALES Y DE ACTOS SOCIALES CÍVICOS, SERÁN CONSIDERADOS PROGRAMAS EN VIVO".

"ARTÍCULO 38.- SE CORROMPE EL LENGUAJE, CUANDO LAS PALABRAS UTILIZADAS POR SU ORIGEN, POR SU USO, NO SEAN ADMITIDAS DENTRO DEL CONSENSO GENERAL COMO APROPIADAS Y CUANDO SE DEFORMAN LAS FRASES O PALABRAS, O SE UTILICEN VOCABLOS EXTRANJEROS".

"ARTÍCULO 51, FRACCIÓN I-A.- RELATIVO AL CONSEJO NACIONAL DE RADIO Y TELEVISIÓN, QUIEN TIENE ENTRE OTRAS ATRIBUCIONES: CLASIFICAR SU PROGRAMACIÓN POR CATEGORÍAS PARA ELEVAR EL NIVEL MORAL, CULTURAL, ARTÍSTICO Y SOCIAL DE LAS TRANSMISIONES".

NOTICIERO.- INFORMES SOBRE SUCESOS LOCALES, NACIONALES, E INTERNACIONALES; REPORTES METEOROLÓGICOS, ACTOS -

CÍVICOS Y SOCIALES, COMENTARIOS Y ANÁLISIS.

CUESTIONES ECONÓMICAS Y SOCIALES, INFORMES SOBRE PRODUCCIÓN NACIONAL, INDUSTRIAL, AGRÍCOLA Y MINERA, IMPORTACIONES Y EXPORTACIONES, MOVIMIENTOS DE PRECIOS, DESARROLLO COMERCIAL, SEGURIDAD SOCIAL, FERROCARRILES Y COMUNICACIONES, DESARROLLO DE LAS CIUDADES, COMENTARIOS Y ANÁLISIS.

ACTIVIDADES DE NATURALEZA POLÍTICA, DEL EJECUTIVO Y DEL CONGRESO, SOBRE PARTIDOS POLÍTICOS, ELECCIONES EN LA REPÚBLICA, EDITORIALES, MESAS REDONDAS Y CHARLAS. (10)

EL MANEJO, POR TODO LO EXPUESTO EN MATERIA LEGISLATIVA, DE LOS PROCESOS COMUNICATIVOS E INFORMATIVOS DEBERÁ HACERSE DE FORMA RESPONSABLE, AL CUMPLIR LA IMPORTANTÍSIMA FUNCIÓN SOCIAL QUE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA REALIZAN.

DE LOS 30 MINUTOS QUE OBLIGADAMENTE LAS ESTACIONES TRANSMISORAS DEBEN CUBRIR CON ACONTECIMIENTOS DE CARÁCTER EDUCATIVO, CULTURAL, SOCIAL, POLÍTICO, DEPORTIVO Y OTROS ASUNTOS DE INTERÉS GENERAL, RESULTA OBVIO QUE EL FORMATO IDEAL PARA PRESENTARLOS CONTINUO O DISCONTINUAMENTE SERÁ EL DE UN NOTICIERO POR NO MENCIONAR EL ARTÍCULO 35, DONDE LITERALMENTE SE LES NOMBRA.

CAPITULO II: NATURALEZA DE LA RADIO

LA RADIO RECIBE SU NOMBRE DEL FENÓMENO FÍSICO DE RADIOEMISIÓN DE ONDAS ELECTROMAGNÉTICAS, TAMBIÉN CONOCIDAS COMO ONDAS HERTZIANAS. EN FÍSICA, RADIATIVIDAD ES UNA CAPACIDAD QUE CONSISTE EN EL ENVÍO DE ENERGÍA DESDE UN PUNTO.

LA SEÑAL DE RADIO NO ES OTRO FENÓMENO QUE UNA ONDA EXPANDIDA CON CIERTA FRECUENCIA Y POTENCIA, QUE VIAJA POR EL AIRE DE FORMA SIMILAR AL EFECTO PRODUCIDO AL DEJAR CAER UN OBJETO EN UN RECIPIENTE CON AGUA.

EL TÉRMINO "LA RADIO" ES RESULTADO DE LA LEY DEL MENOR ESFUERZO EN LINGÜÍSTICA Y EQUIVALE A RADIODIFUSIÓN, RADIOEMISIÓN O RADIOFONÍA. RADIODIFUSIÓN Y RADIOEMISIÓN SON EXPRESIONES MUY SIMILARES, INCLUSO EN UN SENTIDO ESTRICTO, QUE INDICAN LA EMISIÓN O DIFUSIÓN DE SEÑALES EN FORMA RADIAL. RA DIOFONÍA IMPLICA CONVERTIR ESA SEÑAL EN SONIDOS.

AUNQUE EL HABLA POPULAR FRECUENTEMENTE USA LOS TÉRMINOS "LA RADIO" Y "EL RADIO" COMO SINÓNIMOS, VALE ACLARAR QUE EL PRIMERO DESIGNA LO YA EXPUESTO AL PRINCIPIO DE ESTE CAPÍTULO, ESTO ES, UN SISTEMA O MEDIO DE COMUNICACIÓN, Y EL SEGUNDO AL RECEPTOR DE FRECUENCIAS RADIALES. ASÍ "LA RADIO" EQUIVALE A RADIODIFUSIÓN Y "EL RADIO" AL RADIORECEPTOR. UNA PEQUEÑA PERO SIGNIFICATIVA DIFERENCIA, EN TAN SÓLO EL ARTÍCULO.

LA RADIO, UN MEDIO DE COMUNICACIÓN

EL PRESENTE TRABAJO NO TIENE COMO FINALIDAD LA EXPLICACIÓN TÉCNICA DE CÓMO FUNCIONA FÍSICAMENTE EL SISTEMA DE RADIOEMISIÓN DE SEÑALES, PUNTO MUY INTERESANTE, PERO QUE CONCIERNE A UN EXPERTO EN INGENIERÍA. COMO YA SE INDICÓ EN LA INTRODUCCIÓN, EL OBJETIVO QUE SE PERSIGUE ES EL CONOCIMIENTO DE CÓMO FUNCIONAN LOS NOTICIEROS EN GUADALAJARA, CÓMO LOS MANEJAN QUIENES LOS PRODUCEN, QUÉ USO HACE DE ELLOS EL RADIOESCUCHA TAPATÍO.

OPERACIONALMENTE HABLANDO, LA RADIO ES UN CANAL DE COMUNICACIÓN, DENTRO DEL PROCESO EN EL QUE UN EMISOR ENVÍA UN MENSAJE, EN CIERTO CÓDIGO, A UN RECEPTOR, PROVOCANDO DETERMINADO EFECTO.

AL SER EL VEHÍCULO, INSTRUMENTO O HERRAMIENTA QUE PERMITE QUE EL MENSAJE LLEGUE DEL EMISOR AL RECEPTOR, LA RADIO TIENE UN PAPEL FUNDAMENTAL EN EL PROCESO. EN LA ACTUALIDAD, CON EL VERTIGINOSO AVANCE TECNOLÓGICO EN MATERIA DE MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, A ÉSTOS SE LES HA LLEGADO A ENDIOSAR O A CULPAR DE MUCHOS MALES SOCIALES, OLVIDANDO UN POCO QUE SON SÓLO MEDIOS, A DISPOSICIÓN DEL HOMBRE MISMO, CREADOR Y DUEÑO DE LA TECNOLOGÍA, EL ÚLTIMO RESPONSABLE DE LO QUE SE HAGA CON ELLOS.

SHANNON Y WEAVER IDEARON UN DIAGRAMA QUE PUEDE AYUDAR A EXPLICAR GRÁFICAMENTE LO QUE OCURRE EN LOS MEDIOS -

ELECTRÓNICOS DE COMUNICACIÓN (RADIO Y TELEVISIÓN) (FIGURA 1).

EL PROTAGONISTA DEL PROCESO, DE ACUERDO CON LO OBSERVADO, SIGUE SIENDO EL HOMBRE, YA COMO FUENTE DE COMUNICACIÓN, YA COMO DESTINO DE TODO EL PROCESO. LO QUE SE OBSERVA ENTRE ELLOS SON ELEMENTOS Y DISPOSITIVOS TÉCNICOS, PARA UTILIZARSE EN SU BENEFICIO O PERJUICIO.

TRATANDO DE APLICAR ESTE DIAGRAMA A LA RADIO, PODRÍAMOS SUSTITUIR A LA FUENTE POR EL LOCUTOR, AL MENSAJE POR LO QUE ÉSTE DICE, AL TRANSMISOR POR TODO EL APARATO TECNOLÓGICO QUE CONVIERTE LA VOZ DEL LOCUTOR EN LA SEÑAL EMITIDA A TRAVÉS DE ONDAS ELECTROMAGNÉTICAS, MISMA QUE SUFRE UNA INTERFERENCIA POR EJEMPLO DE UN OBSTÁCULO GEOGRÁFICO, PERO QUE DE TODAS FORMAS DEJA PASAR UNA SEÑAL QUE SERÁ RECIBIDA POR EL APARATO RADIORRECEPTOR, QUE CONVERTIRÁ LA SEÑAL EN SONIDOS CAPTADOS POR EL DESTINO, EL RADIOESCUCHA. (FIGURA 2).

QUEDA CLARO, PUES, QUE LA RADIO ES UN MEDIO -- ELECTRÓNICO DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, UNO ENTRE EL ABANICO DE POSIBILIDADES COMPLEMENTARIAS QUE LA TECNOLOGÍA MODERNA OFRECE.

LA RADIO DESDE VARIOS PUNTOS DE VISTA

LA IMPORTANCIA SOCIAL DE LA RADIO IMPONE UN ESTUDIO MULTIDISCIPLINARIO.

ACTUALMENTE, EL HOMBRE MODERNO CUENTA CON VARIAS POSIBILIDADES PARA ELEGIR CUÁL MEDIO DE COMUNICACIÓN COLECTIVA LE RESULTA MÁS ÚTIL. ESTE PROCESO DE SELECCIÓN, HACE TIEMPO, YA HABÍA SIDO INDICADO POR WILBUR SCHRAMM CON SU FAMOSO "FACTRO DE SELECTIVIDAD": UNA PERSONA ELIGE UN MEDIO DE FORMA DIRECTAMENTE PROPORCIONAL A SU ESPERANZA DE RECOMPENSA, E INVERSA MENTE PROPORCIONAL AL ESFUERZO NECESARIO. DICHO DE OTRA MANERA, MIENTRAS MÁS GRANDE SEA SU EXPECTATIVA DE LOGRAR UNA RECOMPENSA CON ESE MEDIO, MAYORES SERÁN LAS PROBABILIDADES DE QUE LO SELECCIONE SOBRE OTROS; Y MIENTRAS MAYOR SEA EL ESFUERZO FÍSICO, ECONÓMICO O DE OTRO TIPO, PARA CONSEGUIRLO, SE REDUCIRÁN ESAS MISMAS POSIBILIDADES DE SER PREFERIDO ENTRE LOS RESTANTES.

CON EL AVANCE QUE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA HA TENIDO DESDE LA APLICACIÓN QUE JUAN GUTENBERG HIZO DE LA IMPRENTA INVENTADA POR LOS CHINOS, HAN SURGIDO NUEVOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN QUE, MÁS QUE DESPLAZAR Y HACER QUE DESAPARECIERAN LOS ANTERIORES, CONFORMARON UN CÚMULO DE OPCIONES, DESDE EL CULTURAL LIBRO, LUEGO LA GACETA Y EL DIARIO INFORMATIVO, PASANDO POR EL FASCINANTE Y MÁGICO CINE, POR LA VERSATILIDAD Y ESPONTANEIDAD DE LA RADIO, HASTA LA IMPACTANTE TELEVISIÓN CON SUS DERIVACIONES Y ESPECIALIZACIONES COMO LA VIDEOCASETERA, EL SISTEMA POR CABLE, LA VÍA SATÉLITE Y LA RECEPCIÓN POR ANTENA PARABÓLICA.

LA RADIO PESE A TODO, NO HA SIDO ELIMINADA DE LA PREFERENCIA DE LOS RECEPTORES DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA.

LAS PERSPECTIVAS INDICAN, COMO SE VERÁ MÁS ADELANTE, MÁS BIEN UN FUTURO POSITIVO.

DE CUALQUIER FORMA-DECÍAMOS EN PÁRRAFOS ANTERIORES-, LO QUE NOS INTERESA EN ESTE TRABAJO ES EL ESTUDIO DE LA RADIO DESDE VARIOS PUNTOS DE VISTA, COMO EL LINGÜÍSTICO, EL COMUNICOLÓGICO, EL SOCIOLOGICO Y EL PSICOLÓGICO.

MARIANO CEBRÍAN, EN SU "DICCIONARIO DE RADIO Y T.V.", ANALIZA EL PUNTO LINGÜÍSTICO DE LA RADIO CUANDO LA DESCRIBE COMO "GALICISMO QUE DESIGNA EN FORMA GENERAL TANTO A LA RADIO COMO A LA TELEVISIÓN. ACCIÓN O EFECTO DE RADIODIFUNDIR. CONJUNTO DE PROCEDIMIENTOS, INSTALACIONES DESTINADAS A UNA EMISIÓN. MEDIO DE COMUNICACIÓN A DISTANCIA POR EL QUE UN GRUPO MINORITARIO, MEDIANTE SONIDO, DIFUNDE POR VÍA HERTZIANA UNOS CUANTOS CONTENIDOS (INFORMATIVOS, FORMATIVOS, DIVERSIVOS, PERSUASIVOS), CRISTALIZADOS EN UNIDADES DE PROGRAMAS QUE SE YUXTAPONEN EN CONTINUIDAD PARA FORMAR UNA EMISIÓN, UNA AUDIENCIA NUMEROSA, DISGREGADA Y HETEROGÉNEA, QUE EN ALGUNOS CASOS, COMO EL DE LOS RADIOESCUCHAS O RADIOAFICIONADOS, PERMITE LA RESPUESTA POR EL MISMO SISTEMA" (11).

DE LO DICHO POR CEBRÍAN MERECE DESTACARSE DOS PUNTOS EN PARTICULAR: EL PRIMERO, CUANDO INCLUYE A LA TELEVISIÓN EN LA EXPRESIÓN "RADIO", LO QUE RIGUROSA Y TÉCNICAMENTE ES PERFECTAMENTE CORRECTO, PORQUE CABE RECORDAR QUE TAMBIÉN LA TELEVISIÓN UTILIZA EL ENVÍO RADIAL DE ONDAS ELECTROMAGNÉTICAS.

TICAS PARA HACER LLEGAR LA SEÑAL DE LA EMISORA A LOS TELEVISORES O Telerreceptores. EL SEGUNDO, DONDE EJEMPLIFICA ALGUNOS CONTENIDOS DIFUNDIDOS POR LA RADIO Y SEPARA LOS INFORMATIVOS DE LOS FORMATIVOS Y TAMBIÉN DE LOS PERSUASIVOS, COINCIDIENDO TODO CON EL ENFOQUE CON QUE SE HABÍAN SEPARADO A LA COMUNICACIÓN DE LA INFORMACIÓN, EN EL CAPÍTULO I DE ESTE TRABAJO. PARA AHONDAR UN POCO MÁS, BASTE DECIR QUE DE LO EXPRESADO POR CEBRÍAN SE DESPRENDE UNA SEPARACIÓN ENTRE UN INTENTO POR ENTERTENIR O INFORMAR, Y OTRO POR INFLUIR, POR FORMAR, POR PERSUADIR.

CRISTINA ROMO, EN UN SENTIDO MÁS COMUNICOLÓGICO, ENTIENDE A LA RADIO COMO UN "MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE NECESITA DE UNA INFRAESTRUCTURA TECNOLÓGICA PARA PODER SER; ES UN MEDIO INALÁMBRICO QUE ENVÍA SEÑALES SONORAS A DISTANCIA, EN FORMA DISPERSA Y UNIDIRECCIONAL, EN ESTRICTO SENTIDO TÉCNICO" (12).

ÁNGEL FAUS DESTACA EL VALOR DE LA RADIO EN LA COMUNICACIÓN COLECTIVA "LA RADIO ES EL MEDIO INFORMATIVO MÁS EXTENDIDO, EL MÁS AMPLIAMENTE UTILIZADO, EL DE MÁS FÁCIL COMPRENSIÓN Y MANEJO Y EL MÁS RÁPIDO EN LA COMUNICACIÓN DE NOTICIAS" (13). COMO SERÁ EXPUESTO MÁS ADELANTE, LA RADIO TIENE UN GRAN VALOR COMO MEDIO DE COMUNICACIÓN DE CONTENIDOS INFORMATIVOS, HECHO RESALTADO POR EL ANTERIOR AUTOR.

SOCIOLÓGICAMENTE HABLANDO, LA RADIO PUEDE CONSIDERARSE COMO "UN MEDIO DE COMUNICACIÓN MASIVA DONDE EL RECEPTOR ES IGUAL A UNA MASA INFORME Y EN ESE CONTEXTO PODRÍA DE

FINIRSE MÁS BIEN COMO UN MEDIO DE DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN O DE "IRRADIACIÓN" A LA MASA QUE CONSTITUYE EL RECEPTOR" (14)., SE GÚN JEAN CAZANUEVE EN SU OBRA "SOCIOLOGÍA DE LA RADIO Y LA T.V.", DE LO ANTERIOR SOBRESALE LO REPETITIVO DE LA EXPRESIÓN "MASA", QUE COINCIDE CON EL YA CITADO ENFOQUE DE CEBRIÁN, QUIEN LA DESCRIBE COMO "UNA AUDIENCIA NUMEROSA, DISGREGADA Y HETEROGÉNEA". SOBRE EL PUNTO, CRISTINA ROMO ABUNDA: EN EL ÁMBITO SOCIOLOGÍCO, LA RADIO ES UN MEDIO QUE LLEGA A UN PÚBLICO EXTENSO, INCONMENSURABLE, INCONTROLABLE Y HASTA CIERTO PUNTO DESCONOCIDO; PUEDE LLEGAR A CUALQUIER TIPO DE PERSONA, DE CUALQUIER TIPO DE PERSONA, DE CUALQUIER CONDICIÓN Y NO EXIGIENDO DEMASIADO ESFUERZO PARA EL QUE ESCUCHA, AUNQUE ESTO DETERMINA LA FORMA DE UTILIZACIÓN, QUE EL COMUNICADOR DEBE ELEGIR AL PRETENDER COMUNICARSE A TRAVÉS DE LA RADIO" (15).

OTRO ASPECTO INTERESANTE DESDE EL QUE SE DEBE TOMAR EN CUENTA A LA RADIO ES, COMO YA SE APUNTÓ EL PSICÓLOGICO. LA RADIODIFUSIÓN, POR SER UN MEDIO AUDITIVO, PRODUCE UN ESTÍMULO A LA IMAGINACIÓN DEL RADIOESCUCHA, QUIEN TIENE QUE CREAR MENTAL Y EMOCIONALMENTE LAS SITUACIONES QUE NARRA.

"LA RADIO ES UN MEDIO DE COMUNICACIÓN QUE POR SUS CARACTERÍSTICAS PROPIAS, ALIMENTA Y RECREA, CON UN AMPLIO CALEIDOSCOPIO AUDITIVO, LA IMAGINACIÓN DE QUIEN LO ESCUCHA" (15). LO ANTERIOR, TOMADO DEL "MANUAL DE OPERACIÓN Y PRODUCCIÓN" DEL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO, DENOTA EL EJERCICIO IMAGINATIVO QUE LA PERSONA QUE ESCUCHA RADIO DEBE REALIZAR DURANTE LA AUDIENCIA, PARA REFORZAR, MARIO KAPLUN ASEVERA: "LA -

RADIO ES PALABRA HABLADA Y COMO TAL EL COMUNICADOR RADIAL DEBE TRATAR DE DARLE CALOR HUMANO, EMOCIÓN AL MENSAJE QUE SE TRANSMITE POR SUS ONDAS, CON EL PROPÓSITO DE LOGRAR QUE LOS OYENTES SE IDENTIFIQUEN CON LAS INQUIETUDES Y ASPIRACIONES QUE PUEDAN VERTERSE A TRAVÉS DE LOS MENSAJES RADIALES" (16).

UNA VEZ REMARCADA LA FUNCIÓN QUE EL EMISOR DEBE CUMPLIR EN RADIO, AHORA DEBÍAMOS ESPERAR TAMBIÉN ALGO POR PARTE DEL RECEPTOR. SOBRE EL PUNTO, OTRA VEZ CRISTINA ROMO ANOTA: "PSICOLÓGICAMENTE HABLANDO, LA RADIO ES SUGESTIÓN, LANZA SU MENSAJE Y EL RADIOESCUCHA HECHA A VOLAR SU IMAGINACIÓN (DE ACUERDO A CIRCUNSTANCIAS, SU FORMACIÓN Y MEDIO AMBIENTE), POR LO TANTO, VA A INTERPRETAR PERSONALMENTE ESE MENSAJE Y DE ACUERDO A SU FANTASÍA LE VA A DAR FORMA AL MISMO" (17).

POR TODO LO ANTES DICHO, PODEMOS AFIRMAR QUE EN TÉRMINOS PSICOLÓGICOS, LA RADIO TIENE UNA CARACTERÍSTICA DISTINTIVA: EL ESTÍMULO A LA IMAGINACIÓN. PARA MUESTRA SE PUEDE RECURRIR AL TRABAJO DE HADELY CANTRIL TITULADO "LA INVASIÓN DE LOS MARCIANOS", QUE DESCRIBE CÓMO LA NOCHE DEL 30 DE OCTUBRE DE 1938 ORSON WELLES ATERRORIZÓ CON SU VERSIÓN RADIAL DE LA NOVELA "LA GUERRA DE DOS MUNDOS", NO SÓLO AL ESTADO DE NUEVA JERSEY, SINO A GRAN PARTE DE LA UNIÓN AMERICANA" (18).

CARACTERÍSTICAS DE LA RADIO FRENTE A OTROS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA.

