



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA  
DE MEXICO**

ESCUELA NACIONAL DE ESTUDIOS PROFESIONALES  
**ARAGON**

**RADIO UNAM: ENTRE EL DISCURSO  
OFICIAL Y EL SENSACIONALISMO**

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER LA:  
**LICENCIATURA EN PERIODISMO Y COMUNICACION COLECTIVA**  
**P R E S E N T A :**  
**MANUEL DE JESUS GUERRERO ALARCON**

Asesor de Tesis: Carlos David Zarrabal Robert

San Juan Aragón, México

1994

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



## **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.

*A Violeta, Coral y  
Araceli, por la larga espera.*

***A mi padres.***

*Pesimismo de la inteligencia,  
optimismo de la voluntad*

ANTONIO GRAMSCI

## ÍNDICE

|   |         |    |
|---|---------|----|
| <b>INTRODUCCIÓN</b>   | .. .. . | 1  |
| <b>1. MEDIOS DE INFORMACIÓN DE MASAS: ENTRE EL DEBER<br/>SER Y EL CONTEXTO</b>  | .. .. . | 3  |
| 1.1. Comunicación-información, ideología y periodismo   | .. .. . | 3  |
| 1.2. Surgimiento y desarrollo de la radiodifusión   | .. .. . | 10 |
| 1.2.1. Cantidad de emisoras en México   | .. .. . | 10 |
| 1.2.2. Radiodifusión cultural y gubernamental   | .. .. . | 18 |
| 1.3. Periodismo en las radioemisoras comerciales  | .. .. . | 21 |
| 1.3.1. La radio hablada   | .. .. . | 29 