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA CONSTITU-

YEN UNA GAMA DE ALTERNATIVAS QUE LA SOCIEDAD MODERNA TIENE PA
RA ELEGIR, LO CUAL YA SE HA DEMOSTRADO CON HECHOS TAN CONTUN-
DENTES Y CLAROS COMO EL QUE TODAVÍA SUBSISTAN EL LIBRO, LA RE
VISTA, EL CINE, LA RADIO Y LA TELEVISIÓN, LOS PRIMEROS MEDIOS
EN SURGIR DURANTE LA HISTORIA DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA NO
HAN SIDO DESPLAZADOS, NI HAN MUERTO. MÁS BIEN LO QUE HA OCU
RRIDO ES UNA ESPECIALIZACIÓN DE CADA UNO DE ELLOS CON DIVER-
SOS PÚBLICOS, DENTRO DE LA SOCIEDAD EN GENERAL. EN MERCADO-
TECNIA, SE DIRÍA QUE CADA UNO HA TOMADO UN MERCADO. ASÍ, LAS
PERSONAS QUE BUSCAN MAYOR PROFUNDIDAD Y MÁS ARGUMENTACIÓN SO-
BRE ALGÚN TEMA, RECURREN AL LIBRO. QUIENES DESEAN INFORMACIÓN
AL MISMO TIEMPO FRESCA Y AMPLIA, LEEN PERIÓDICOS. LAS REVIS-
TAS PROPORCIONAN ANÁLISIS Y DIVERSAS FORMAS DE INTERPRETAR LAS
NOTICIAS MÁS RECIENTES, CON LOS PUNTOS DE VISTA DE SUS COMENTA
RISTAS Y COLUMNISTAS. PARA "VIVIR INTENSAMENTE" UNA HISTORIA
NO HAY COMO EL IMPACTO EMOCIONAL QUE PROVOCA EL CINE. LA ES-
PONTANEIDAD Y VARIEDAD DE ESTACIONES DE RADIO PUEDEN PROPORCIO
NAR UNA EXCELENTE COMPAÑÍA, POR MUCHAS HORAS DIARIAS, A QUIE-
NES REALIZAN DIVERSAS LABORES COTIDIANAS. POR ÚLTIMO -HASTA -
VER QUÉ MÁS INVENTA LA TECNOLOGÍA-, LA TELEVISIÓN, CON SU GRAN
PENETRACIÓN PSICOLÓGICA, ENTRETiene Y MUESTRA A LA SOCIEDAD UN
ESPEJO CON EL REFLEJO DE LOS CAMBIOS Y LOS NUEVOS RUMBOS QUE
EL MUNDO TOMA. OFRECE UN CONJUNTO DE POSIBILIDADES, PARA TO-
DOS LOS GUSTOS Y NECESIDADES.

OBJETIVAMENTE, LA RADIO ES -COMO SE SEÑALA EN
INTRODUCCIÓN DE ESTE TRABAJO -UN MEDIO DE COMUNICACIÓN COLEC
TIVA CON GRAN VERSATILIDAD. PODEMOS INCLUSO, ENUMERAR SUS -

MÁS IMPORTANTES CARACTERÍSTICAS -SI BIEN NO TODAS-, QUE LE HAN DADO UN LUGAR ESPECIAL EN LA SOCIEDAD MODERNA:

A).- ESTIMULA Y PERMITE EL USO DE LA IMAGINACIÓN POR PARTE DEL RADIOESCUCHA: AUNQUE YA SE HA AHONDADO BASTANTE EN ESTE PUNTO, VALE DESTACAR QUE LA RADIO, GRACIAS A SU NATURALEZA AUDITIVA, POSIBILITA EL DESARROLLO DE LA CREATIVIDAD Y LA FANTASÍA DE LA PERSONA, APARTADO EN EL QUE LA TELEVISIÓN ES MUY CRITICADA POR ABSORBER LA VISTA Y EL OÍDO DEL TELESPECTADOR, - SIN PERMITIR UN NORMAL EJERCICIO MENTAL.

B).- EL COSTO DEL APARATO RADIORECEPTOR ES ACCESIBLE A TODAS LAS CLASES SOCIALES: LA COMPARACIÓN FORZOSA EN ESTE PUNTO ES CON EL COSTO DE UN TELERECEPTOR, PERO CREO QUE QUEDA BASTANTE CLARO QUE ECONÓMICAMENTE HABLANDO ES MUCHO MÁS BARATO ADQUIRIR UN RADIO. CIERTAMENTE SERÁ DIFÍCIL ENCONTRAR UN HOGAR MEXICANO QUE NO TENGA UNA TELEVISIÓN -MÁS TODAVÍA SI SE TRATA DEL MEDIO URBANO-, PERO EN EL MISMO SENTIDO TAMBIÉN ES UN HECHO QUE EN MUCHOS HOGARES NO ÚNICAMENTE SE TIENE UNO, SINO VARIOS APARATOS RADIORECEPTORES.

C).- SU SEÑAL PUEDE SER RECIBIDA MIENTRAS SE REALIZAN OTRAS ACTIVIDADES: EL QUE MUCHAS PERSONAS ESCUCHEN DIARIAMENTE Y POR VARIAS HORAS LA RADIO, SE DEBE A QUE ÉSTA NO ES ABSORBENTE. LOS MEDIOS EXCLUSIVAMENTE VISUALES -COMO LOS LIBROS, PERIÓDICOS Y REVISTAS DEMANDAN CONCENTRACIÓN PARA LA CORRECTA RECEPCIÓN DEL MENSAJE MIENTRAS QUE LOS MEDIOS AUDIOVISUALES COMO EL CINE Y LA TELEVISIÓN SON AÚN MÁS PENETRANTES EN LA ATEN-

CIÓN DEL RECEPTOR. DE AHÍ EXACTAMENTE EL GRAN IMPACTO PSICOLÓGICO DE ESTOS ÚLTIMOS. LA RADIO, MUY AL CONTRARIO, PERMITE LA REALIZACIÓN DE OTRAS TAREAS MIENTRAS SE LE OYE. PUEDE OCURRIR INCLUSO QUE SE LE OIGA AUNQUE NO SE LE ESCUCHE EN TODA LA EXTENSIÓN DE LA PALABRA, CON LO QUE SE DESTACA UNA CARACTERÍSTICA IMPORTANTE DE LA RADIO: ES UN MEDIO DE ENTRETENIMIENTO, DE ACOMPAÑAMIENTO.

(CUANDO ASÍ OCURRE, COMO SE HA DEMOSTRADO, QUE EL AUDITORIO ESCUCHA EL MENSAJE ES PRECISAMENTE DURANTE LA EMISIÓN DE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS. NO EN VANO LA TARIFA MÁS CARA PARA UN SPOT ES CUANDO SE LE INCLUYE EN ALGÚN NOTICIERO, POR TENER UNA RECEPCIÓN MÁS ATENTA DE PARTE DE QUIENES ACOMPAÑAN SUS LABORES COTIDIANAS CON EL RADIO).

D).- EL TIEMPO DE EXPOSICIÓN A SUS MENSAJES PUEDE SER MUY PROLONGADO: LOS ADOLESCENTES PERMANECEN MÁS TIEMPO FRENTE A LA TELEVISIÓN QUE JUNTO AL RADIO, PERO LA POBLACIÓN ECONÓMICAMENTE ACTIVA PUEDE ESCUCHAR MÁS HORAS DE RADIO QUE LAS QUE VE DE TELEVISIÓN, ES DECIR, CUANDO NO SE TIENE MUCHO QUÉ HACER SE PUEDE VER MÁS TELEVISIÓN. COMO YA SE HABÍA MENCIONADO EN EL INCISO ANTERIOR, LA RADIO NO ES ABSORBENTE, LO QUE PERMITE AL OBRERO ESCUCHARLA MIENTRAS LABORA 8 HORAS DIARIAS EN LA FÁBRICA, AL IGUAL QUE EL MECÁNICO EN SU TALLER, EL ALBAÑIL EN LA OBRA, EL AMA DE CASA EN EL HOGAR O EL BURÓCRATA EN LA OFICINA.

e).- OFRECE MUCHAS VARIANTES EN CANALES Y FRECUENCIAS. EN LA CIUDAD DE GUADALAJARA SE PUEDEN RECIBIR CERCA DE 40 SEÑALES PRODUCIDAS EN LAS BANDAS DE AMPLITUD Y FRECUENCIA MODULADAS, ES DECIR, EN A.M. Y F.M., MIENTRAS QUE SÓLO SE PRODUCEN DOS SEÑALES TELEVISIVAS LOCALES. EN CUANTO A GUSTOS MUSICALES, PREFERENCIAS INFORMATIVAS Y POSIBILIDADES PUBLICITARIAS DE ALCANZAR EL SEGMENTO DE MERCADO BUSCADO, LA RADIO ES SUPERIOR A LA TELEVISIÓN, MEDIO, ESTE ÚLTIMO, QUE TIENE QUE SATISFACER LOS GUSTOS DE UN PÚBLICO MÁS HETEROGÉNEO QUE LOS ALCANZADOS CON LOS DIFERENTES CANALES DE RADIO.

f).- ES EL MEDIO CON LA MÁXIMA AMPLITUD SOCIAL: PRO AMPLITUD SOCIAL ENTENDEMOS NÚMERO DE PERSONAS. EN ESTE SENTIDO, LA RADIO EN SU CONJUNTO, O SEA, TODAS LAS FRECUENCIAS DE RADIO UTILIZADAS POR DIVERSAS ESTACIONES JUNTAS, ALCANZA UN MAYOR NÚMERO DE PERSONAS QUE SU COMPETIDORA MÁS CERCANA: LA TELEVISIÓN. SIN EMBARGO, VALE LA PENA ACLARAR QUE SI BIEN LO ANTES DICHO ES CONTUNDENTE, NO DEBEMOS CAER EN EL ERROR DE AFIRMAR QUE LA AUDIENCIA DE UNA -REMARQUESE UNA- ESTACIÓN DE RADIO ES MAYOR QUE LA DE UNA DE TELEVISIÓN, PORQUE EN LA MAYORÍA DE LOS CASOS ES EXACTAMENTE AL REVÉS.

g).- ES EL MEDIO INFORMATIVO MÁS RÁPIDO: SI UN IMPORTANTE POLÍTICO ESTUVIERA HACIENDO DECLARACIONES TRASCENDENTES PARA EL ACONTECER DEL PAÍS, EN UNA RUEDA DE PRENSA, - ¿EL REPORTERO DE QUÉ MEDIO HARÍA LLEGAR LA INFORMACIÓN AL AUDITORIO DE LA MANERA MÁS RÁPIDA?. ÉL DE PERIÓDICO TENDRÍA QUE

ESCRIBIR SU INFORMACIÓN Y ESPERAR A QUE SE IMPRIMIERA, PARA SER LEÍDA VISUAL (LLEVÁNDOLA EN VIDEOCINTA O ENVIÁNDOLA VÍA SATÉLITE) A LA TELEEMISORA, SI SE QUIERE PENSAR EN LA POSIBILIDAD DE QUE ENVÍE LA INFORMACIÓN POR TELÉFONO; SALVO CLARO, CUANDO DE ANTEMANO SE SABE QUE LA NOTICIA SERÁ DE RELEVANCIA NACIONAL Y PREVIAMENTE SE HACEN LOS ARREGLOS PARA TRANSMITIR EN VIVO, POR ÚLTIMO, EL REPORTERO DE RADIO PUEDE TOMAR EL TELÉFONO INMEDIATAMENTE DESPUÉS DE TERMINAR LA RUEDA DE PRENSA Y HACER LLEGAR LA INFORMACIÓN AL AUDITORIO EN CUESTIÓN DE MINUTOS.

AHORA ASÍ MISMO, SE UTILIZAN LOS "WALKIES TALKIES" A TRAVÉS DE LOS CUALES EL REPORTERO PERMANECE ENLAZADO DIRECTAMENTE CON SU ESTACIÓN Y EL ENVÍO DE LA INFORMACIÓN ES DE ACUERDO A COMO ÉSTA VAYA PRODUCIÉNDOSE. INCLUSO, SI SE ESTUVIERA COMPLETIENDO EN VELOCIDAD -AL REFERIRSE A RADIO Y T.V. -TAL VEZ AMBOS PUDIERAN HACER LLEGAR LA NOTA AL MISMO TIEMPO A SUS RESPECTIVAS REDACCIONES, ES PROBABLE QUE EL AUDITORIO SE ENTERARA PRIMERO POR LA RADIO PORQUE EN MUCHAS ESTACIONES HAY NOTICIEROS CADA HORA Y EN LA TELEVISIÓN ÉSTOS SE TRANSMITEN DE FORMA ESPARCIDA, DURANTE EL DÍA.

LO DICHO EN ESTE ÚLTIMO INCISO DEBE TENERSE MUY EN CUENTA EN LOS SIGUIENTES CAPÍTULOS, ESPECIALMENTE POR DARLE GRAN IMPORTANCIA INFORMATIVA A LA RADIO.

CAPITULO III.- SITUACION Y FUNCION ACTUAL DE LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADALAJARA.

LA RADIO CONSTITUYE LA MÁXIMA EXPERIENCIA IMAGINATIVA ENTRE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA. POR SER EL ÚNICO MEDIO QUE EXCLUSIVAMENTE UTILIZA EL CANAL AUDITIVO, NO SÓLO NO NECESITA MOSTRAR GRÁFICAMENTE IMÁGENES, SINO QUE ADEMÁS MOTIVA Y DESPIERTA EN EL RECEPTOR EL USO DE SU IMAGINACIÓN, DE SU FANTASÍA, DE SU AUTOINVENCIÓN.

LOS LIBROS Y EL PERIÓDICO CIERTAMENTE DESPIERTAN EN LOS LECTORES SU NECESIDAD DE IMAGINAR PERSONAS, HECHOS, LUGARES, PERO DE UNA FORMA MENOS EMOTIVA QUE LA RADIO. EL CONTAR CON MÚSICA EN GRAN PARTE DE SU PROGRAMACIÓN HA HECHO DE LA RADIO EL MEDIO MÁS IMAGINATIVO.

SUPONGAMOS LA NARRACIÓN DE UN PARTIDO DE FUTBOL. LA CRÓNICA QUE LA PRENSA PRESENTARÁ AL DÍA SIGUIENTE ESTÁ FUERA DE LA COMPETENCIA POR VER QUÉ MEDIO DESARROLLA MÁS LA CREATIVIDAD IMAGINATIVA DEL RECEPTOR. POR TANTO, QUEDAN EN LA COMPETENCIA LA RADIO Y LA TELEVISIÓN. LA TELEVISIÓN, CON EL AUXILIO DE LA IMÁGEN VISUAL, SE CONCRETARÁ A APOYAR LO QUE EL RECEPTOR ESTÁ VIENDO Y, EN CONSECUENCIA, YA NO TIENE QUE IMAGINAR. EN CAMBIO, EL LOCUTOR DE RADIO TIENE QUE ECHAR MANO DE MÁS RECURSOS EN SU NARRACIÓN: VARIAR LOS RITMOS, SUBIR EL VOLÚMEN, IMPRIMIR EMOCIÓN O, DICHO DE OTRA FORMA, JUGAR CON SU VOZ PARA MOTIVAR AL RADIOESCUCHA A ADIVINAR E INVENTAR LAS SITUACIONES QUE SE DESARROLLAN DENTRO DEL PARTIDO.

CLASIFICACIÓN DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS DE RADIO.

PROGRAMAS DE OPINIÓN.- SON ESPACIOS QUE, MÁS QUE INFORMATIVOS, SON ORIENTADORES DE LA OPINIÓN PÚBLICA. SE PUEDEN HACER MESAS REDONDAS Y SOMETER UN TEMA A JUICIO ANALÍTICO Y CRÍTICO.

RADIORREVISTA.- TIENE COMO CARACTERÍSTICA ESPECIAL LA FORMA DE PROMOVER LA NOTICIA Y COMENTARLA. PERMITE LOS REPORTAJES, LAS ENTREVISTAS, LAS POLÉMICAS EN FORMA MÁS AMPLIA Y PROFUNDA. SE PRESTA PARA MONTAJES CON MUSICALIZACIÓN, EFECTOS SONOROS Y RUIDOS, ENTRE OTROS.

AVANCE NOTICIOSO.- CONSISTE EN LAS INFORMACIONES QUE SE DAN EN CUALQUIER MOMENTO Y EN MUCHOS CASOS EN EL INSTANTE MISMO EN QUE ELAS SE PRODUCEN. POR EJEMPLO, FLASHES INFORMATIVOS.

NOTICIERO.- SE DEDICA ÚNICA Y EXCLUSIVAMENTE A DAR NOTICIAS EN FORMA ESCUETA Y CONCRETA. SEAN INTERNACIONALES, NACIONALES O LOCALES.

MICRONOTICIEROS.- ES UNA PEQUEÑA SECCIÓN INFORMATIVA QUE EN FORMA REGULAR Y PERIÓDICA PRESENTAN LAS EMISORAS CADA HORA O CADA MEDIA HORA (19).

BREVES APUNTES SOBRE EL PERIODISMO RADIOFÓNICO EN GUADALAJARA.

CONSTRUYENDO UNA ESTACIÓN EXPERIMENTAL, ALLÁ POR

1909, EL DOCTOR CHARLES DAVID HEROLD SENTÓ EL INICIO DE LO QUE PODRÍAMOS CONSIDERAR EL PERIODISMO RADIOFÓNICO UNIVERSAL.

EL AVANCE DE LA RADIO INFORMATIVA EN EL MUNDO NOS LLEVA EN 1916 CON DAVID SARNOFF, QUIEN REALIZÓ EMISIONES DE NOTICIAS EN FORMA REGULAR, HASTA FORMAR, POCO DESPUÉS, LA EMPRESA RCA. PAULATINAMENTE, LOS PROGRAMAS NOTICIOSOS FUERON AVANZANDO Y A MEDIADOS DE LA DÉCADA DE LOS 20 SE IMPULSA FUERTEMENTE EL DESARROLLO DE LOS MISMOS, AL GRADO QUE EN POCO TIEMPO CRECE EL NÚMERO DE ESTACIONES Y, EN CONSECUENCIA, DE OYENTES.

LA POPULARIDAD DE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS SE ESTANCÓ UN POCO DEBIDO A QUE LA MAYORÍA DE LAS ESTACIONES EXISTENTES NO CONTABAN CON EL PERSONAL Y LAS INSTALACIONES PARA SATISFACER LAS CRECIENTES DEMANDAS DE UN AUDITORIO SEDIENTO DE INFORMACIÓN.

" EN 1920, EL SECRETARIO DE COMUNICACIONES DE NUESTRO PAÍS, ING. PASCUAL ORTIZ RUBIO, DESPUÉS DE RECONOCER EL FRACASO QUE HABÍAN RESULTADO LAS ESTACIONES INALÁMBRICAS, DEBIDO A LA INEPTITUD DEL PERSONAL QUE MANEJABA LOS APARATOS, PROPUSO LA CREACIÓN DE UNA ESCUELA INALÁMBRICA, EN LA QUE SE CURSARÍA UNA CARRERA COMPLETA SOBRE RADIOTELEGRAFÍA, DESTINANDO LA ESTACIÓN DE CHAPULTEPEC PARA LA PRÁCTICA DE LOS ALUMNOS.

EL AÑO SIGUIENTE, EL 27 DE SEPTIEMBRE DE 1921, SE INAUGURARON LAS ESTACIONES DE TELEFONÍA INALÁMBRICA ESTABLECIDAS EN EL PALACIO LEGISLATIVO Y EN EL BOSQUE DE CHAPULTEPEC, REALI -

ZÁNDOSE ADEMÁS LA PRIMERA TRANSMISIÓN OFICIAL POR RADIOTELEFONÍA COINCIDENTEMENTE, EL MISMO DÍA, DESDE LA CABINA CONSTRUIDA EXPROFESÓ EL DESAPARECIDO TEATRO IDEAL, DE LA CALLE DE DOLORES, EN PLENO CORAZÓN DE LA URBE, SE REALIZÓ LA PRIMERA TRANSMISIÓN RADIODIFÓNICA DE LA EMISORA DE LOS HERMANOS ADOLFO ENRIQUE Y PEDRO GÓMEZ FERNÁNDEZ MEDIANTE UN PEQUEÑO TRANSMISOR DE FOREST DE 20 WATTS, CONSTITUYÉNDOSE EN LA EMISIÓN PIONERA DE LA RADIODIFUSIÓN PRIVADA EN MÉXICO.

EN 1922, EMILIO AZCÁRRAGA TRAE AL PAÍS LA CONCEPCIÓN EXCLUSIVA PARA DISTRIBUIR EN EL TERRITORIO MEXICANO LOS RADIORRECEPTORES DE LA RCA, LOS VÍCTOR TALKING MACHINE.

EN EL CASO DE JALISCO, ES EN LA DÉCADA CITADA-LA DE LOS VEINTES-CUANDO SE DA EL AUGE Y LA EXPANSIÓN DE LA RADIOTELEFONÍA. EN 1923, LA RADIOTELEFONÍA ERA UN HECHO; EN LOS TERRENOS DEL AGUA AZUL SE ENCONTRABA INSTALADA UNA ESTACIÓN INALÁMBRICA JALISCIENSE.

PARA JUNIO DEL MISMO AÑO, LA CAPITAL DEL ESTADO FORMABA PARTE DE UN AMBICIOSO PROYECTO PRESENTADO POR EL PRESIDENTE OBREGÓN, PARA ESTABLECER SEIS GRANDES ESTACIONES DE RADIO, EN DIFERENTES CIUDADES DE LA REPÚBLICA. LA INTENCIÓN ERA CUBRIR POR MEDIO DE UNA RED RADIOTELEFÓNICA TODO EL TERRITORIO NACIONAL LAS ESTACIONES DEBERÍAN TENER UNA POTENCIA DE TRANSMISIÓN TAL QUE LES PERMITIERA:

QUE LA ESTACIÓN CENTRAL MÉXICO, PUDIERA SER OÍDA EN TODAS LAS CIUDADES DEL TERRITORIO MEXICANO CON TELEFONÍA INALÁMBRICA.

QUE PUDIERAN COMUNICARSE TODAS LAS ESTACIONES ENTRE SÍ, TAMBIÉN CON TELEGRAFÍA Y

QUE TUVIERAN UN RADIO NO MENOR DE 300 Kms, COMO ALCANCE MEDIO DIURNO POR TELEFONÍA.

INICIALMENTE SE ESTABLECERÍAN ESTACIONES EN LAS CIUDADES DE MÉXICO Y GUADALAJARA POR SER ÉSTAS, INDUDABLEMENTE, LAS QUE ABARCAN MÁS ZONAS AGRÍCOLAS Y POR TENER AMPLÍSIMO MATERIAL QUE TRANSMITIR. NO OBSTANTE, LA INICIATIVA NO LLEGÓ A CONCRETIZARSE.

LA POSIBILIDAD DE DIFUSIÓN MASIVA -PARTICULARMENTE EN SU DIMENSIÓN PROPAGANDÍSTICA-INHERENTES AL MEDIO, NO PASARON DESAPERCIBIDAS POR DIVERSOS SECTORES SOCIALES. ASÍ, A FINALES DE ESTE AÑO, LA CROM HABÍA INSTALADO EN SU EDIFICIO DE LA CIUDAD DE MÉXICO UNA ESTACIÓN DE RADIO-TELEFONÍA PARA RECIBIR Y TRANSMITIR, ENTRE OTROS, CONFERENCIAS Y CONCIERTOS, SU PROPÓSITO ERA DE QUE EN LA MEDIDA QUE LAS CONDICIONES ECONÓMICAS DE LOS OBREROS LO PERMITIERAN, SE LES PROVEERÍA DE APARATOS RECEPTORES A LOS DEL INTERIOR DEL PAÍS.

AUNQUE NO ES FACTIBLE PRECISAR LA FECHA, TODO HACE SUPONER QUE EN EL CURSO DE 1924, ENTRÓ EN OPERACIÓN LA QUE

PODRÍA SER CONSIDERADA COMO LA PRIMERA EMISORA RADIOTELEFÓNICA EN GUADALAJARA. SU FORJADOR FUE EL SEÑOR WENDEL COX Y LA DIFUSORA EN CUESTIÓN CONSTABA DE UN TRANSMISOR DE 5 WATTS DE POTENCIA Y ESTABA INSTALADA EN EL ANTIGUO HOTEL DE SAN FRANCISCO, UBICADO EN LAS CALLES DE PRISCILIANO SÁNCHEZ Y COLÓN NÚMERO 109, CON EL PROPÓSITO DE CONSTRUIR UNA EMPRESA PARA LA ADQUISICIÓN Y EXPLOTACIÓN DE UNA PLANTA TRANSMISORA DE RADIOTELEFONÍA DE 100 WATTS.

EN SEPTIEMBRE DE 1925, SE ENCONTRABA EN OPERACIÓN EN EL ESPACIO AÉREO DE JALISCO, UNA ESTACIÓN RADIOTELEFÓNICA LOCAL; EN AQUELLOS TIEMPOS, LA RADIOTELEFONÍA TENÍA UN CARÁCTER FUERTEMENTE EXPERIMENTAL, LAS EMISIONES ERAN MUY ARTESANALES Y CON FRECUENCIA ERAN RECIBIDAS EN RECEPTORES QUE LOS MISMOS RADIOESCUCHAS HABÍAN CONSTRUIDO.

LAS PRIMERAS NOTICIAS SOBRE LA EXISTENCIA DE UNA RADIODIFUSORA QUE OFRECIERA UNA TRANSMISIÓN SISTEMÁTICA Y PERMANENTE, DATAN DE 1928. EN LA ENCICLOPEDIA DE MÉXICO SE AFIRMA QUE EN 1925 OPERABAN 11 ESTACIONES RADIODIFUSORAS: 7 EN LA CAPITAL Y 4 EN LA PROVINCIA; EN 1928 FUNCIONABAN YA OTRAS EN VERACRUZ, GUADALAJARA, CIUDAD JUÁREZ, TAMPICO Y SAN LUIS POTOSÍ, TODAS EN ONDA LARGA.

DE LAS ANTERIORES, LA UBICADA EN GUADALAJARA, EN LOS ALTOS DEL TEATRO DEGOLLADO CONTABA CON UNA POTENCIA DE 100 WATTS Y TRANSMITÍA SOLAMENTE DOS VECES POR SEMANA, DE LAS 19 A LAS 21 HORAS, ERA DIRIGIDA POR LOS HERMANOS ALBERTO Y RAMÓN PA-

LOS SAUZA. A SU ENTORNO SE HABÍA CONFORMADO EL DENOMINADO "CLUB DE RADIO DE GUADALAJARA" QUE SE ENCARGABA DE PROMOCIONAR LOS EVENTOS REALIZADOS POR LA EMISORA.

CABE RECORDAR QUE EL SEGUNDO LUSTRO DE LA DÉCADA DE LOS AÑOS VEINTES, SE SIGNIFICÓ ESPECIALMENTE PARA JALISCO, COMO UNA ÉPOCA DE PROFUNDA INESTABILIDAD POLÍTICA, SUCEDIÉNDOSE EN EL LAPSO DE 5 AÑOS HASTA SEIS GOBERNADORES, ALGUNOS DE LOS CUALES ESTUVIERON EN EL PODER UNOS CUANTOS DÍAS. ADEMÁS, EL ESTALLIDO POLÍTICO-RELIGIOSO DENOMINADO COMO LA CRISTIADA, ADQUIRIÓ EN EL ESTADO DIMENSIONES PARTICULARMENTE ÁLGIDAS QUE ORILLARON AL ENFRENTAMIENTO DE VARIOS SECTORES SOCIALES.

AUNQUE EL PÚBLICO RADIOESCUCHA SE INTEGRABA MAYORITARIAMENTE POR AFICIONADOS ENTUSIASTAS DEL NUEVO INVENTO, LA TENDENCIA HACIA EL CONTAGIO DE SECTORES CADA VEZ MÁS AMPLIOS POR LA RADIODIFUSIÓN, SE HACE EVIDENTE EN LA PROLIFERACIÓN DE ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES DEDICADOS A LA VENTA DE RECEPTORES DE RADIO, QUE SE INSTALARON EN LA CIUDAD EN EL AÑO DE 1930. HUBO QUIENES PENSARON EN SU UTILIZACIÓN COMERCIAL; PERO TAMBIÉN HUBO QUIENES, INTUYENDO SU PODEROSA DIFUSIÓN, SE AVENTURARON A ELABORAR PROYECTOS PARA HACER DE LA RADIO UN INSTRUMENTO PREFERENTEMENTE ORIENTADO HACIA EL SERVICIO PÚBLICO, EN LUGAR DE LA ACTIVIDAD RENTABLE.

LOS AÑOS 30 SE SIGNIFICARON POR EL IMPRESIONANTE AUGE DE LA RADIODIFUSIÓN CONCESIONADA. PARA 1932 ELADIO SAUZA, RAMÓN PRÉSTEGUI Y LAURO ARÉSTEGUI, CONSTITUYERON LA EMPRESA RA-

DIO FONOGRAFICA DE GUADALAJARA, CUYO OBJETIVO INICIAL QUE ENFO -
CAR SUS BATERIAS HACIA EL IMPACTO PUBLICITARIO, CON SUS DOS ESTA
CIONES, UNA EN ONDA CORTA Y OTRA EN ONDA LARGA, IDENTIFICADA POR
LAS SIGLAS XED.

A CONTINUACION LA PROGRAMACION DEL DOMINGO 9 DE
OCTUBRE DE 1932 DE LA XED:

DE LAS 12 A LAS 13 HRS.	HORA DEL COCKTAIL
DE LAS 14 A LAS 15 HRS.	HORA COMERCIAL
DE LAS 18:30 A LAS 20 HRS.	OPERA "PAYASOS"
DE LAS 20 A LAS 21 HRS.	CADENA XEW "CONCIERTO AZTECA"
DE LAS 21 A LAS 21:30 HRS.	RUBRICAS MUSICALES
DE LAS 21:30 A LAS 22:30 HRS.	MUSICA SELECTA
A ULTIMA HORA	BOLETIN DE "LAS NOTICIAS"

ES NECESARIO RESALTAR LA PRESENCIA DEL BOLETIN NO
TICIOSO, REALIZADO EN COLABORACION CON EL DIARIO "LAS NOTICIAS"
Y QUE CONTENIA INFORMACIONES DE ULTIMA HORA, TANTO LOCALES COMO
DEL RESTO DEL PAIS, CONSTITUYENDOSE DICHO PROGRAMA, EN EL PRIMER
NOTICIERO RADIOFONICO QUE SE HAYA TRANSMITIDO EN LA CIUDAD.

PARA ESOS TIEMPOS, HABIAN EN EL ESTADO 36 ESTACIO
NES NACIONALES Y 46 NORTEAMERICANOS, QUE TRANSMITIAN DESDE LOS -
MAS DIVERSOS PUNTOS GEOGRAFICOS, DEL TERRITORIO NACIONAL Y DE LA
UNION AMERICANA.

HACIA 1938 OPERABAN EN EL PAIS 72 EMISORAS, PARA
1940 EL NUMERO SE HABIA INCREMENTADO A 113, AQUI EN JALISCO, EN

1938, DON ELADIO SAUZA RENUEVA LA XED CON UNA SERIE DE PROGRAMAS ESPECIALES A LO LARGO DE UNA SEMANA. EL 8 DE NOVIEMBRE DE ESE MISMO AÑO, EL SEÑOR TIMOTEO SALVADOR NÚÑEZ GONZÁLEZ Y LA SEÑORITA CARMEN VILLASEÑOR INTEGRAR LA SOCIEDAD DENOMINADA "RADIODIFUSORA DE OCCIDENTE".

FINALMENTE, LOS ÚLTIMOS DÍAS DE NOVIEMBRE INICIA SUS TRANSMISIONES DE PRUEBA LA XELW "RADIO OCCIDENTAL" EN ONDA LARGA. A PRINCIPIOS DE 1939, EL GOBERNADOR EVERARDO TOPETE, DA LECTURA A SU ÚLTIMO INFORME DE GOBIERNO, EL QUE FUÉ TRANSMITIDO POR LA XED.

EN 1939, LOS ACCIONISTAS SALVADOR NÚÑEZ Y CARMEN VILLASEÑOR, INAUGURAN LOS TRABAJOS FORMALES DE XEIK, EL 13 DE ABRIL DE 1940 SE INAUGURA LA XEDK, "RADIO SONIDO DE OCCIDENTE", PERTENECÍA A LOS HERMANOS SALVADOR Y ALFREDO VÁZQUEZ TELLO.

EL 29 DE ABRIL DE 1940 SE INSTALA EN GUADALAJARA LA XEAD, RADIODIFUSORA CONCESIONADA AL SEÑOR DÍAZ GUERRA, QUIEN LA HABÍA FUNDADO 4 AÑOS ATRÁS EN LA CIUDAD DE AGUASCALIENTES, AGS. CON ELLA INICIA UNA NUEVA ETAPA DE LA RADIODIFUSIÓN JALISCIENSE, ORIENTADA HACIA LA BÚSQUEDA DE RENTABILIDAD MEDIANTE LA UTILIZACIÓN PREFERENCIAL DEL MEDIO RADIOFÓNICO, COMO VEHÍCULO DE DIFUSIÓN PUBLICITARIA." (20).

EN MATERIA DE RADIO INFORMATIVA.....

EL NACIMIENTO DE LA RADIO INFORMATIVA EN GUADALAJ

JARA DEBE SITUARSE DURANTE LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, ACONTECI - MIENTO QUE, POR SU MAGNITUD Y TRASCENDENCIA, OBLIGÓ A LAS ESTA - CIONES LOCALES A CREAR ESPACIOS INFORMATIVOS SOBRE EL DESARROLLO DE LA CONTIENDA.

CUANDO ESTALLA LA SEGUNDA GUERRA MUNDIAL, COMIEN - ZA A LLEGAR INFORMACIÓN PROCEDENTE DE LA CAPITAL DEL PAÍS POR LA VÍA DEL RADIO, HABÍA DOS CADENAS PRINCIPALES: LA XEW QUE TRANSMI - TÍA EL NOTICIERO "CARTA BLANCA" Y LA CADENA PANAMERICANA DE LA XEQ, QUE SE HACÍA LLAMAR LA "CADENA AZUL", LA CUAL TRANSMITÍA IN - FORMACIÓN DIARIAMENTE EN HORARIOS DETERMINADOS.

EL PRIMER PROGRAMA ESPECIALIZADO EN GUADALAJARA FUÉ EL "REPORTERO NOCTURNO CANADÁ DRY", QUE PASABA TODAS LAS NO - CHES POR LA XEHL EN LA ÉPOCA DE LOS 40 Y ESTABA A CARGO DEL SR. ADOLFO FLORES, QUIEN TUVO LA IDEA DE HACER ACOPIO DE LA INFORMA - CIÓN ORIGINADA DURANTE EL DÍA, EN LA "W" Y DE LO QUE LEÍA EN LA PRENSA; DURANTE LAS NOCHES SE HACÍA UN RESUMEN DE LOS PRINCIPA - LES ACONTECIMIENTOS.

POR LOS MISMOS AÑOS, UN INGENIERO DE NOMBRE MARIO LOZANO ESCUCHABA LAS TRANSMISIONES QUE LLEGABAN EN ONDA CORTA Y ARMABA UN NOTICIERO AGREGÁNDOLE NOTICIAS NACIONALES Y LOCALES QUE SACABA DE LOS PERIÓDICOS, PERO ÉSTAS ERAN UN COMPLEMENTO, YA QUE EL PRINCIPAL TEMA ERA LA GUERRA, ESTE NOTICIERO PASABA DOS VECES AL DÍA POR LA XELW (ESTACIÓN YA DESAPARECIDA), QUE SE UBICABA EN LA FRECUENCIA QUE ACTUALMENTE TIENE "RADIO RANCHITO", LO ANTERIOR

SE SIGNIFICA DE ACUERDO A LOS DATOS CONSULTADOS COMO EL SEGUNDO PASO MÁS FORMAL DEL PERIODISMO RADIOFÓNICO EN GUADALAJARA.

TERMINA LA GUERRA Y PASAN VARIOS AÑOS SIN QUE VA RÍEN SIGNIFICATIVAMENTE LOS NOTICIEROS LOCALES.

EL GRAN SALTO SE DÁ EN LA ÉPOCA DE LOS CINCUENTA, MÁS CONCRETAMENTE EN 1957, CUANDO EL SEÑOR IDELFONSO LOZA MÁRQUEZ, PERIODISTA VALIENTE, DINÁMICO Y MUY CONOCIDO A NIVEL NACIONAL, HACE UN PROGRAMA NOTICIOSO DENOMINADO "LA GACETA DEL AIRE", DE UNA HORA DE DURACIÓN, QUE SE TRANSMITÍA POR LA ESTACIÓN XEAB, ACTUALMENTE CANAL 58, Y QUE EN AQUEL TIEMPO SE LLAMABA "RADIO - GUADALAJARA".

COMO SU NOMBRE LO INDICA, "LA GACETA DEL AIRE", PRETENDÍA SER UN PERIÓDICO RADIOFÓNICO Y ESTABA ESTRUCTURADO COMO TAL, ES DECIR, CONTABA CON SECCIÓN EDITORIAL, INFORMACIÓN INTERNACIONAL, LOCAL, DEPORTIVA, REPORTAJES Y HASTA SECCIÓN DE SOCIALES.

LOZA MÁRQUEZ CONTRATÓ A TODO UN EQUIPO DE PERIODISTAS PROFESIONALES, COMO JOSÉ JORGE VÁZQUEZ, QUE TRABAJÓ EN LA SECCIÓN DE SOCIALES, EN LA INFORMACIÓN LOCAL ESTABA UN REPORTERO DE "EXCÉLSIOR" YA FALLECIDO, FRANCISCO FIGUEROA DURÁN, EN LA SECCIÓN DE ENTREVISTAS TRABAJABAN INDISTINTAMENTE FRANCISCO LEAL GONZÁLEZ, TODAVÍA ACTIVO, GREGORIO CABRAL COLUMNISTA ACTUALMENTE, JUAN MANUEL FERNÁNDEZ DE CASTRO QUE LUEGO SALIÓ DEL PE -

RIODISMO PARA DEDICARSE DE LLENO A LA POLÍTICA.

LA SECCIÓN DE NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES QUEDÓ A CARGO DE ARMANDO MORQUECHO PRECIADO. EN LA SECCIÓN DEPORTIVA ESTABAN SUSANO SANTOS FLORES, LEÓN SÁNCHEZ ARROYO - "FRAY LEÓN", JUAN MANUEL ROJO Y NACHO GONZÁLEZ. EL EDITORIALISTA ERA UN VIEJO PERIODISTA YA FALLECIDO, EL ING. LUIS MANUEL - VÁZQUEZ CORONA, QUIEN TENÍA CONOCIMIENTOS DE POR LO MENOS 5 IDIOMAS Y SE PASABA LA NOCHE ESCUCHANDO NOTICIAS EN LA ONDA CORTA, DE DONDE OBTENÍA LAS NOTAS INTERNACIONALES; PERO LAS INFORMACIONES NACIONALES SE CONTABAN A TRAVÉS DE UN SERVICIO DE AGENCIA Y, PARA LAS LOCALES, POR PRIMERA VEZ, SE HABILITÓ A REPORTEROS DEDICADOS A CUBRIR DIFERENTES FUENTES.

"LA GACETA DEL AIRE" LOGRÓ TENER UN IMPACTO EXTRAORDINARIO, ERA TRANSMITIDO DE 9:30 A 10:30 DE LA NOCHE Y TENÍA COMERCIALES INTERCALADOS.

EN EL PROGRAMA NÚMERO 100 SE REALIZÓ UNA CELEBRACIÓN ESPECIAL, PORQUE A ESAS ALTURAS LA TRANSMISIÓN ERA TODO UN ÉXITO QUE NECESITABA MÁS ESPACIOS PARA PODER COMUNICAR LO QUE LA GENTE PEDÍA. SE CREARON OTROS TIPOS DE SECCIONES COMO LA DENOMINADA "EL PUEBLO QUIERE SABER", DONDE SE ESCUCHABA LA OPINIÓN DEL AUDITORIO, SE RESOLVÍAN SUS DUDAS SOBRE ALGÚN ASUNTO PÚBLICO Y SE LE INFORMABA TAMBIÉN SOBRE TEMAS DE INTERÉS LOCAL; O BIEN, SI SE HACÍA ALGUNA PREGUNTA QUE EL REPORTERO NO PUDIERA CONTESTAR EN ESE MOMENTO, SE IBA CON EL FUNCIONARIO CORRESPON -

DIENTE PARA OBTENER LA INFORMACIÓN REQUERIDA.

SIN EMBARGO, CON EL PASO DEL TIEMPO SURGEN PROBLEMAS INTERNOS Y EL AUTOR INTELLECTUAL, MATERIAL Y DIRECTOR OFICIAL, IDELFONSO LOZA MÁRQUEZ DECIDE RENUNCIAR Y CON ÉL, TODOS SUS COLABORADORES, QUIENES SE INTEGRAN A LAS DIFUSORAS PROPIEDAD DE DON ALEJANDRO DÍAZ GUERRA, QUE POSTERIORMENTE CONSTITUIRÍA LO QUE HOY SON RADIO COMERCIALES Y LAS ONDAS DE LA ALEGÍA, LUEGO DE LA SEPARACIÓN ECONÓMICA DE DOS DE SUS HIJOS.

PERO LA XEAB NO QUISO DAR SU ABRAZO A TORCER Y SOBRE LA MARCHA CONTRARON A UNA SERIE DE PERIODISTAS QUE INTEGRARON, DE LA NOCHA A LA MAÑANA, UN NOTICIERO QUE SE LE LLAMÓ "RADIO GACETA", DE FORMATO MUY SIMILAR Y QUE ERA TRANSMITIDO A LA MISMA HORA QUE "LA GACETA DEL AIRE", EN UNA FURIOSA COMPETENCIA POR CAPTAR MAYOR AUDITORIO.

EL TEMPERAMENTAL IDELFONSO LOZA MÁRQUEZ ROMPE TODA RELACIÓN COMERCIAL CON ALEJANDRO DÍAZ GUERRA Y DESAPARECE DEFINITIVAMENTE "LA GACETA DEL AIRE", POCO TIEMPO DESPUÉS CANAL 58 HACE LO MISMO CON "RADIO GACETA".

A PRINCIPIOS DE LOS AÑOS SETENTA SURGIÓ EL PRIMER PROYECTO DE "INFORJAL" EN RADIO COMERCIALES, QUE YA CONTABA CON UN PERSONAL ESPECIALIZADO PARA LA ELABORACIÓN DE NOTICIEROS RADIOFÓNICOS QUE TRANSMITÍAN DIARIAMENTE A DIVERSAS HORAS DEL DÍA.

EN "INFORJAL", SE LE DABA MUCHA IMPORTANCIA A

LA MUJER PERIODISTA, ACABANDO CON LA TENDENCIA MACHISTA QUE PREVALECÍA EN ESTE CAMPO, AL GRADO QUE PROGRAMAS IMPORTANTES LLEGARON A SER PRODUCIDOS Y DIRIGIDOS POR MUJERES.

"INFORJAL" ALCANZÓ UN DESARROLLO Y UNA PENETRACIÓN SIN PRECEDENTES, LLEGANDO A TRASCENDER EL ÁMBITO LOCAL Y OYÉNDOSE EN OTROS ESTADOS DE LA REPÚBLICA Y EL DISTRITO FEDERAL. FUE ENTONCES CUANDO LA EMPRESA DECIDIÓ DAR A LOS NOTICIEROS UNA DENOMINACIÓN MENOS LOCALISTA Y ASÍ NACIÓ LO QUE ACTUALMENTE ES "NOTISISTEMA", UNA DE LAS MÁS IMPORTANTES CADENAS DE PERIODISMO RADIOFÓNICO DE LA ENTIDAD.

CON EL TRANSCURRIR DE LA DÉCADA DE LOS 70, EL SURGIMIENTO DE NUEVOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS EN EL CUADRANTE DE GUADALAJARA FUE MAYOR, HASTA CONSTITUIRSE HOY EN LA PLAZA, QUE LUEGO DEL DISTRITO FEDERAL OFRECE MÁS OPCIONES INFORMATIVAS.

ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS DE RADIO TRANSMITIDOS ACTUALMENTE EN GUADALAJARA.

ANTES, PERMÍTASEME PRESENTAR UN BREVE DIAGNÓSTICO DE LA RADIO EN JALISCO.

A LA FECHA (ABRIL 1990) EXISTEN 62 EMISORAS DE RADIO EN EL ESTADO, DE LAS CUALES 44 SE LOCALIZAN EN GUADALAJARA, Y SÓLO 14 DE LOS 124 MUNICIPIOS DE LA ENTIDAD TIENE

NEN UNA ESTACIÓN.

CIUDAD GUZMÁN ES LA ÚNICA POBLACIÓN QUE TIENE 5, UNA DE ELLAS DE FM, QUE CON LA QUE OPERA EN PUERTO VALLARTA, -- SON LAS QUE TRANSMITEN FRECUENCIA MODULADA EN EL INTERIOR DEL ESTADO.

LA BARCA Y VALLARTA CUENTAN CON DOS EMISORAS; LAS 10 RESTANTES SE UBICAN EN AMECA, ATOTONILCO, AUTLÁN, MASCO TA, OCOTLÁN, SAN JUAN DE LOS LAGOS, TAMAZULA, TEPATITLÁN Y ZA COALCO.

EN GUADALAJARA, 23 EMISORAS TRANSMITEN EN AM Y 20 EN FM. DEL TOTAL DE LAS 62 ESTACIONES DE RADIO UBICADAS EN JALISCO, 58 SON COMERCIALES Y SÓLO 3 CULTURALES, AUNQUE DE BERÍAMOS HABLAR SÓLO DE DOS, PORQUE UNA MISMA TRANSMITE EN DIFERENTE BANDA SU PROGRAMACIÓN.

LAS PRINCIPALES EMPRESAS RADIOFÓNICAS QUE OPERAN ACTUALMENTE EN GUADALAJARA: RADIO COMERCIALES CON 6 ESTACIONES; PROMEDIOS DE OCCIDENTE CON IGUAL NÚMERO; LAS ONDAS DE LA ALEGRÍA CON 5 ESTACIONES; SISTEMA RADIO JUVENTUD CON 3; RADIO GRUPO DK CON 4; POR CITAR ALGUNAS.

LAS ALTERNATIVAS QUE LAS ESTACIONES OFRECEN A LOS RADIOESCUCHAS SON ONCE:

1.- TRANSMISIÓN DE MÚSICA RANCHERA, CANCIONES.

VERNÁCULAS DE ACTUALIDAD.

2.- MÚSICA MEXICANA TRADICIONAL, DEL DOMINIO PÚBLICO, CON CANTANTES DE ANTAÑO.

3.- BALADA EN ESPAÑOL, CANTADA POR GRUPOS MODERNOS, ESTE TIPO DE MÚSICA TIENE SUS SEGUIDORES ENTRE LAS PERSONAS QUE ASISTEN A BAILES POPULARES Y PRESENTACIONES MASIVAS.

4.- ESTACIONES DEDICADAS A APOYAR EL GRAN NÚMERO DE ARTISTAS PRESENTADOS EN EL PROGRAMA DOMINICAL DE TELEVISIÓN "SIEMPRE EN DOMINGO".

5.- ROCK MODERNO, SOLAMENTE TRANSMITIDO EN ESTACIONES DE FM.

6.- BALADAS EN INGLÉS Y ESPAÑOL

7.- MÚSICA TROPICAL.

8.- MÚSICA INSTRUMENTAL.

9.- RADIONOVELAS.

10.- PROGRAMAS DE OPINIÓN, COMENTARIOS EN VIVO.

11.- ESTACIONES CULTURALES.

ANÁLISIS DE LOS NOTICIEROS LOCALES

RADIO GRUPO DK.- TRANSMITE DESDE HACE UN AÑO 6 MESES EL PROGRAMA "AQUÍ GUADALAJARA" EN VIVO, CON ENTREVISTAS Y NOTICIAS POR ESPACIO DE 3 HORAS, DE 7 A 10 DE LA MAÑANA; DESDE HACE APROXIMADAMENTE 2 MESES ESTÁ EN EL AIRE CON DOS NUEVAS EDICIONES: DE 13 A 14 HORAS, Y DE 19 A 20 HRAS, POR LA XEDK.

EL OBJETIVO CENTRAL DE "AQUÍ GUADALAJARA" ES

OFRECER AL RADIOESCUCHA UNA ALTERNATIVA DONDE LA PRIORIDAD SON LOS PROBLEMAS QUE ENFRENTA GUADALAJARA, ESPECIALMENTE EN LAS AREAS DE ECOLOGÍA, EL RESPETO A LA VOLUNTAD POPULAR, LA APORTACIÓN DE SOLUCIONES Y, SOBRE TODO, LA LIBERTAD DE ESTAR DE ACUERDO O NO CON LO EXPUESTO POR LOS CONDUCTORES: JAIME MUÑOZ POLIT Y MARIA LUISA BOLAÑOS.

"AQUÍ GUADALAJARA" CUENTA CON 7 COLABORADORES, QUE SEMANALMENTE ANALIZAN EL HECHO MÁS RELEVANTE QUE HAYA OCURRIDO EN SU ÁREA, ADEMÁS DE RECIBIR LA INFORMACIÓN NACIONAL A TRAVÉS DE LOS COLABORADORES Y REPORTEROS DE "MONITOR", PROGRAMA HERMANO, PORQUE AMBOS PERTENECEN A RADIO PROGRAMAS DE MÉXICO.

LAS NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES SE ESFUERZAN CON LOS SERVICIOS QUE PRESTAN LA AGENCIA INFORMATIVA "EXCÉLSIOR", DPA, Y NOTINEX. SON TRES REPORTERAS LAS ENCARGADAS DE LA INFORMACIÓN LOCAL, PARA ELLO ESTÁN DIVIDIDAS EN TRES SECTORES: INICIATIVA PRIVADA, GOBIERNO FEDERAL-ESTATAL, Y SALUD EDUCATIVAS.

RADIO GRUPO DK OFRECE, ADEMÁS, LA OPCIÓN DE 4 RESÚMENES INFORMATIVOS "AQUÍ GUADALAJARA" QUE SE TRANSMITEN DE LUNES A SÁBADO A LAS 8 Y 9 A.M., A LAS 14 Y 19 HORAS, DIFUNDIDOS POR KEDK, Y ALTAS-FM "MÁGICO".

ESTE AÑO, SU ESTACIÓN KEDKR-AM, QUE ANTERIORMEN

TE SE DENOMINABA "PUNTO 7", CUYA ESPECIALIDAD ERA EL JAZZ Y MÚSICA INTERNACIONAL INSTRUMENTAL, QUE CONTABA CON LA DIFUSIÓN DE UNA NOTA INFORMATIVA CADA 15 MINUTOS, DESAPARECIÓ PARA DAR PASO A RADIO RED GUADALAJARA, CONECTADA VÍA SATÉLITE A RADIO PROGRAMAS DE MÉXICO Y QUE TRANSMITE 24 HORAS DE INFORMACIÓN CONTINUA, SOBRESALIENDO EL PROGRAMA "MONITOR" EN SUS TRES EDICIONES DIARIAS LOS 7 DÍAS DE LA SEMANA.

GRUPO DK, CUENTA TAMBIÉN CON UN NOTICIERO ESPECIALIZADO EN LOS ACONTECIMIENTOS POLICÍACOS, DENOMINADO "RELÁMPAGOS DE CHIMELY", QUE SE TRANSMITE ÚNICAMENTE POR RADIO RANCHO A LAS 7 A.M. 14:30 Y 20 HORAS, DE LUNES A VIERNES.

JAIME HUÑOZ POLIT, DIRECTOR DE NOTICIEROS DE RADIO GRUPO DK, CONSIDERÓ QUE EN GUADALAJARA, LA MISMA COMPETENCIA HA OBLIGADO A BUSCAR LA EXCELENCIA EN LOS NOTICIEROS DE RADIO, A ANALIZAR LAS PRIORIDADES Y NECESIDADES DE LA POBLACIÓN, EN UN INTENTO POR CAPTAR MÁS AUDITORIO, PORQUE TODOS PARTEN DE UN MISMO SITIO: LA INFORMACIÓN ES LA MISMA, LA DIFERENCIA ES CÓMO LA PRESENTA CADA SISTEMA NOTICIOSO.

EN SU OPINIÓN, ES NECESARIO QUE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS, AL IGUAL QUE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS QUE SE TRANSMITEN EN EL CUADRANTE DE LA CIUDAD, BUSQUEN NUEVAS ALTERNATIVAS DE FUENTES DE INFORMACIÓN, PORQUE EL CRECIMIENTO DE LOS GRUPOS HA SIDO TAL QUE OFRECEN LA ALTERNATIVA DE UN NOTICIERO POR LO MENOS, QUE EN ESTOS MOMENTOS SE ESTÁ CAYENDO EN UNA MASI

FICACIÓN DE LA INFORMACIÓN, ESTO ES, QUE TODOS LOS MEDIOS, LLÁ
MENSE PRENSA, RADIO O TELEVISIÓN, DICEN EXACTAMENTE LO MISMO.

EN GUADALAJARA -ESTIMÓ EL DIRECTOR GENERAL DE NOTICIEROS DE Dk-, EN TÉRMINOS GENERALES EXISTEN BUENOS REPORTEROS, A LOS CUALES ÚNICAMENTE HACE FALTA PULIRLOS, A TRAVÉS DE CURSOS PERMANENTES DE CAPACITACIÓN EN LAS ÁREAS DONDE SE - DESEMPEÑEN, ASÍ COMO EN OTRAS MÁS COLECTIVAS COMO SERÍAN RELACIONES HUMANAS, IDIOMAS, ORTOGRAFÍA, POR CITAR ALGUNAS.

A SU JUICIO, EL FUTURO DE LOS NOTICIEROS DE RADIO, PERO SOBRE TODO DE LOS PROGRAMAS INFORMATIVOS EN VIVO, ES TÁ ASEGURADO Y SERÁN ÉSTOS, LOS QUE VENGAN A OCUPAR LAS HORAS DE LAS ESTACIONES DE AM, LAS CUALES, ANTE LA INCAPACIDAD DE - IGUALAR LA FIDELIDAD DE SONIDOS DE LAS DE FRECUENCIA MODULADA, SE VERÁN EN LA NECESIDAD DE OFRECER NUEVAS OPCIONES PARA ATRAER LA ATENCIÓN DEL RADIOESCUCHA, ENTRE LA QUE SOBRESALEN LOS PROGRAMAS NOTICIOSOS EN VIVO Y DURACIÓN DE MÁS DE DOS HORAS. LA - VENTAJA DE LA RADIO, ENFATIZÓ, SE MANTENDRÁ EN TANTO EL ACELERADO RITMO DE VIDA DE LAS PERSONAS PERMITA MENOS TIEMPO PARA LEER UN PERIÓDICO.

RADIO COMERCIALES.- LUEGO DE LA SEPARACIÓN DE No TISISTEMA, SE ABRE UN ESPACIO SIN SERVICIOS INFORMATIVOS POR UN LAPSO DE VARIOS MESES. NO OBSTANTE A PARTIR DEL PRIMERO DE ABRIL DE 1988, INICIAN LA TRANSMISIÓN DE "NOTIACCIÓN", CADA HORA EN LA HORA EN SUS 6 ESTACIONES.

LA CARACTERÍSTICA PRINCIPAL DE "NOTIACCIÓN" ES SU BREVEDAD. EN UN TIEMPO NO MAYOR DE DOS MINUTOS OFRECE AL RADIOESCUCHA VARIAS NOTICIAS, CARGÁNDOSE MÁS EL ÁMBITO LOCAL-EN UN 60 POR CIENTO- Y EL 40 POR CIENTO RESTANTE ATIENDE EN FORMA EQUILIBRADA LAS NOTAS NACIONALES E INTERNACIONALES.

POR LA MISMA BREVEDAD DE TIEMPO, EN MUCHAS OCA- SIONES APENAS SI PROPORCIONAN FLASCHES INFORMATIVOS. A SUS RE PORTEROS, QUE EN TOTAL SON 7, LES EXIGEN EL USO DE UN LENGUAJE BREVE, PULCRO, EVITANDO CAER EN LA UTILIZACIÓN DE VERBOS RE - FLEXIVOS.

RADIO COMERCIALES Y SU SISTEMA INFORMATIVO CUEN TA TAMBIÉN CON TRES PROGRAMAS MÁS: "A MEDIA MAÑANA DE 11 AL 12 DEL DÍA, DE LUNES A VIERNES, SU CORTE ES NETAMENTE CULTURAL. DE 14 A 15 HORAS PRESENTAN AL AUDITORIO "CON SENTIDO", PROGRA MA CON ENTREVISTAS Y ANÁLISIS DE LOS ACONTECIMIENTOS MÁS IMPOR TANTES OCURRIDOS DURANTE EL DÍA, SE TRANSMITE TAMBIÉN DE LUNES A VIERNES Y FINALMENTE 20 A 21 HORAS; "DE INTERÉS", ES VARIADO, CADA DÍA DE LA SEMANA ESTÁ DEDICADO A UN ÁREA ESPECÍFICA, LU NES Y VIERNES, DEPORTES; MARTES, MÚSICA Y SOCIOLOGÍA; MIÉRCOLES, CIENCIA Y JUEVES, ESPECTÁCULOS.

ALBERTO GÓMEZ BARBOSA, DIRECTOR DE NOTICIEROS "NOTIACCIÓN", CONSIDERÓ QUE EL DESARROLLO DEL PERIODISMO RADIO FÓNICO EN GUADALAJARA HA SIDO POR DEMÁS INTERESANTE, SOBRE TO DO EN LOS ÚLTIMOS 5 AÑOS, CUANDO LOS TAPATÍOS EMPEZARON PAULA-

TINAMENTE A INTERESARSE EN LOS NOTICIEROS DE RADIO.

ESTE CAMBIO DE ACTITUD, ES UN REFLEJO DEL CRECIMIENTO URBANO EXTREMADAMENTE ACELERADO QUE SE ESTÁ DANDO EN GUADALAJARA Y QUE EL HA QUITADO TIEMPO A CASI TODA LA POBLACIÓN NO SÓLO PARA LEER DIARIOS, SINO PARA LLEVAR A CABO OTRAS ACTIVIDADES. EL HOMBRE DE LOS 80 Y CON SEGURIDAD EL DE LO 90, SI QUIERE ESTAR INFORMADO SOBRE LOS ACONTECIMIENTOS MÁS RELEVANTES QUE HAYAN OCURRIDO EN EL ESTADO, EN EL PAÍS O A NIVEL MUNDIAL, TIENE QUE ESCUCHAR NOTICIEROS RADIOFÓNICOS, OPINÓ GÓMEZ BARBOSA, PORQUE LOS PODRÁ OIR EN EL TRAYECTO A SU TRABAJO, DE REGRESO A SU HOGAR O BIEN CUANDO SE DESPLAZA DE UN SITIO A OTRO

ESTIMÓ QUE A NIVEL INFORMATIVO, EN GUADALAJARA EXISTE UNA COMPETENCIA SANA, QUE OBLIGA A CADA GRUPO RADIOFÓNICO A BUSCAR LA EXCELENCIA EN SUS SISTEMAS NOTICIOSOS; GÓMEZ BARBOSA CRITICÓ LA POSICIÓN DE ALGUNOS GRUPOS QUE MODIFICAN LA COMPETENCIA SANA EN BUSCA DE LA INFORMACIÓN, EN UNA LUCHA SIN CUARTEL, SIN IMPORTANTES SIQUIERA PISOTEAR A ALGÚN COMPAÑERO DE PROFESIÓN.

EN UN CUADRANTE TAN SATURADO COMO ES EL DE GUADALAJARA, YA NO SE DAN LAS NOTAS EXCLUSIVAS -ENFATIZÓ-, DE AQUÍ LO RIDÍCULO DE LA POSICIÓN DE AQUÉLLOS QUE SE JACTAN DE OFRECER SUS RADIOESCUCHAS LA EXCLUSIVIDAD DE DETERMINADA NOTICIA, QUE UN DÍA DESPUÉS SALE PUBLICADA EN TODOS LOS PERIÓDICOS DE LA CIUDAD.

EL DIRECTOR DE NOTICIEROS "NOTIACCIÓN", OPINÓ QUE SÍ EXISTE PREPARACIÓN ENTRE LOS REPORTEROS DE RADIO QUE TRABAJAN EN LOS DIVERSOS GRUPOS RADIOFÓNICOS, SIN EMBARGO, COINCIDIÓ EN SEÑALAR JUNTO CON EL RESTO DE LOS DIRECTORES DE NOTICIAS ENTREVISTADOS, QUE HACE FALTA UNA MAYOR CAPACITACIÓN.

PRONÓSTICÓ QUE EL FUTURO DE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS ESTÁ ASEGURADO, PORQUE A LA RADIO, COMO MEDIO INFORMATIVO NO LA DESPLAZA NINGÚN OTRO, GRACIAS A SUS CARACTERÍSTICAS PARTICULARES. LA POBLACIÓN, DÁ MÁS CREDIBILIDAD A LAS INFORMACIONES TRANSMITIDAS RADIOFÓNICAMENTE QUE A LAS EMPRESAS, SEGÚN GÓMEZ BARBOSA.

LAS ONDAS DE LA ALEGRÍA O CORPORACIÓN ACTIVA.- SEDE DE "NOTISISTEMA", QUE ADEMÁS DE CUBRIR LA DEMANDA INFORMATIVA ESTATAL, LLEGA A 39 CIUDADES DEL PAÍS. ES IMPORTANTE MENCIONAR QUE EN 1988 SE SEPARA DE RADIO COMERCIALES Y CON ELLO DEJA DE TRANSMITIRSE EN 11 CIUDADES MÁS DE LA REPÚBLICA.

EL PRIMER NOMBRE DE SUS SERVICIOS NOTICIOSOS FUE "INFORJAL", CUYA CARACTERÍSTICA ERA BRINDAR INFORMACIÓN 100 POR CIENTO LOCAL. POSTERIORMENTE, EN 1976, AL ABRIRSE NACIONALMENTE, CAMBIA SU DENOMINACIÓN A "NOTISISTEMA", QUE CADA HORA EN LA HORA OFRECE UN AMPLIO PANORAMA LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, INCLUYENDO INFORMACIÓN DEPORTIVA, ESPECTÁCULOS Y ECONÓMICA.

"NOTISISTEMA" CUENTA CON 53 EMPLEADOS EN GUADALAJARA, INCLUYENDO REPORTEROS Y PERSONAL ADMINISTRATIVO; 7 REPORTEROS EN LEÓN; 5 EN LA CIUDAD DE MÉXICO; 5 EN NAYARIT Y 14 COLABORADORES, ADEMÁS DE RECIBIR LOS SERVICIOS DE LAS AGENCIAS UNIVERSAL, NOTIMEX, UPI, FRANS PRESS Y AFP.

LAS ONDAS DE LA ALEGRÍA CUENTAN CON LA ESTACIÓN "RADIO METRÓPOLI", LA ASIGNIA DEL GRUPO, CUYA ESTRUCTURA ES 17 HORAS DE INFORMACIÓN DE LUNES A VIERNES, OFRECIENDO SÁBADOS Y DOMINGOS PROGRAMAS ESPECIALES Y MÚSICA INSTRUMENTAL.

DURANTE 5 DÍAS A LA SEMANA, SE OFRECEN EN RADIO METRÓPOLI DIVERSOS PROGRAMAS INFORMATIVOS: A LAS 6 A.M. INICIAN CON "BUENOS DÍAS", POSTERIORMENTE A LAS 10 A.M. ENTRA AL AIRE "RADIO METRÓPOLI EN EL HOGAR", PROGRAMA ORIENTADO FUNDAMENTALMENTE A LAS AMAS DE CASA; A LAS 12 HORAS TRANSMITE "LA HORA DEL ÁGELUS", DE CORTE CULTURAL; A LAS 3 DE LA TARDE PRESENTAN EL COMENTARIO SATÍRICO DE LOS ACONTECIMIENTOS MÁS IMPORTANTES DEL DÍA EN "ENTRE BROMAS Y VERÁS"; DE 4 A 5 DE LA TARDE, UNO MÁS DEDICADO A LOS DEPORTES "TIEMPO EXTRA" Y, POR LA NOCHE, - "BUENAS NOCHES DE RADIO METRÓPOLI," DONDE PRESENTAN UN RESÚMEN DE LAS NOTICIAS MÁS IMPORTANTES DEL DÍA.

ENTRE SEMANA OFRECEN AL RADIOESCUCHA OTROS PROGRAMAS, COMO POR EJEMPLO UNO DEDICADO A LA ORIENTACIÓN LEGAL: "CON LA LEY EN LA MANO"; ASÍ COMO UNO DIRIGIDO A LOS JÓVENES, "METRÓPOLI DE AYER Y HOY", DONDE SE PRESENTA UNA SEMBLANZA DE

GUADALAJARA. EL SÁBADO OFRECEN UNA BARRA INFANTIL LLAMADA "EL NIÑO DE LA METRÓPOLI", PROGRAMA EN VIVO EN DONDE LOS MENORES INVITADOS AL PROGRAMA TOMAN EL PAPEL DE LOCUTOR, O REPORTERO, DÁ CONSEJOS A LOS NIÑOS RADIOESCUCHAS SOBRE NUTRICIÓN, JUEGOS Y OTROS.

LOS DOMINGOS PRESENTAN LA "RED DEPORTIVA NOTISIS TEMA", CON UN AMPLIO PANORAMA DEPORTIVO A NIVEL LOCAL, NACIONAL E INTERNACIONAL, ENFOCADO SOBRE TODO AL FUTBOL.

GUILLERMO CAMACHO, JEFE DE INFORMACIÓN DE "NOTI SISTEMA", SEÑALÓ QUE LOS NOTICIEROS EN GUADALAJARA SON BUENOS, Y CADA DÍA SE REALIZA UN MAYOR ESFUERZO POR MEJORARLOS DEBIDO A LA GRAN PRESIÓN DE TRABAJAR EN LA CIUDAD RADIOFÓNICA POR EXCELENCIA DEL PAÍS.

LA COMPETENCIA SURGIDA EN EL CUADRANTE METROPOLITANO ESTÁ AYUDANDO A OFRECER NOTICIEROS Y PROGRAMAS INFORMATIVOS MÁS COMPLETOS, POR LO QUE EN VEZ DE CONSIDERARSE NEGATIVA ES CIENTO POR CIENTO FAVORABLE PARA LOGRAR LA PROFESIONALIZACIÓN DE LOS SERVICIOS QUE CADA QUIEN OFRECE, AGREGÓ.

AL SER CUESTIONADO SOBRE EL NIVEL DE TRABAJO DE LOS REPORTEROS, EL JEFE DE INFORMACIÓN DE NOTISISTEMA, ESTIMÓ QUE HACE FALTA MAYOR PROFESIONALIZACIÓN DE AQUELLOS, ORIENTAR MÁS AL REPORTERO SOBRE CUÁL ASPECTO INTERESA MÁS A LA EMPRESA QUE SIGA UNA DETERMINADA INFORMACIÓN. ACTUALMENTE, CASI TODOS LOS NOTICIEROS DEL CUADRANTE CAEN EN LO SUBJETIVO, EN LO SUPER

FICIAL, POR LA EXIGENCIA DE ENVIAR LA INFORMACIÓN LO MÁS RÁPIDA MENTE POSIBLE.

LA RADIO-REITERÓ-ES UN MEDIO MUY DELICADO, POR ELLO, SE REQUIERE BASTANTE PREPARACIÓN PARA TRABAJAR EN ÉL. LOS NOTICIEROS DEBEN SER BREVES, PRÁCTICOS, MANEJADOS VERAZMENTE Y CON ESPACIOS DEFINIDOS PARA INTERNAR AL RADIOESCUCHA EN LOS ORÍGENES, SITUACIÓN ACTUAL Y PERSPECTIVAS DE SOLUCIÓN DE LOS PROBLEMAS CON MAYOR REPERCUSIÓN SOCIAL.

EN SU OPINIÓN, EL AUDITORIO NO ESCOGE EL NOTICIERO, SELECCIONA UNA EMISORA; AHORA, EL NOTICIERO ES PARTE DE UNA PROGRAMACIÓN, Y SU ÉXITO O PENETRACIÓN ESTRIBA EN LA REDACCIÓN EL SONIDO, LA INFORMACIÓN QUE SE PRESENTE; QUIEN COMPRENDA QUE AHORA UN NOTICIERO ES SERVICIO A QUIEN ESTÁ ESCUCHANDO UN BLOQUE DE MÚSICA, TIENE GARANTIZADA SU PERMANENCIA.

CRITICÓ QUE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS EN GUADAJARA SE VAYAN MUCHO POR LA DECLARACIÓN, QUE A SU JUICIO ES EL LADO MÁS FÁCIL DEL REPORTERO; NUEVAMENTE, RECALCÓ SON LA FALTA DE TIEMPO Y DE ORIENTACIÓN LAS CAUSANTES DE UNA GRAN CARENCIA DE INVESTIGACIONES, DE REPORTAJES, QUE LE OFREZCAN AL AUDITORIO EL ACONTECER COTIDIANO.

SOBRE EL FUTURO DE LOS NOTICIEROS, GUILLERMO CARMACHO SEÑALÓ QUE DEBE CAPACITARSE AL PERSONAL, ADENTRARSE MÁS EN LOS HECHOS, AL FONDO DE LA NOTICIA, A LA DIFUSIÓN DE TEMAS NO TAN COMUNES; ASÍ LAS PERSPECTIVAS SON MUY FAVORABLES; AUN-

QUE RECONOCIÓ QUE HASTA CIERTO PUNTO LA CONTINUIDAD DE LA RADIO ESTÁ ASEGURADA MIENTRAS LA ZONA METROPOLITANA SIGA CRECIENDO, LOS PRECIOS DE LOS PERIÓDICOS AUMENTAN CONSTANTEMENTE Y HAYA MENOS TIEMPO PARA LEERLOS, NO HAY QUE OLVIDAR TAMPOCO QUE LA RADIO ES LA MEJOR COMPAÑÍA DE LAS PERSONAS.

NOTICENTRO.- INTEGRADO AL GRUPO OIR, QUE CUENTA EN GUADALAJARA CON 3 ESTACIONES: RADIO VARIEDADES Y RADIO EXITOS EN AMPLITUD MODULADA Y STEREO VOZ EN FRECUENCIA MODULADA. A PARTIR DE LAS 7 DE LA MAÑANA CUENTAN CON PROGRAMAS NOTICIOSOS.

EL PRIMERO ES "CONTACTO SATÉLITE OIR" DE 7 A 8 A.M. POR RADIO VARIEDADES, A PARTIR DE LAS 8 A.M. Y HASTA LAS 20 HORAS, CADA HORA EN LA HORA OFRECEN EL RESUMEN INFORMATIVO "NOTICENTRO", CIENTO POR CIENTO LOCAL, DIRIGIDO SOBRE TODO A LAS CLASES POPULARES, DE ELLO DERIVA LA ÍNDOLE DE NOTICIAS QUE SE PRESENTAN SOBRE LOS PROBLEMAS EN LOS MERCADOS, EN LA VÍA PÚBLICA, LAS REPERCUSIONES DE LAS ACCIONES GUBERNAMENTALES EN LOS SECTORES MÁS DESPROTEGIDOS.

ES MUY Poca LA INFORMACIÓN POLICIACA, NACIONAL E INTERNACIONAL QUE PROPORCIONA, ADEMÁS, DE LUNES A VIERNES, DE 8 A 9:30 DE LA MAÑANA EN RADIO EXITOS PRESENTAN "REPORTE", PROGRAMA CONDUCTIDO POR JUAN MARÍA NAVEJA, DIRECTOR REGIONAL DE NOTICIEROS.

"REPORTE" OFRECE AL RADIOESCUCHA LA OPCIÓN DE

SEÑALAR ACIERTOS O ERRORES QUE LO AFECTEN, LOS PROBLEMAS EN SU ENTORNO SOCIAL, GENERALMENTE SE CUESTIONA LO HECHO POR EL SECTOR OFICIAL, EN OCASIONES TIENEN UN INVITADO PARA ENTREVISTARLO Y CON SU UNIDAD MÓVIL RECORREN TODA LA ZONA METROPOLITANA, ESPECIALMENTE LAS COLONIAS POPULARES, LAS IRREGULARES Y DESDE AHÍ ENTREVISTAN A LAS PERSONAS, SOBRE SUS DIFICULTADES, NECESIDADES O CONDICIONES ACTUALES.

DE LUNES A VIERNES DE 20:10 A 21:00 P.M. TRANSMITEN EL PROGRAMA "ALTERNATIVA", EN DONDE SE ANALIZA LA PARTICIPACIÓN DE LOS EQUIPOS TAPATÍOS QUE JUEGAN EN EL CAMPEONATO NACIONAL DE LIGA DE PRIMERA DIVISIÓN DE FUTBOL, ASÍ COMO LA TRAYECTORIA EN LA LIGA DEL RESTO DE LOS 12 EQUIPOS. EN EL TERRENO DEPORTIVO, DESDE GUADALAJARA, TRANSMITEN A NIVEL NACIONAL CADA DOMINGO "SENDA DEPORTIVA".

JUAN MARÍA HAVEJA, DIRECTOR REGIONAL DE NOTICIEROS "NOTICENTRO", AFIRMÓ QUE EN GUADALAJARA SE HACEN LOS MEJORES NOTICIEROS DEL PAÍS, PORQUE AQUÍ SE EXPRESAN MEJOR LOS CONCEPTOS INFORMATIVOS, POR LA PREOCUPACIÓN DE CADA EMPRESA DE OFRECER LA MEJOR OPCIÓN NOTICIOSA Y DEBIDO A QUE TODAS LAS EMPRESAS DEL DISTRITO FEDERAL Y DE MONTERREY, CARECEN DE SERIEDAD INFORMATIVA.

GUADALAJARA ES UNA CIUDAD 100% DE RADIO, YA QUE POR SU PASIVIDAD, LOS DEMÁS MEDIOS DEJARON DE SATISFACER Y LLENAR LAS INQUIETUDES DE LA POBLACIÓN. AHORA, NO SE PUEDE PENSAR NI CONCEBIR UNA ESTACIÓN RADIOFÓNICA SIN NOTICIAS, ÉSTAS SON

PARTE INTEGRAL DE LAS CITADAS PRIMERAMENTE.

"NOTICENTRO" CUENTA CON 5 REPORTEROS, UN OPERADOR, 2 REDACTORES, VARIOS CORRESPONSALES Y UN JEFE DE INFORMACIÓN, QUIEN ES EL QUE VIERTI LOS CONCEPTOS SIGUIENTES: LOS REPORTEROS QUE TRABAJAN EN LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS DE LA CIUDAD, HACEN BIEN SU LABOR, LA CLAVE ES QUE LENTAMENTE, LAS EMPRESAS EMPEZARON A ABRIRSE A LA GENERACIÓN DE REPORTEROS EGRESADOS DE LAS UNIVERSIDADES, SIN EMBARGO, OPINÓ QUE TODAVÍA HACE FALTA MUCHO CAMINO QUE RECORRER SOBRE TODO EN EL ASPECTO DE LA CAPACITACIÓN Y DE LA ORIENTACIÓN.

SE DEBE ACABAR CON LA COSTUMBRE DE QUE SEAN LOS ORGANISMOS QUIENES LES PROPORCIONEN A LOS REPORTEROS LA INFORMACIÓN, DEBEN APRENDER A UTILIZAR TODOS LOS NUEVOS RECURSOS TECNOLÓGICOS QUE ESTÁN A SU ALCANCE, PARA LOS NUEVOS RECURSOS TECNOLÓGICOS QUE ESTÁN A SU ALCANCE, PARA OFRECER EL MEJOR SONIDO POSIBLE, PORQUE NO SE DEBE OLVIDAR QUE SE ESTÁ EN UN MEIO AUDITIVO.

LOS JÓVENES SON LAS NUEVAS SEMILLAS DE UN PERIODISMO MÁS PROFESIONAL, PERO TAMBIÉN SE DEBE RECONOCER Y SELECCIONAR A LOS MEJORES EMPÍRICOS, PARA APROVECHAR SU EXPERIENCIA Y LANZAR AL AIRE NOTICIEROS BIEN ESTRUCTURADOS, PERFECTAMENTE NIVELADOS, QUE RESPONSAN A LAS INQUIETUDES DE LA COMUNIDAD.

LA RADIO TIENE SU FUTURO ASEGURADO-POR LO MENOS EN GUADALAJARA-, EN TANTO LOS PERIÓDICOS SIGAN SUMIDOS EN SU

REZAGO, EN DONDE LE OBJETIVO YA NO ES INFORMAR, SINO CAPTAR PUBLICIDAD. LA RADIO Y LA TELEVISIÓN ESTÁ DANDO PASOS IMPORTANTES, MIENTRAS QUE LOS IMPRESOS CADA VEZ SE QUEDAN MÁS A LA ZAGA DEL PROGRESO, Y DEL PROCESO DE SERVICIO COMUNITARIO QUE DEBEN CUMPLIR LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA.

PROMOMEDIOS DE OCCIDENTE.- HA SUFRIDO VARIAS MODIFICACIONES EN SUS SERVICIOS INFORMATIVOS, EN 1985 CONTABA CON EL ESPACIO DENOMINADO "EN RESUMEN" QUE SE TRANSMITÍA CADA HORA EN LA MEDIA A LAS 8:30 A LAS 20:30 HORAS.

SU PRIMERA ESTRUCTURA ERA 60 POR CIENTO INFORMACIÓN LOCAL Y EL RESTO ERAN NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES, PARA ELLO CONTABAN CON EL SERVICIO DE LA AGENCIA "EXCÉLSIOR". EN ESTAS MISMAS FECHAS CADA LUNES DE 14:30 A 15:30 HORAS, TRANSMITÍAN UNA ENTREVISTA CON FUNCIONARIOS PÚBLICOS O REPRESENTANTES PRIVADOS O SOCIALES, A QUIENES EL AUDITORIO LES PODÍA HACER ALGUNA PREGUNTA.

EN JULIO DE 1989, INTRODUCEN ALGUNOS CAMBIOS, EL PRIMERO EN EL NOMBRE "SISTEMA DE NOTICIAS PROMOMEDIOS" ¿ES SISTEMA O SISTEMAS?, SUS NOTICIEROS AUNQUE SIGUEN TRANSMITIÉNDOSE POR SUS 6 ESTACIONES, ACTUALMENTE, EL HORARIO ES CADA HORA EN LA HORA, CON 15 EMISIONES AL DÍA DE LUNES A SÁBADO.

EN EL MES DE OCTUBRE DE 1989, INICIAN LA TRANSMISIÓN DEL PROGRAMA "HOY POR HOY" CON TRES HORARIOS DE 7 A 9 DE LA MAÑANA; DE 2 A 3 DE LA TARDE Y DE 19 A 20 HORAS, DE LUNES A VIERNES. "HOY POR HOY" DÁ UN TRATAMIENTO SERIO DE LA INFORMACIÓN

GENERADA EN GUADALAJARA, PRETENDE SALIRSE DEL ACARTONAMIENTO DE LOS PROGRAMAS DE SU TIPO, OFRECIENDO AL RADIOESCUCHA LA POSIBILIDAD DE CUESTIONAR U OPINAR EN VIVO SOBRE LO QUE LE INTERESE.

A PARTIR DE ESTA FECHA, CONSTITUYEN TODA UNA ESTACION DEDICADA PARTICULARMENTE A LA DIFUSIÓN DE INFORMACIÓN: "RADIO SER" EN AMPLITUD MODULADA QUE PRESENTA TODO UN PANORAMA NOTICIOSO DESDE JALISCO HASTA LOS ACONTECIMIENTOS INTERNACIONALES MÁS IMPORTANTES.

"SISTEMAS DE NOTICIAS PROMOMEDIOS" CUENTA CON 8 REPORTEROS DE BASE, 3 REDACTORES-EDITORES Y CON VARIOS COLABORADORES DE TODOS LOS SECTORES PRODUCTIVOS DE LA ENTIDAD, QUE APORTAN SU OPINIÓN SOBRE DIVERSOS TÓPICOS, ASÍ MISMO TIENEN CONTRATADOS LOS SERVICIOS DE NOTIMEX Y DE LA AGENCIA INFORMATIVA DEL GOBIERNO NORTEAMERICANO (USIS).

RAÚL FRÍAS, DIRECTOR DEL "SISTEMA DE NOTICIAS - PROMOMEDIOS", CONSIDERÓ QUE GUADALAJARA CUENTA CON LA IMPORTANCIA SUFICIENTE EN EL CONTEXTO ECONÓMICO Y POLÍTICO NACIONAL, QUE LE PERMITEN GENERAR LA INFORMACIÓN NECESARIA PARA ESTAR PRESENTE EN EL ESCAPARATE NOTICIOSO MUNDIAL.

CONSIDERA QUE POR EL MISMO CRECIMIENTO NOTICIOSO DEL CUADRANTE METROPOLITANO, EN ESTOS MOMENTOS EXISTEN DOS PARÁMETROS PARA MEDIR LOS SISTEMAS INFORMATIVOS QUE ESTÁN AL AIRE: AQUELLOS QUE APENAS SON CARICATURAS DE UN NOTICIERO Y

LOS QUE SON EXTREMADAMENTE FORMALES. EL GRUPO PROMOMEDIOS OFRECE LA ALTERNATIVA DE ENTEPARSE DE LO QUE OCURRE EN GUADALAJARA DE MANERA CONCRETA Y PRECISA, ENFATIZÓ RAÚL FRÍAS.

EN LA SATURACIÓN DE NOTICIEROS QUE EXISTE EN LA CIUDAD, LA CLAVE ES CÓMO SE DÁ A CONOCER EL ACONTECIMIENTO, PRECISA, PERO POR DESGRACIA EXISTEN MUCHOS GRUPOS QUE ANTE LA IMPOSIBILIDAD DE AMPLIAR SU PLANTA DE REPORTEROS, SE VEN EN LA NECESIDAD DE "FUSILAR, DE COPIAR" LA INFORMACIÓN A LOS QUE SÍ BUSCAN LA NOTICIA, AÑADIÓ.

ACERCA DEL NIVEL DE RENDIMIENTO DE LOS REPORTEROS, EL DIRECTOR DEL "SISTEMA DE NOTICIAS PROMOMEDIOS", ESTIMÓ QUE LA MISMA COMPETENCIA LOS ESTÁ PRESIONANDO A SER MÁS EFICIENTES, CONSIDERA QUE, EN TÉRMINOS GENERALES, EXISTE PROFESIONALISMO, SOBRE TODO EN LOS REPORTEROS JÓVENES, EGRESADOS DE LAS AULAS UNIVERSITARIAS.

SOBRE EL FUTURO DE LOS NOTICIEROS RADIOFÒNICOS LOCALES, RAÚL FRÍAS HIZO DOS COMENTARIOS; EL PRIMERO, SOBRE LAS ESTACIONES DE AMPLITUD MODULADA, LAS CUALES ANTE EL FRACASO EN SU BÚSQUEDA POR LA EXCELENCIA, NITIDEZ Y CALIDAD DE SONIDO QUE OFRECE LA FM, ESTÁN OBLIGADAS A ENCONTRAR Y DESARROLLAR NUEVOS PROGRAMAS QUE LES PERMITAN CAPTURAR UNA AUDIENCIA O, EN SU DEFECTO, MANTENER LA QUE YA TIENEN; UNA ALTERNATIVA SERÁ LA RADIO EN VIVO, QUE EN LOS PAÍSES EN QUE SE HA PUESTO EN PRÁCTICA HA TENIDO TAL ACEPTACIÓN, QUE LOS ESPECIALISTAS CONSIDERAN QUE A ELLA, LA RADIO LE DEBE SU RESURGIMIENTO ACTUAL.

EL AUDITORIO SELECCIONARÁ Y SERÁN LOS MEJORES QUIENES PERMANEZCAN EN LA BATALLA DIARIA Y ASEGURA QUE EL PROGRAMA "HOY POR HOY", SERÁ UNO DE ELLOS, POR LA SENCILLA RAZÓN DE QUE NO MANTIENE COMPROMISOS CON NADIE.

EL SEGUNDO COMENTARIO SE REFIRIÓ A LOS NOTICIEROS, SEÑALÓ QUE POR LA MISMA RAPIDEZ EN LA QUE SE DESARROLLA LA VIDA DIARIA, AQUELLOS QUE EN MENOS TIEMPO OFREZCAN LA INFORMACIÓN QUE EL RADIOESCUCHA ESPERA OBTENER, SALDRÁN AVANTES, A ALGUIEN QUE VA TRASLADÁNDOSE DE UN LUGAR A OTRO, NO SE LE PUEDE INTRODUCIR AL MUNDO INFORMATIVO POR MÁS DE 5 MINUTOS, DE AQUÍ LA NECESIDAD DE AFIANZAR 4 PRECEPTOS BÁSICOS: CLARIDAD, SENCILLEZ, BREVEDAD Y CONCISIÓN EN EL MOMENTO DE REDACTAR LA NOTA.

GRUPO ACIR GUADALAJARA.- DESDE ENERO DE 88 TRANSMITEN EL NOTICIERO "RADIO COMUNICACIÓN HUMANA" CON INFORMACIÓN TOTALMENTE LOCAL, INCLUYENDO EL ASPECTO DEPORTIVO, ADEMÁS CUENTA VÍA SATÉLITE CON EL REPORTE DEL MISMO NOMBRE, INTEGRADO CON LOS ACONTECIMIENTOS NACIONALES E INTERNACIONALES MÁS DESTACADOS.

LA INFORMACIÓN SE PRESENTA EN DOS FORMATOS:

A) CORTOS NACIONALES DE 5 MINUTOS DE DURACIÓN, VÍA SATÉLITE DESDE CIUDAD DE MÉXICO A LAS 10 A.M., 12, 16 Y 18 Y 20 HORAS, ASÍ COMO TAMBIÉN MICRORESÚMENES LOCALES.

B) RESÚMENES DE 30 MINUTOS DE DURACIÓN, LA PRIMERA PARTE LLEGA DESDE MÉXICO CON NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES

NALES, LOS 15 MINUTOS RESTANTES, INCLUYEN LAS PRINCIPALES NOTI -
CIAS LOCALES, ÉSTOS SE TRANSMITEN A LAS 8 A.M. 15 Y 22 P.M.

C) A PARTIR DE SEPTIEMBRE DE 89, RECIBEN TAMBIÉN
LA SEÑAL VÍA SATÉLITE DEL PROGRAMA "PANORAMA" DE 7 A 11 DE LA
MAÑANA DE LUNES A VIERNES. ES UN PROGRAMA DE OPINIÓN, DONDE
HAY ENTREVISTAS A PERSONALIDADES PÚBLICAS Y ARTÍSTICAS, SE IN-
FORMA SOBRE LOS HECHOS MÁS NOTABLES, SE LE DÁ VOZ A SUS CORRES-
PONSABLES NACIONALES; ES DIRIGIDO POR GUILLERMO OCHOA Y LOURDES
GUERRERO.

PALOMA MORFÍN, DIRECTORA DE INFORMACIÓN DE ACIR
GUADALAJARA, COMENTÓ QUE EMPIEZA A DARSE UNA COMPETENCIA INTERE-
SANTE ENTRE LOS GRUPOS RADIOFÓNICOS DE LA CIUDAD, PARA OFRECER
UN BUEN NOTICARIO, PORQUE POCO A POCO SE ROMPE CON EL MONOPO -
LIO INFORMATIVO QUE POR AÑOS IMPUSO EN LA CIUDAD, UN SOLO GRUPO,
AÑADIÓ QUE ENTRE LOS REPORTEROS RADIOFÓNICOS SE NECESITA DE MA-
YOR CAPACITACIÓN Y PREPARACIÓN, PORQUE EN LA ACTUALIDAD CAEN EN
LA COMERCIALIZACIÓN DE LA INFORMACIÓN; A LOS JEFES DE INFORMA -
CIÓN LES IMPORTA MÁS EL NÚMERO DE NOTAS QUE SUS REPORTES LES
PROPORCIONEN QUE LA MISMA CALIDAD DE ELLAS.

SE PRONUNCIÓ PORQUE HAYAN MÁS CURSOS DE CAPACITA
CIÓN Y ESPECIALIZACIÓN DE LOS REPORTEROS, PARA EVITAR QUE SIGAN
CONVERTIDOS EN SIMPLES VOCEROS DE LA FUENTE INFORMATIVA.

NÚCLEO RADIO GUADALAJARA.- CON TRES ESTACIONES -
XEAV-CANAL 58; XHAV SUPER STEREO; XHAM STEREO C1EN. LAS TRES,
TRANSMITEN EL NOTICIERO "NOTIEXPRESS", CADA HORA EN LA HORA, SU
CONTENIDO ES EN UN 95 POR CIENTO INFORMACIÓN LOCAL, SU DURACIÓN

ES DE APROXIMADAMENTE 5 MINUTOS INCLUYENDO COMERCIALES, SE TRANSMITEN A PARTIR DE LAS 8 DE LA MAÑANA Y CONCLUYEN A LAS 20 HORAS.

ADEMÁS, CANAL 58 TIENE LOS PROGRAMAS "IMPACTOS DEL 58", A LAS 9 DE LA MAÑANA Y 5 DE LA TARDE, DONDE PRESENTAN LAS NOTAS POLICIACAS DEL MOMENTO: "SUPER GOL" CON DOS EDICIONES DE 8 A 8:15 DE LA MAÑANA Y DE 3 A 3:30 DE LA TARDE, DE LUNES A SÁBADO Y SU ENFOQUE ES TOTALMENTE FUTBOLÍSTICO Y FINALMENTE UN PROGRAMA NOCTURNO EN DONDE SE TRATA Y ANALIZA LA PROBLEMÁTICA SOCIAL DE LA CIUDAD.

LUIS FERNANDO ROMERO, DIRECTOR DE NOTICIEROS DE "RADIO NÚCLEO GUADALAJARA, COMENTÓ QUE ANTE LA GRAN COMPETENCIA QUE SE VIVE EN EL CUADRANTE METROPOLITANO, LA MEJOR OPCIÓN ES OFRECER NOTICIEROS MUY BREVES, QUE A LA VEZ QUE INFORMAN, NO MOVILICEN AL AUDITORIO QUE ESCUCHE DETERMINADA ESTACIÓN A OTRA, POR LA TRANSMISIÓN DEL NOTICIERO.

A SU JUICIO, LOS REPORTEROS QUE TRABAJAN EN LAS DIFERENTES ESTACIONES DE RADIO, CUMPLEN CON SU TAREA, SON EFICIENTES, AUNQUE SE NECESITA OFRECERLES MÁS OPCIONES DE SUPERACIÓN, A TRAVÉS DE LA CAPACITACIÓN PERMANENTE Y LA ESPECIALIZACIÓN DE LAS ÁREAS QUE CADA UNO DE ELLOS CUBRE.

EL FUTURO DE LA RADIO COMO MEDIO INFORMATIVO ESTÁ ASEGURADO, AFIRMÓ CATEGÓRICO, POR SUS CARACTERÍSTICAS PROPIAS, COMO SON LA BREVEDAD Y LA SENCILLEZ DE LO QUE DICE, MIENTRAS QUE LOS MEDIOS IMPRESOS SE ESFUERZAN POR MANEJAR AMPLIOS

REPORTAJES, NOTAS CON ANTECEDENTES QUE DIFÍCILMENTE LA GRAN MAYORÍA DE LA POBLACIÓN NO LEE, PORQUE NO TIENE TIEMPO O DINERO SUFICIENTE PARA DESTINAR DETERMINADA SUMA A ADQUIRIR DIARIAMENTE UN PERIÓDICO.

"W" GUADALAJARA.- A LAS DE LA MAÑANA, TRANSMITE UN NOTICARIO POLICIACO. ÉSTA ESTACIÓN SE CARACTERIZA POR MANTENER AL AIRE TODO UN CICLO DE PROGRAMAS INFORMATIVOS DE LUNES A VIERNES.

A LAS 8 Y HASTA LAS 8:30 DE LA MAÑANA PRESENTAN "LA PALABRA ESTÁ EN EL AIRE", PROGRAMA EN DONDE CARLOS CABELLO WALLACE Y OTROS CONDUCTORES EXPRESAN SU OPINIÓN SOBRE LOS TEMAS DE ACTUALIDAD. AL TÉRMINO, INICIA "DÍGALO SIN MIEDO" DONDE EL PÚBLICO PUEDE EXTERNAR SU CONSIDERACIÓN QUEJA O SUGERENCIA SOBRE UN DETERMINADO SERVICIO PÚBLICO, CUENTA CON TELÉFONO ABIERTO. - ÉSTA ESTACIÓN ES LA QUE MAYOR CANTIDAD DE PROGRAMAS INFORMATIVOS TIENE A LO LARGO DE UN DÍA DE TRANSMISIÓN Y PUEDE COMPARÁRSELE EN CUANTO AL NÚMERO DE PRODUCCIONES, CON RADIO RED GUADALAJARA Y RADIO METRÓPOLI.

DE 9:45 A 10 A.M. "W" GUADALAJARA PRESENTA "BOLETÍN MARCADOR" DEDICADO AL ANÁLISIS DEL FUTBOL SOCCER, EN SU MODALIDAD DE PRIMERA DIVISIÓN. A LAS 10 A.M. RECIBE DEL DISTRITO FEDERAL. "EL MUNDO DE LA MUJER QUE SE LIGA DE 11 A 11:30 CON LA PRODUCCIÓN LOCAL "EL MUNDO DE LAS MODAS", AMBOS DIRIGIDOS AL SEXO FEMENINO.

AL FILO DEL MEDIO DÍA ESTÁ AL AIRE "CONTROVERSIAS", PROGRAMA DE OPINIÓN EN EL CUAL SIEMPRE SE CUENTA CON UN ENTREVISTADO, SEA DEL SECTOR PÚBLICO O DEL PRIVADO, O BIEN DE ALGÚN ORGANISMO DE ASISTENCIA SOCIAL. A LAS 14:30 P.M. RECIBEN DE LA CIUDAD DE MÉXICO EL NOTICIERO 24 HORAS.

POR LA TARDE, CUENTA CON LOS SIGUIENTES PROGRAMAS "APUNTITOS DE LA TARDE" DONDE SE ABORDAN LOS PROBLEMAS CIDADINOS. "EL CLUB DE LOS SUPERSABIOS" CUYA INTENCIÓN ES AYUDAR EN LAS TAREAS A NIÑOS Y JÓVENES; "CÍRCULO DEL ÉXITO" QUE PRESENTA LAS LISTAS DE POPULARIDAD DE LA MÚSICA EN ESPAÑOL. "ENTRE JÓVENES", EN DONDE CON LA AYUDA DE PROFESIONALES EN LA MATERIA, SE ANALIZAN ESCOLLOS COTIDIANOS DE LA JUVENTUD.

LA BARRA VESPERTINA CONTINUA CON "EN MI CIUDAD" EN EL QUE DE NUEVA CUENTA EL TEMA CENTRAL ES LA PROBLEMÁTICA METROPOLITANA.

POSTERIORMENTE, SE TRANSMITE "TIRANDO A GOL", DE CORTE DEPORTIVO Y A PARTIR DE LAS 9:30 Y HASTA LAS 10:30 DE LUNES A VIERNES INTERCAMBIA 5 PROGRAMAS, TODOS GIRAN SOBRE EL TEMA DE LA MÚSICA, Y A SU TÉRMINO SE DIFUNDE "24 HORAS" DIRECTO DESDE LA CIUDAD DE MÉXICO.

STEREO REY", - DE 7 A 9:30 DE LA MAÑANA TRANSMITE VÍA SATÉLITE "PARA EMPEZAR", ORIGINAL EN LA CAPITAL DEL PAÍS, - CON NOTICIAS NACIONALES E INTERNACIONALES, DE OPINIÓN, ENTREVISTA A FUNCIONARIOS DE PRIMER NIVEL DEL GOBIERNO FEDERAL, DEPORTES Y

FINANZAS, NO TRANSMITE NOTAS LOCALES.

"RADIODIFUSORA CULTURAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO XEJB.- LUNES A VIERNES TIENEN 8 EDICIONES, CON UNA DURACIÓN QUE OSCILA ENTRE LOS 3 Y 5 MINUTOS. SU CONTENIDO ES 60 POR CIENTO DE INFORMACION LOCAL, 25 POR CIENTO NACIONAL, SOBRE TODO DE CARÁCTER OFICIAL Y EL RESTO LO CONSTITUYEN NOTICIAS INTERNACIONALES. EN SUS NOTICIARIOS MÁS AMPLIOS INCLUYEN EDITORIALES.

RADIO UNIVERSIDAD.- PERTENECE A LA UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA, SE LOCALIZA EN EL 04.3 DEL CUADRANTE DE FRECUENCIA MODULADA. CUENTA CON 4 ESPACIOS INFORMATIVOS, DOS DEDICADOS A LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL, SOBRE TODO A LOS ACONTECIMIENTOS LATINOAMERICANOS DE REIVINDICACIÓN DE LA LUCHA POLÍTICA, PARA ELLO CUENTA CON LOS SERVICIOS DE LA AGENCIA CISACESO, SUS TRANSMISIONES SON A LAS 15:15 Y 19:30 P.M. DE LUNES A VIERNES BAJO LA DENOMINACIÓN "COSMORAMA" CON 5 AÑOS DE ESTAR AL AIRE.

DESDE HACE APROXIMADAMENTE 3 MESES, PRESENTAN A LAS 10 DE LA MAÑANA Y A LAS 19 HORAS, "LÍNEA UNIVERSITARIA", QUE BRINDA INFORMACIÓN ACERCA DE TODAS LAS DEPENDENCIAS Y ORGANISMOS VINCULADOS CON LA U DE G., Y QUE AFECTAN A LA COMUNIDAD UNIVERSITARIA.

JOSÉ DÍAZ BETANCCURT, JEFE DE INFORMACIÓN DE "RADIO UNIVERSIDAD", HABLA SOBRE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS TRANSMITIDOS EN EL CUADRANTE METROPOLITANO, CONSIDERA QUE EN ESTOS MOMENTOS SIN QUERER ESTÁN UNIFORMADOS, TODOS PRESENTAN LO MISMO, LO QUE REFLEJA UNA ENORME CARENCIA DE CREATIVIDAD Y ORIGINALIDAD

NO SÓLO DE PARTE DEL REPORTERO PARA BUSCAR NUEVAS O INFORMACIONES ATRACTIVAS, SINO TAMBIÉN DEL JEFE DE INFORMACIÓN, PARA ENCAUZAR EL TRABAJO DE SUS REPORTEROS.

SOBRE ESTOS ÚLTIMOS, COMENTÓ QUE HACE FALTA UNA MAYOR CAPACITACIÓN, ESPECIALMENTE EN LAS ÁREAS DONDE DESARROLLAN SU LABOR, ES NECESARIO QUE MEJOREN EL USO DEL LENGUAJE RADIOFÓNICO PARA UNA MEJOR PRESENTACIÓN DE SU MISMO ESFUERZO. LAS PRISAS, Y EL HECHO DE SÓLO MANEJAR DECLARACIONES ESTÁN PROVOCANDO QUE LOS REPORTEROS NUNCA TRAIGAN A LA MANO CIFRAS PRECISAS; DATOS CONCRETOS QUE LES PERMITAN REFORZAR SU NOTA.

CONSIDERA QUE PARA EL PERIODISMO RADIOFÓNICO SE NECESITA ABUNDAR MÁS EN LOS CONTENIDOS, LA CONSTANTE MOVILIZACIÓN DE LOS REPORTEROS DE LAS FUENTES, ES MUY IMPORTANTE PARA EVITAR ENVICIAMIENTOS Y CORRUPTELAS.

CAPITULO IV FUNCION DE LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADALAJARA

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA DEBEN ENTENDER, EDUCAR E INFORMAR, TRES DE SUS FUNCIONES BÁSICAS.

LA RADIO NO PUEDE SER LA EXCEPCIÓN Y, DENTRO DEL ENFOQUE DE LO QUE DEBE REALIZAR, LA INFORMACIÓN ES UN PUNTO IMPORTANTE.

COMO YA SE TOCÓ EN EL CAPÍTULO II DE ESTE TRABAJO, INFORMACIÓN PUEDE SIGNIFICAR CONTENIDO DEL MENSAJE O PROCESO QUE PRETENDE SÓLO UN ENTERAMIENTO. SI LA RADIO DEBE INFORMAR, ENTONCES HAY QUE ANALIZARLA DESDE ESTOS DOS PUNTOS DE VISTA: PARA EL PRIMERO, DEBEMOS ACEPTAR COMO ALGO MUY CLARO QUE SÍ TRANSMITE CONTINUAMENTE DATOS, INCLUSO DENTRO DE SUS APARTADOS MUSICALES Y PUBLICITARIOS, POR MENCIONAR ALGUNOS; PARA EL SEGUNDO HAY QUE ANALIZAR SI SE ESTABLECEN PROCESOS INFORMATIVOS, PUNTO CENTRAL DE TODO EL TRABAJO PRESENTADO.

LOS NOTICIEROS DEBÍAN SER APARTADOS DE LA PROGRAMACIÓN, CUYO CONTENIDO ESTRIBA EN NOTICIAS. UNA NOTICIA ES UN HECHO TRASCENDENTE QUE INTERESA A UN GRAN NÚMERO DE PERSONAS; POR TANTO, LA NOTICIA -COMO SE HA DICHO HASTA LA SACIEDAD- DEBE SER OBJETIVA, IMPARCIAL, INFORMATIVA.

LOS NOTICIEROS, EN CONCLUSIÓN, DEBÍAN SER ESPACIOS INFORMATIVOS EN LA PROGRAMACIÓN DE UNA ESTACIÓN DE RADIO. SI SE INCLUYE EN UN NOTICIERO UN EDITORIAL O UN COMENTARIO -

TAMBIÉN IMPORTANTES DENTRO DE SU ESTRUCTURA, ESTO ES ACCESORIO; UN NOTICIERO SIN EDITORIALES SEGUIRÁ SIENDO UN NOTICIERO Y UN PROGRAMA DE COMENTARIOS.

ADEMÁS DEL ANÁLISIS DE CONTENIDO COMO TÉCNICA DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN, UTILIZAMOS EN EL PRESENTE TRABAJO UNA INVESTIGACIÓN DE CAMPO EN LA QUE SE ENCUESTÓ A CERCA DE MIL 100 PERSONAS, NÚMERO TOMADO AL AZAR, A FIN DE DESCRIBIR LA FUNCIÓN QUE, SEGÚN LOS RECEPTORES DE RADIO, DESEMPEÑAN LOS NOTICIEROS QUE SE TRANSMITEN DÍA A DÍA.

EL OBJETIVO DE ESTA INVESTIGACIÓN NO HA SIDO DE TERMINAR SI LOS NOTICIEROS DE RADIO EN GUADALAJARA CUMPLEN O NO CON SU FUNCIÓN, SINO ACERCARNOS AL CONOCIMIENTO DE QUÉ FUNCIÓN CUMPLEN, TANTO EN OPINIÓN DE QUIENES LOS HACEN COMO DE QUIENES LO ESCUCHAN.

LA FINALIDAD DE ESTE ESTUDIO ES QUE CONSTITUYA UN PRIMER ACERCAMIENTO EL ENGRANAJE INFORMATIVO DE LA RADIO TAPATÍA, PARA QUE PERMITA EN UN FUTURO INVESTIGACIONES MÁS PROFUNDAS.

LA ENCUESTA CUYOS RESULTADOS EXPONGO A CONTINUACIÓN SE REALIZÓ DURANTE 1987, EN LOS CUATRO SECTORES QUE CONFORMAN NUESTRA CIUDAD, REPARTIENDO EN CADA UNO DE ELLOS, LA APLICACIÓN DE 275 CUESTIONARIOS.

EL CUESTIONARIO SE DISEÑÓ PARA CONOCER LAS OPINION

NES DEL RADIOESCUCHA RESPECTO A DIFERENTES ASPECTOS DE LOS PROGRAMAS NOTICIOSOS, COMO LA SUFICIENCIA DEL CONTENIDO INFORMATIVO FRENTE A LAS ESPECTATIVAS; LAS PREFERENCIAS POR CONTENIDOS NACIONALES, INTERNACIONALES O LOCALES (INCLUSO NOTA DEPORTIVA Y POLICIACA; INFLUENCIA ACEPTADA POR EL RADIOESCUCHA; SIMILITUD ENTRE UNOS NOTICIEROS Y OTRAS; USO QUE DÁ A LA INFORMACIÓN QUE RECIBE DE LOS NOTICIEROS Y, POR ÚLTIMO, CUALES TIENEN MAYOR AUDIENCIA ENTRE EL RADIOESCUCHA.

DE IGUAL MANERA, EN EL PRESENTE TRABAJO SE INTENTA REALIZAR UN ACERCAMIENTO EXPLORATORIO, QUE PERMITA DETECTAR ALGUNOS GUSTOS EN MATERIA INFORMATIVA DE LOS RADIOESCUCHAS TAPATÓS.

ME INTERESA TAMBIÉN CONOCER LAS APRECIACIONES PERSONALES DE LOS ENCUESTADOS, SEA A FAVOR O EN CONTRA DE LA PROGRAMACIÓN RADIOFÓNICA INFORMATIVA. CABE SEÑALAR QUE PARA PODER REALIZAR LA PRESENTE INVESTIGACIÓN ADEMÁS DE MI TRABAJO, SE CONTÓ CON LA VALIOSA COOPERACIÓN DE 12 ALUMNOS DE SEXTO SEMESTRE DE LA ESCUELA DE PERIODISMO Y COMUNICACIÓN COLECTIVA, QUIENES TAMBIÉN CENSARON A PARTE DE LA MUESTRA.

SI EL NÚMERO DE MIL 100 CUESTIONARIOS SE TOMÓ AL AZAR, FUE SOBRE TODO POR LA CARENCIA DE DATOS ESTADÍSTICOS CONFIABLES ACERCA DE LA POBLACIÓN QUE EN 1937 HABITABA LA ZONA METROPOLITANA, ADEMÁS DE QUE, EN LO PERSONAL, CONSIDERO QUE LOS MEJORES RESULTADOS SE OBTIENEN AL AZAR-PESE A QUE HAYA VARIOS ES

TUDIOSOS QUE OPINEN LO CONTRARIO.

LAS CIFRAS MÁS CONFIABLES LAS ARROJA EL CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN DE 1980, EN EL CUAL EL NÚMERO DE HABITANTES SUSCEPTIBLE DE SER ECONÓMICAMENTE ACTIVO ERA DE 748 MIL 844 PERSONAS; NOS INTERESABA ESTE DATO PORQUE EL MÍNIMO PARA LEVANTAR EL CUESTIONARIO FUE 15 AÑOS DE EDAD, CONSIDERADA COMO EDAD PROMEDIO PARA INICIAR LABORES.

LA SELECCIÓN DE MUESTRA SE DETERMINÓ CONSIDERANDO EDAD, SEXO Y ESTRATO SOCIAL. EN CUANTO A LA PRIMERA VARIABLE CITADA DEBO EXPLICAR QUE FUE TOTALMENTE LIBRE, SÓLO CUIDANDO QUE FUERAN DE 15 AÑOS EN ADELANTE, PORQUE PRESUPUSE QUE A PARTIR DE ESA EDAD EXISTE YA CIERTO INTERÉS POR MANTENERSE INFORMADO.

EN CUANTO AL SEXO, SÍ SE DIVIDIÓ COMPLETAMENTE A LA MITAD EL NÚMERO DE ENCUESTAS TANTO PARA HOMBRES COMO PARA MUJERES, Y FINALMENTE, EL ESTRATO SOCIAL SE MANEJÓ CON TRES OPCIONES: DE MENOS DE 150 MIL PESOS, DE 150 A 450 MIL PESOS Y DE 450 MIL PESOS EN ADELANTE, ESTA OPCIÓN AL IGUAL QUE LA EDAD, SE DEJÓ COMPLETAMENTE ABIERTA.

PARA LA APLICACIÓN DE LOS CUESTIONARIOS SE OPTÓ POR IR CASA POR CASA DE ACUERDO AL SECTOR QUE SE NECESITABA ENCUESTAR, BUSCANDO CON ELLO, UNA MAYOR ESPONTANEIDAD EN LAS RESPUESTAS Y SE LES ACLARÓ A QUIENES ACEPTARON PARTICIPAR EN LA MUESTRA, QUE SU NOMBRE O DIRECCIÓN NO APARECERÍAN PUBLICADOS.

ANÁLISIS DE LA ENCUESTA:

LA PRIMERA PREGUNTA HACE REFERENCIA A LOS INGRESOS FAMILIARES. DE LAS PERSONAS ENCUESTADAS, EL 23.74 POR CIENTO, OBTENÍAN MENSUALMENTE MENOS DE 150 MIL PESOS; EL 51.10 POR CIENTO, TENÍA INGRESOS QUE OSCILABAN ENTRE 150 Y 450 MIL PESOS MENSUALES Y FINALMENTE EL ÚLTIMO GRUPO, ES DECIR LOS QUE SUPERABAN LOS 450 MIL PESOS MENSUALES SE INTEGRÓ POR EL 25.94 POR CIENTO DE LA MUESTRA.

SE LE PREGUNTÓ A LA MUESTRA LA FRECUENCIA CON QUE ESCUCHABAN RADIO Y LA RESPUESTA FUE QUE EL 86.19 POR CIENTO DE LA MISMA LO HACÍA CON UNA FRECUENCIA DE TRES A MÁS DÍAS DE LA SEMANA Y EL 15.10 POR CIENTO, ESCUCHABA RADIO DOS DÍAS O MENOS.

A LA PREGUNTA ¿ESCUCHA USTED NOTICIEROS DE RADIO? LA RESPUESTA FUE 31.61 POR CIENTO LO HACÍA SIEMPRE; 26.84 POR CIENTO CASI SIEMPRE; 40.26 POR CIENTO, ALGUNAS VECES Y 2.06 POR CIENTO NUNCA OÍA NOTICIEROS RADIOFÓNICOS. (VER GRÁFICA UNO).

LA PREFERENCIA POR LOS NOTICIEROS -EN EL AIRE - CUANDO SE REALIZÓ LA ENCUESTA -ARROJÓ LOS SIGUIENTES DATOS: "NO TISISTEMA" ERA ESCUCHADO POR EL 86.66 POR CIENTO DE LAS PERSONAS "EN RESUMEN" CAPTÓ EL 34.94 POR CIENTO; "IMPACTOS DEL 58" LO SINTONIZABAN EL 27.51 POR CIENTO DE LA MUESTRA; "SERAL 90 EN LOS DEPORTES" EL 18.43 POR CIENTO; "NOTIOIR" -APENAS AL AIRE Y HOY CONVERTIDO EN NOTICENTRO -OBTUVO EL 15.41 POR CIENTO DE LA PRE-

REFERENCIA Y LAS "NOTAS POLICIAICAS DEL 58" EL 14.19 POR CIENTO; - OTROS OBTUVIERON EL 2.48 POR CIENTO.

ADEMÁS DE LO YA INDICADO, 29 PERSONAS, PRECISARON QUE APARTE DE ALGUNO DE LOS NOTICIEROS CITADOS, TAMBIÉN ESCUCHAN "MÁS ALLÁ DE LA NOTICIA" (ACTUALMENTE FUERA DEL AIRE). DOS ENTREVISTADOS, GUSTABAN DE ESCUCHAR "COMENTARIOS MATUTINOS DE LA H" Y SEIS PERSONAS MÁS PREFERÍAN LOS COMENTARIOS DE "RADIO UNIVERSIDAD".

A LA PREGUNTA " ¿LOS NOTICIEROS QUE SE TRANSMITEN EN GUADALAJARA, LE BRINDAN TODA LA INFORMACIÓN QUE NECESITA SABER?, EL 47.35 POR CIENTO, CONSIDERÓ QUE LA INFORMACIÓN RECIBIDA SATISFACÍA SUS NECESIDADES EN FORMA REGULAR; EL 46.71 POR CIENTO, DIJO ESTAR SATISFECHO DE LO QUE OÍA EN LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS Y EL 6.84 POR CIENTO NO OBTENÍA LA INFORMACIÓN QUE REQUERÍA DE ELLOS (VER GRÁFICA DOS).

27 ENCUESTADORES EXPLICARON ADEMÁS, QUE LOS NOTICIEROS DE RADIO NO BRINDAN TODA LA INFORMACIÓN, PORQUE NO SE QUIEREN COMPROMETER, 59 DE ELLOS MANIFESTARON QUE LA INFORMACIÓN RECIBIDA EN LOS NOTICIEROS DE RADIO ES POCO CONCISA; 28 MÁS CONSIDERARON QUE LA INFORMACIÓN DIFUNDIRA EN LOS NOTICIEROS DE RADIO ES GOBIERNISTA.

48 ENCUESTADOS CREEN QUE RECIBEN LA INFORMACIÓN QUE SE PUEDE, DEBIDO A QUE EN MÉXICO NO EXISTE PLENA LIBERTAD DE EXPRESIÓN Y 59 ENTREVISTADOS, AFIRMARON QUE LOS NOTICIEROS QUE

SE TRANSMITEN NO SON VERACES.

REFERENTE AL INTERÉS POR ESCUCHAR LA INFORMACIÓN LA NOTA NACIONAL ALCANZÓ 71.74 POR CIENTO DE LA DEMANDA DE LOS ENTREVISTADOS; EL ACONTECER LOCAL LOGRÓ EL 69.24 POR CIENTO; LOS SUCESOS INTERNACIONALES INTERESARON AL 62.79 POR CIENTO DE NUESTROS ENCUESTADOS; LOS DEPORTES, AL 45.06 POR CIENTO; LAS POLICIAS A UN 36.44 POR CIENTO Y FINALMENTE OTRAS ALCANZARON UN 2.45 POR CIENTO.

TAMBIÉN SE DETECTÓ INCLINACIÓN POR LA INFORMACIÓN FINANCIERA, 7 PERSONAS EN TOTAL; DEL TIPO ARTÍSTICA Y CULTURAL, 9 MÁS; POR LOS CONSEJOS SE INCLINARON DOS Y POR LA INFORMACIÓN POLÍTICA APENAS UNA. (VER GRÁFICA TRES).

LA POSIBLE INFLUENCIA DE LOS NOTICIEROS DE RADIO TRANSMITIDOS EN GUADALAJARA, SOBRE LA VIDA DE LOS TAPATÍOS, QUE DA DE MANIFIESTO, SEGÚN SUS RESPUESTAS CON LAS SIGUIENTES CIFRAS: EL 34.45 POR CIENTO ASEGURÓ QUE LOS NOTICIEROS DE RADIO INFLUYEN REGULARMENTE EN SU MODO DE VIDA; EL 32.26 POR CIENTO, NEGÓ QUE LO HICIERA; EL 18.06 ACEPTÓ QUE TAL VEZ UN POCO Y EL 15.74 POR CIENTO DIJO QUE INFLUÍAN MUCHO EN SU VIDA. (VER GRÁFICA CUATRO).

PARA PODER OBTENER ESTOS DATOS, SE TUVO QUE RECOPIRAR TODAS LAS EXPLICACIONES DE LO QUE FUERA DIFERENTE A "NADA" EN ESTA RECABADÓN 65 VECES SE REPITIÓ QUE LOS NOTICIEROS ORIENTAN; 37 VECES, QUE MUCHOS DEPENDEN DE LO QUE EN ELLOS SE DICE;

28 MÁS, RECONOCIERON QUE LES PERMITE ESTAR PREVENIDOS; 12, ACEPTARON QUE A TRAVÉS DE ELLOS SE CONOCE SOBRE LO QUE AFECTA A LA COMUNIDAD QUE AL FIN DE CUENTAS ATAÑE A TODOS Y FINALMENTE 5, - COINCIDIERON EN SEÑALAR QUE LA RADIO ES PERJUDICIAL.

EL 70.84 POR CIENTO, AFIRMÓ QUE GYEN NOTICIEROS DE RADIO PARA ESTAR INFORMADOS; 10,84 POR CIENTO PORQUE TIENE - SINTONIZADA LA ESTACIÓN DONDE LOS TRANSMITEN; 4 POR CIENTO PARA TENER QUÉ PLATICAR; 3,35 POR CIENTO PARA ORIENTAR SU OPINIÓN; 1,42 POR CIENTO PARA ADQUIRIR CULTURA Y 8,26 POR CIENTO, TODAS LAS ANTERIORES.

A LA PREGUNTA "¿EL NOTICIERO QUE ESCUCHA ES DIFERENTE A OTROS?", EL 64,52 POR CIENTO, AFIRMÓ QUE NO Y EN CONTRA PARTE, EL 36,13 POR CIENTO DIJO QUE SÍ; LA DIFERENCIA FUE EL - CONTENIDO DE LOS NISMOS.

45 AFIRMARON QUE UNOS NOTICIEROS HABLAN E INFORMAN SOBRE UN HECHO Y OTROS, LO HACEN SOBRE DIFERENTES TÓPICOS; 19 CONSIDERARON QUE EL NOTICIERO QUE SINTONIZAN ES DIFERENTE, PORQUE ES OBJETIVO Y FINALMENTE 6, LO CONSIDERARON ASÍ, POR BREVES Y CONCISOS.

POR ÚLTIMO, A LA PREGUNTA "¿ LOS NOTICIEROS QUE CASI NO ESCUCHA SON DIFERENTES ENTRE SÍ?", EL 70,6 POR CIENTO, CONTESTÓ QUE NO, Y EL 30,06 POR CIENTO, DIJO LO CONTRARIO. AQUÍ NOSOTROS REFLEXIONAMOS: ¿CÓMO SABEN SI SE PARECEN ENTRE SÍ, SI

NO LOS ESCUCHAN?.

AUNQUE LA PREGUNTA ERA, SI LOS NOTICIEROS QUE CA
SI NO ESCUCHABAN ERAN DIFERENTES ENTRE SÍ, 219 PERSONAS CONTE-
TARON QUE TODOS DICEN LO MISMO; 7 CONSIDERARON QUE SON DIFEREN-
TES POR SER AMARILLISTAS; 3 MÁS, PORQUE BÁSICAMENTE SON REFRI-
TOS DE PERIÓDICOS O TELEVISIÓN Y 2, ASEGURARON QUE LOS NOTICIE-
ROS QUE CASI NO ESCUCHABAN, SE GUIABAN POR BOLETINES DEL GOBIER
NO.

CONCLUSIONES DE LA INVESTIGACION

1.- EL RADIOESCUCHA NO ESTÁ TOTALMENTE SATISFE-
CHO CON LA INFORMACIÓN QUE RECIBE EN LOS NOTICIEROS, NO PORQUE
ÉSTOS DEBIERAN SER MÁS LARGOS, SINO PROBABLEMENTE A CAUSA DE
QUE LA GENTE SIENTE QUE FALTA INFORMACIÓN QUE, EFIDENTEMENTE, RE
CIBE POR OTROS CONDUCTOS.

2.- EL TAPATÍO SIENTE QUE LOS NOTICIEROS RADIO
FÓNICOS SE PARECEN MUCHO ENTRE SÍ; FALTA UNA IDENTIDAD PROPIA
DISTINTIVA, QUE PERMITA SACUDIR ESA IMÁGEN DE ACARTONAMIENTO Y
UNIFORMIDAD QUE HOY TIENEN.

3.- NO EXISTE MUCHA CONCIENCIA DE LA INFLUENCIA
QUE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS TIENEN EN SUS VIDAS, YA QUE LA
MITAD DE LOS ENCUESTADORES CONFIRIERON POCOA O NADA DE INFLUEN-
CIA.

4.- 7 DE CADA 10 TAPATÍOS ESCUCHAN RADIO SÓLO PA
RA ESTAR INFORMADOS, PERO, SI EL 50 POR CIENTO NO CONFIERE IN -
FLUENCIA DE LOS NOTICIEROS EN SUS VIDAS, ENTONCES ¿PARA QUÉ SE
REQUIERE ESTAR INFORMADO?, ES DECIR, ¿QUÉ SE HACE CON LA INFOR-
MACIÓN RECIBIDA?.

5.- 17 DE CADA 20 TAPATÍOS ESCUCHAN MUY FRECUEN-
TEMENTE NOTICIEROS DE RADIO (3 DÍAS O MÁS A LA SEMANA).

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

CONCLUSIONES CAPITULARES:

CAPITULO I

AUNQUE EXISTEN VARIOS ENFOQUES PARA DAR APLICACIÓN AL TÉRMINO "INFORMACIÓN", CONSIDERARLA PARA NOMINAR UN PROCESO DE ENVÍO DE MENSAJES CON EL FIN DE ENTERAR SIMPLEMENTE, PARECE SER LO MÁS PRÁCTICO, PARA DIFERENCIARLO E INTEGRARLO CON EL PROCESO COMUNICATIVO.

CAPITULO II

LA EXPRESIÓN "LA RADIO" DEBÍA DESIGNAR TODO UN SISTEMA DE COMUNICACIÓN QUE ABREVIABA LOS TÉRMINOS "RADIOFONÍA" O "RADIODIFUSIÓN" Y, POR TANTO, NO SIGNIFICA LO MISMO QUE "EL RADIO", QUE DESIGNA, A SU VEZ, EL APARATO RADIORECEPTOR.

CAPITULO III

LA RADIO ES ALTAMENTE EMOTIVA Y DESARROLLA LA IMAGINACIÓN DEL RECEPTOR, COMO PARTE ESENCIAL DE SU FUNCIONAMIENTO.

LA RADIO INFORMATIVA EN GUADALAJARA NACE COMO PIONERA DE LA RADIODIFUSIÓN Y, HASTA LA FECHA, OCUPA UN LUGAR IMPORTANTE EN LOS CONTENIDOS DIRARIOS DE LA MAYORÍA DE LAS ESTACIONES LOCALES.

EXISTE UNA GRAN COMPETENCIA ENTRE LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS LOCALES POR PRESENTAR LOS CONTENIDOS MÁS COMPLETOS Y OPORTUNOS, LO QUE AUGURA A ESTE GÉNERO UN FUTURO CON GRAN PRESENCIA EN LOS FORMATOS DE LAS ESTACIONES.

CAPITULO IV

LA NOTICIA ES LA MATERIA PRIMA Y UN ELEMENTO ESENCIAL PARA LA EXISTENCIA DE LA RADIO INFORMATIVA, NO ASÍ LOS COMENTARIOS O EDITORIALES QUE SON MUY ÚTILES E INTERESANTES, PERO QUE PERTENECEN A LOS GÉNEROS DE OPINIÓN, NO NECESARIOS PARA HACER RADIO INFORMATIVA.

NOTISISTEMA ES EL NOTICIERO QUE TIENE LA MÁXIMA PREFERENCIA DE LOS RADIOESCUCHAS TAPATÍOS, LO QUE NO SIGNIFICA QUE SE PUEDA AFIRMAR O NEGAR QUE ES EL QUE MEJOR CUMPLE CON LA LABOR INFORMATIVA RADIOFÓNICA.

Gráfico 1: Frecuencia con que los tapan los escuchan noticieros radiofónicos

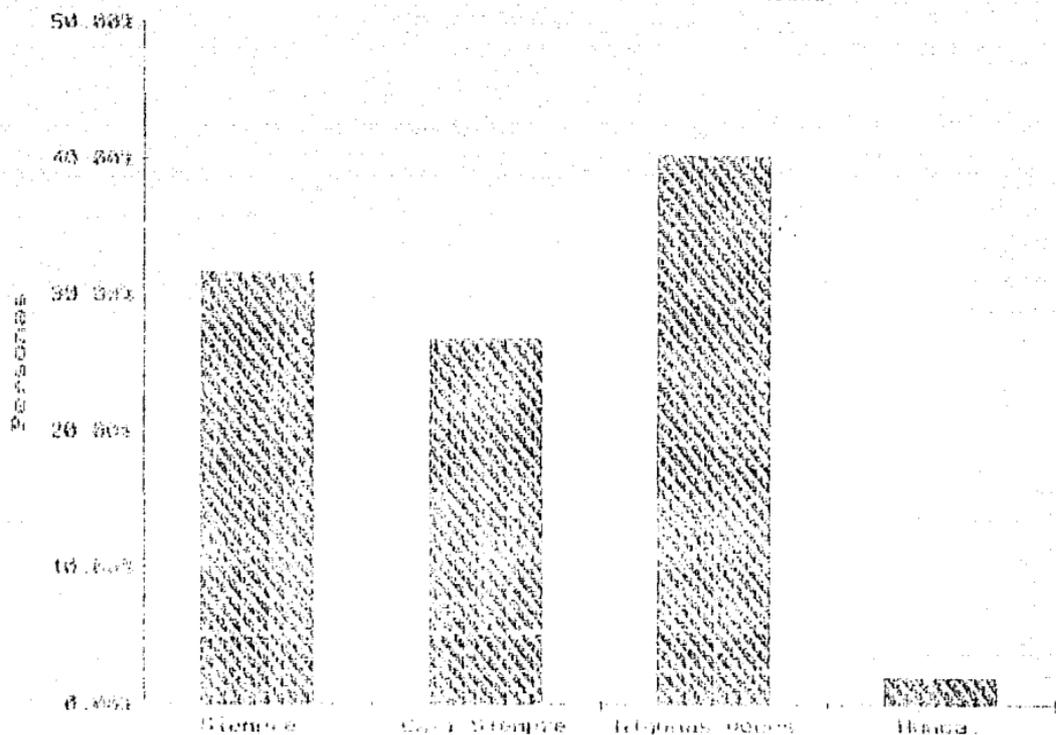


GRÁFICO 13. Los noticiosos de Radio
de la telenovela "Información necesaria"

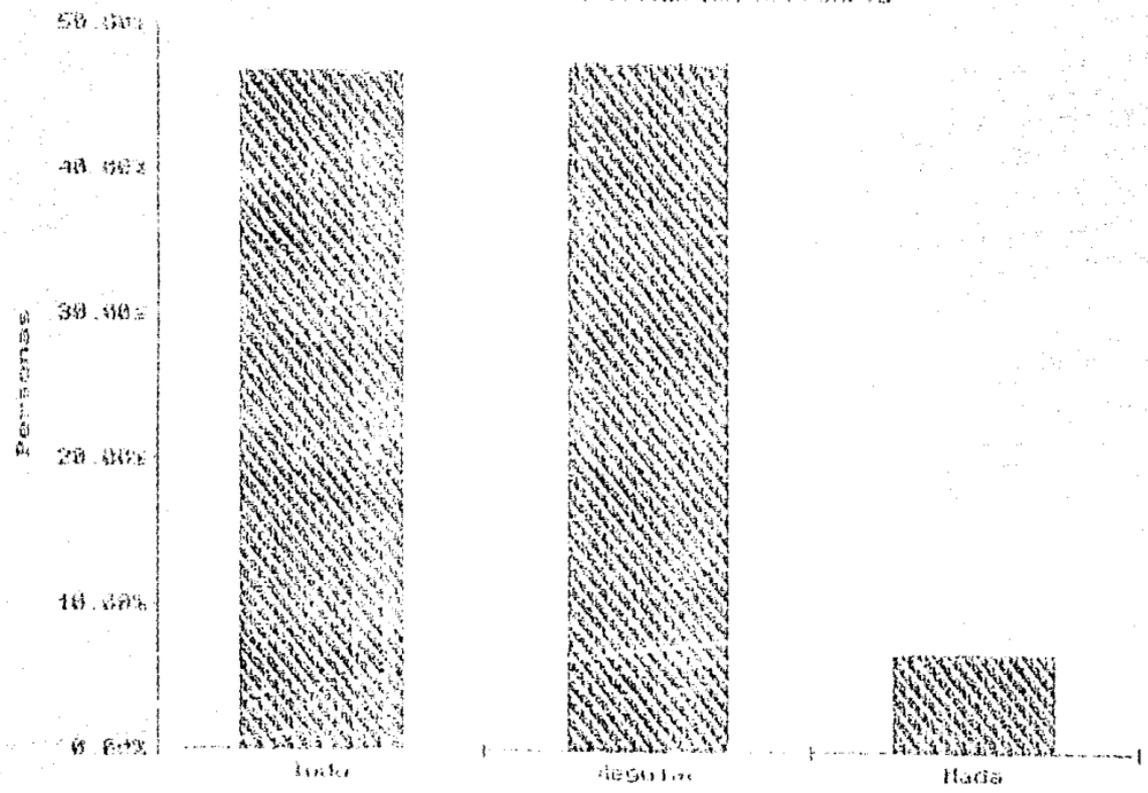


GRÁFICO III: Interés por escuchar información radiofónica

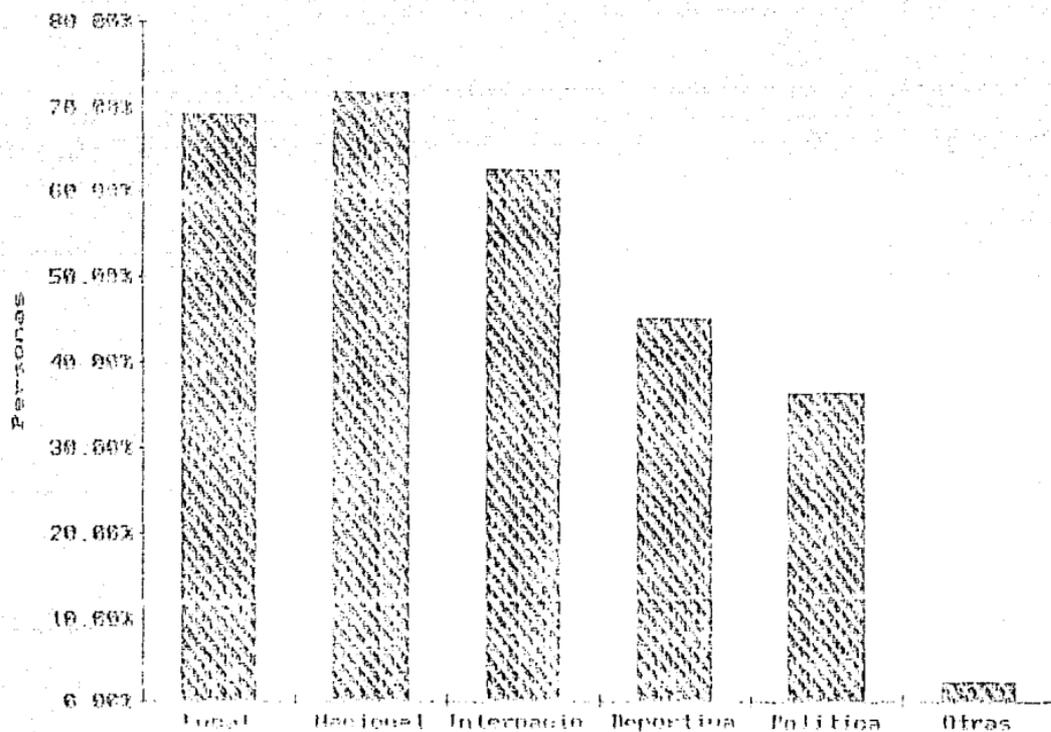
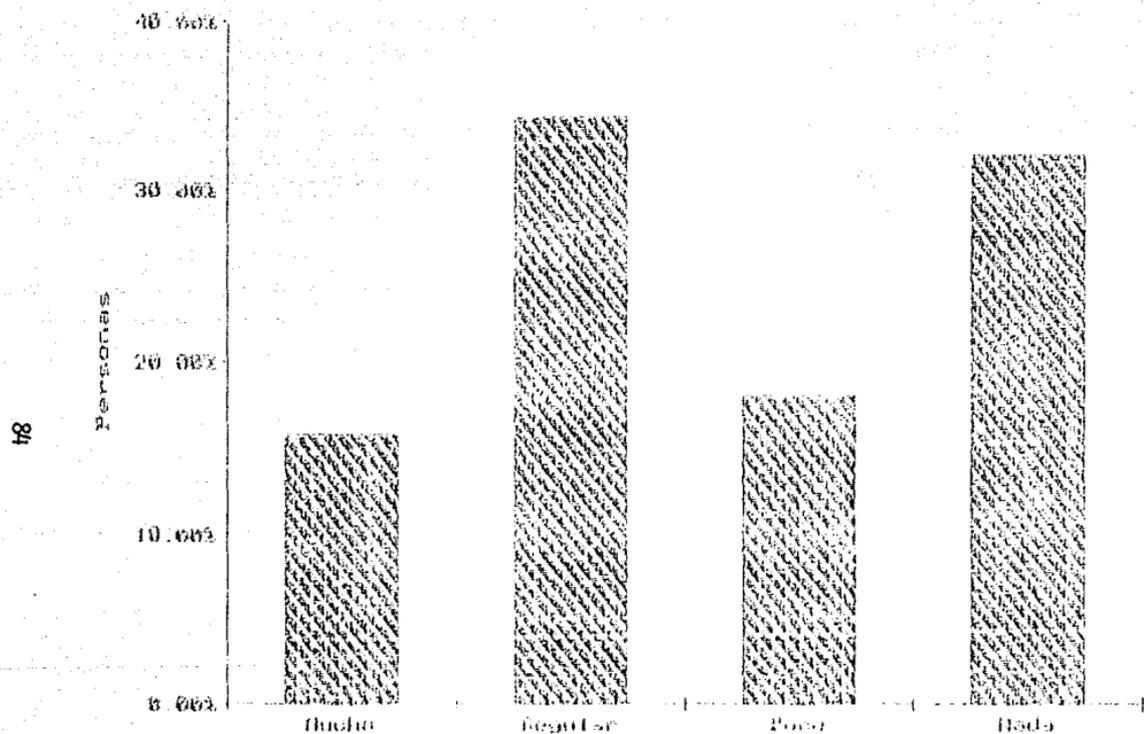


GRÁFICO 10: Influencia de los
noticieros Biológicos



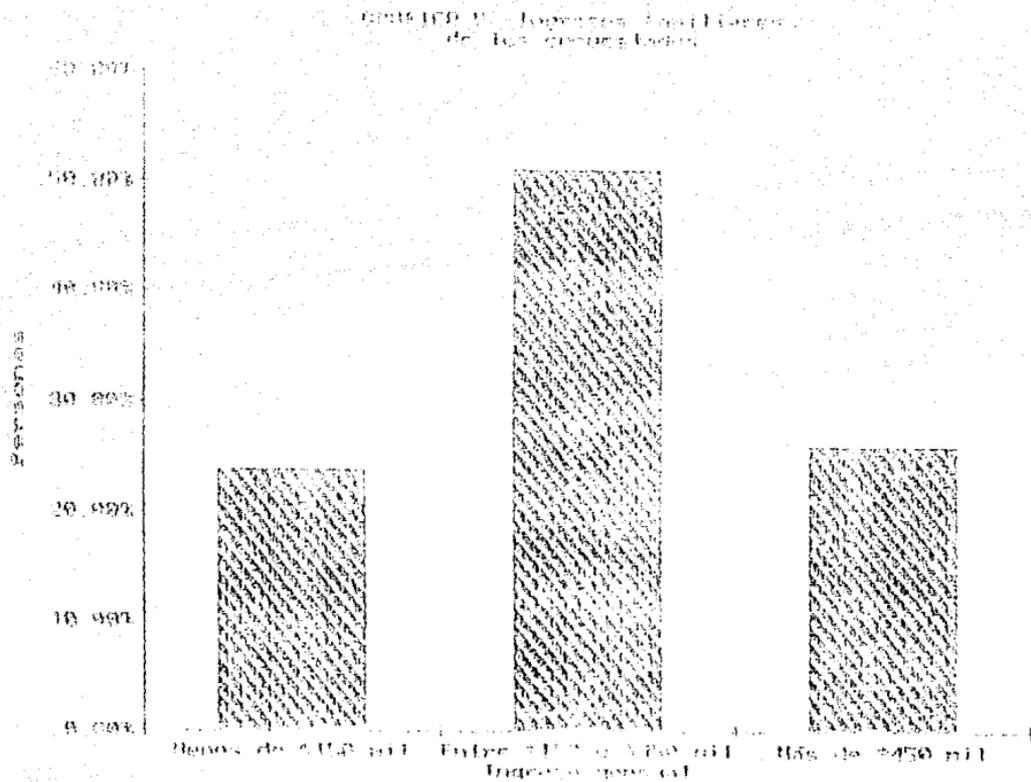
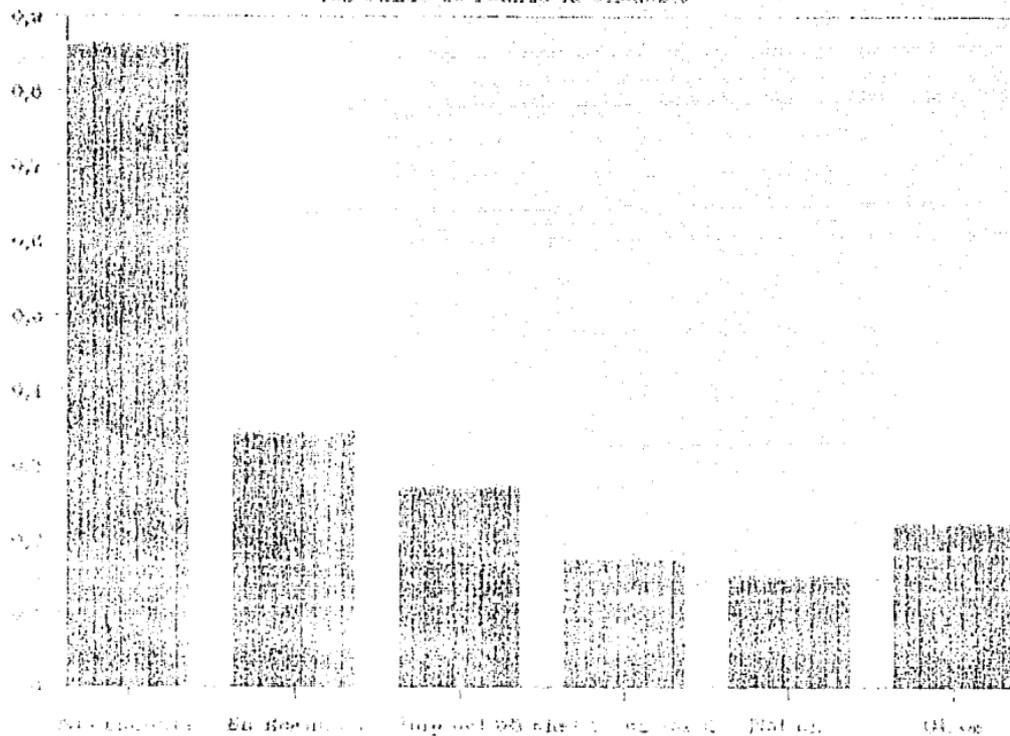


GRAFICO V.1.5. preferencia de noticia-

1990 cuando se realizó la encuesta



GRUPO 011: ¿El policía que escucha es diferente a otros?

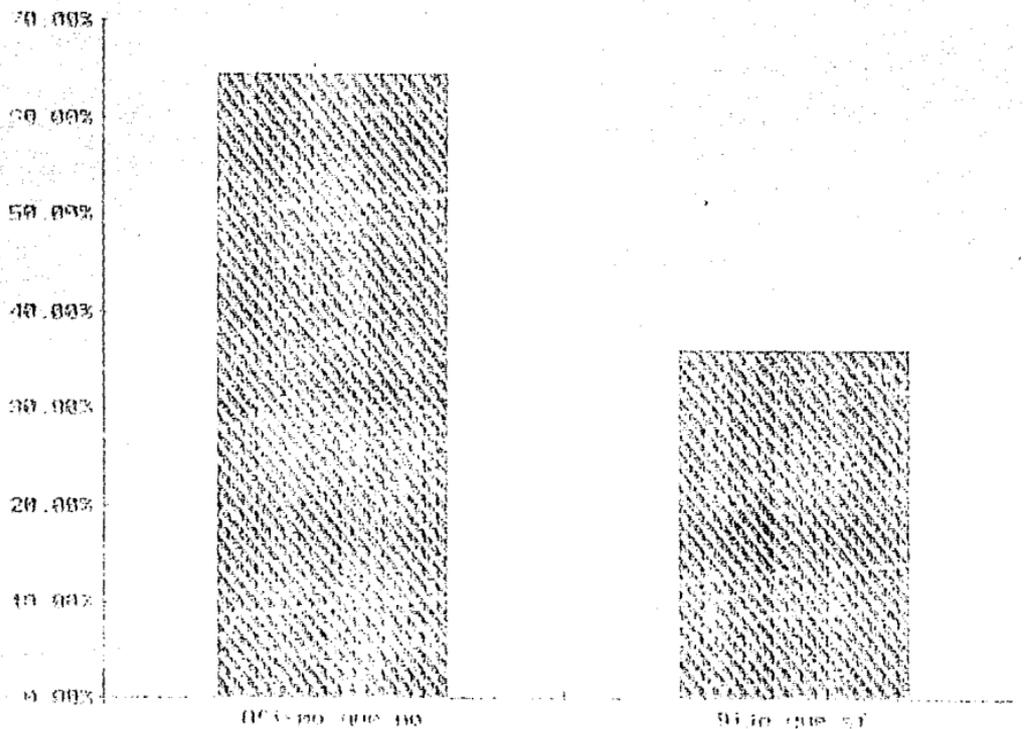
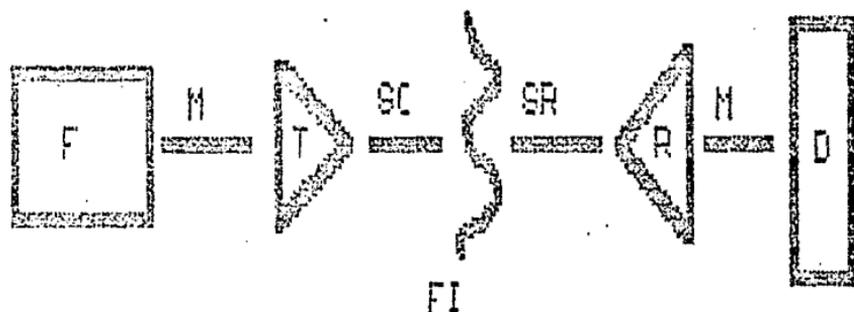


FIGURA 1.-

Diagrama Comunicación Electrónica de
Shannon Y Weaver.



F=Fuente

SC=señal emitida

M=Mensaje

FI=Fuente de Interferencia

T=Transmisor

SR=Señal Recibida

R=Receptor

D=Destino

FIGURA 1.-

Diagrama Comunicación Electrónica de Shannon Y Weaver .



F=Fuente

SE=Señal emitida

FI=Interferencia

FI=Fuente de Interferencia

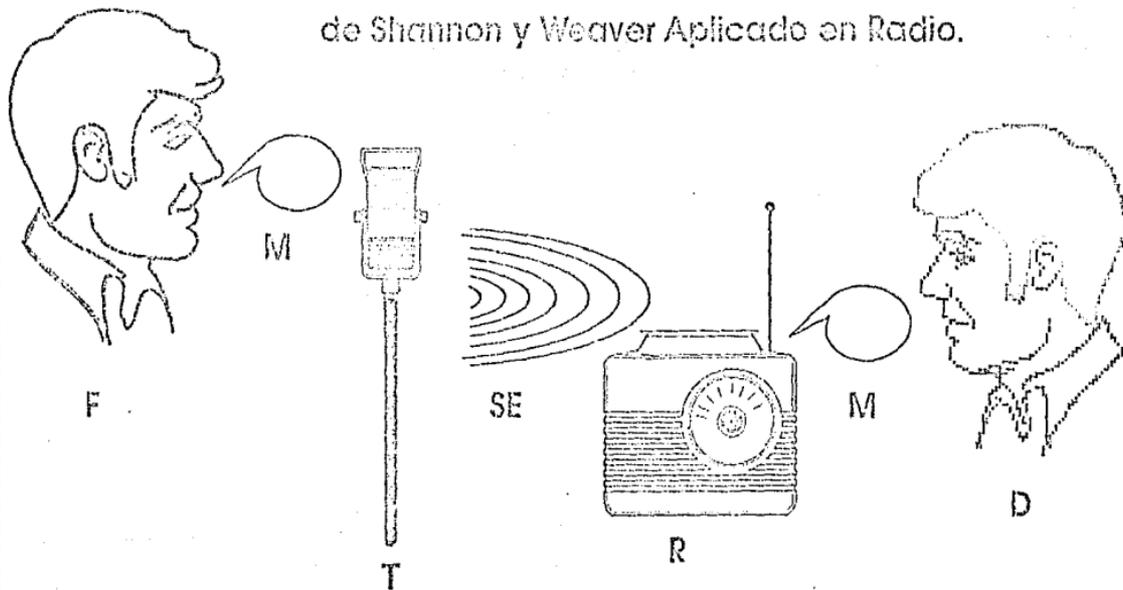
T=Transmisor

SR=Señal Recibida

R=Receptor

D=Destino

Diagrama de la Comunicación Electrónica
de Shannon y Weaver Aplicado en Radio.



96

F: FUENTE

M: MENSAJE

T: TRANSMISOR

SE: SEÑAL EMITIDA

R: RECEPTOR

M: MENSAJE

D: DESTINO

BIBLIOGRAFIA.-

- (1).- JIMENEZ SPRIU JAVIER; "PANORÁMICA Y PERSPECTIVA DE LA RADIO DIFUSIÓN EN MÉXICO; PONENCIA LEÍDA EN "MEXICOM 86"; GUADAJALAJARA; 1986.
- (2).- IDEM.
- (3).- ARREDONDO RAMÍREZ PABLO; "LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN MÉXICO, DURANTE LOS GOBIERNOS DE ECHEVERRÍA Y JOSÉ LÓPEZ PORTILLO"; ED. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA; 1985; PAG. 63; GUADALAJARA, JALISCO; PRIMERA EDICIÓN.
- (4).- JIMENEZ SPRIU JAVIER; OBRA CITADA.
- (5).- GUEVARA NAVARRO DE, OLIVIA; "NUEVAS TENDENCIAS EN LA RADIO DIFUSIÓN DE SERVICIO PÚBLICO"; PONENCIA LEÍDA EN "MEXICOM 86"; GUADALAJARA; 1986.
- (6).- BLAKE READ, HAROLDSSEN EDWIN; "TAXONOMÍA DE LOS CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN; ED. NUEVA IMÁGEN MÉXICO; 1984; PAG. 14 MÉXICO, D.F.
- (7).- MOLES ABRAHAM Y ZELTMAN CLAUDE; "LA COMUNICACIÓN Y LOS MASS MEDIA"; ED. SIGLO XXI; 1972; PAGES. 74,75 Y 76; MADRID; SEGUNDA EDICIÓN.

- (8).- LOPEZ DE ZUAZO ALGAR ANTONIO: "DICCIONARIO DEL PERIODISMO";
ED. PIRÁMIDE; PÁGS. VARIAS; MÉXICO; 1975.
- (9).- DIRECCION GENERAL DE PUBLICACIONES Y MEDIOS: "GUÍA DE PRE
PARACIÓN PARA LOS ASPIRANTES A LOCUTORES"; SEP; 1986; MÉXICO,
D.F.
- (10).- IDEM.
- (11).- CEBRIAN H. MARIANO: "DICCIONARIO DE RADIO Y T.V."; ED.
SIGLO XXI; PAG 282; 1981 MADRID.
- (12).- ROMO CRISTINA: "INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO Y PRÁCTICA
DE LA RADIO; PUBLICACIONES CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN
ITESO; JALISCO; 1982; PAG. 5.
- (13).- FAUS BELAU ANGEL: "LA RADIO, INTRODUCCIÓN AL ESTUDIO DE
UN MEDIO DESCONOCIDO"; BIBLIOTECA UNIVERSIDAD GUADIANA
DE MADRID; 1973; PAG 13; MADRID.
- (14).- CAZANUEVE JEAN: "SOCIOLOGÍA DE LA RADIO Y LA T.V."; ED.
PORRÚA; PAG. VARIAS; MÉXICO; 1974; PRIMERA EDICIÓN.

- (15).- INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO Y UAM; "INTRODUCCIÓN, MANUAL DE OPERACIÓN Y PRODUCCIÓN"; PAG. 25; MÉXICO, D.F.
- (16).- KAPLUN MARIO; "PRODUCCIÓN DE PROGRAMAS DE RADIO"; ED. NUEVA IMÁGEN; 1980; MÉXICO; VARIAS PAGS.; MÉXICO, D.F.
- (17).- ROMO CRISTINA; "INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO Y PRÁCTICA DE LA RADIO"; PUBLICACIONES CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN ITESO; JALISCO; 1982 PAG. 8.
- (18).- SCHRAMM WILBURG. "PROCESO Y EFECTOS DE LA COMUNICACIÓN COLECTIVA"; ED. CIESPAL; QUINTO, ECUADOR; 1969; PAG.355"
- (19).- MARTINEZ ALBERTOS JOSÉ LUIS; "EL MENSAJE INFORMATIVO; ED. NUEVA IMÁGEN; 1977 PAG. VARIAS; ESPAÑA.
- (20).- ACEVES G. FRANCISCO DE JESÚS; "GÉNESIS DE LA RADIODIFUSIÓN JALISCIENSE, ESTUDIO APROXIMADO; ED. COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD 4.5, CUADERNOS CEIC-UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA; JALISCO; 1989; PAGS. VARIAS; PRIMERA EDICIÓN.
- (21).- FERRER EULALIO; "COMUNICACIÓN Y COMUNICOLOGÍA"; ED. EUFESA; 1983; PAG 25; MEXICO.
- (22) IDEM

NOTA IMPORTANTE: este cuestionario forma parte de una investigación importante, por lo que le suplicamos sea lo más honesto que pueda al contestar cada una de las preguntas. Si aún después de esto tiene alguna objeción para colaborar, suplicamos reírse este cuestionario sin haberlo contestado: de antemano agradecemos su valiosa participación.

1. Actualmente sus ingresos familiares ascienden a: (marque con una cruz)

- de menos de 150 mil pesos
 de 150 a 450 mil pesos
 de 50 mil en adelante

2. EDAD 10 años

SEXO Femenino

3. ¿Escucha usted radio?

- 3 o más días a la semana 2 días o menos

4. ¿Escucha usted noticieros de radio?

- Siempre
 Casi Siempre
 Alguna vez
 Nunca

5. En una escala del 1 al 5, en orden de importancia y tomando en cuenta que el 1 es el más importante, ¿cuál de estos noticieros radiofónicos le gusta escuchar?

- Notisistemas
 En Resumen
 Noticor
 Señal 90 en los deportes
 Impactos del 58
 Notas policíacas de la W
 Lo que la gente quiere saber
 Otros (especificque): _____

6. ¿Cree usted que los noticieros que escucha le brindan toda la información que necesita saber? (Marque con una cruz):

TODA 9 8 7 6 5 4 3 2 1 0 NADA

7. En el noticiero de radio que oye, a usted le interesa más escuchar la información: (e-numere del 1 al 5, considerando que el 1 es el más importante en la escala).

- 1 Local
2 Nacional
3 Internacional
4 Deportiva
5 Policíaca
 Otras (especificque): _____

8. El noticiero que usted escucha es: _____

9.-De acuerdo con la pregunta anterior, ¿cree usted que el noticiero que escucha es imparcial en el manejo de la información?

Muy imparcial Imparcial Regular Poco imparcial Nada

10.-¿Por qué?

Porque no está a favor de nadie.

11.-¿Cree usted que los noticieros de radio influyen en el modo de vida de los tabatíos?

Mucho Regular Poco Nada

12.-Si a la pregunta anterior usted contestó algo diferente a "nada" ¿podría explicarnos cómo?

No conteste otro caso.

13.- Usted oye un noticiero para:

- Tener de que platicar
- Para estar informado
- Para orientar su opinión
- Para aduquirir cultura
- Porque al tener sintonizada una estación, transmiten las noticias
- Todas las anteriores
- Otras razones (especifique): _____

14.- Además de escuchar noticieros de radio para estar informado, usted:

- Lee periódicos
- Lee revistas
- Ve noticieros de televisión
- Pregunta a otras personas
- Todas las anteriores
- Ninguna de las anteriores

15.-¿El noticiero que usted escucha es diferente a otros?

Sí No

16.-Si su respuesta anterior fue afirmativa, ¿podría decir en qué?

nada

17.-¿Los noticieros que casi no escucha son parecidos entre sí?

Sí No

18.-Si contestó "sí", ¿podría decirnos en qué?

Porque hablan de todos los problemas que aquejan a nuestra ciudad, y exagerando un poco.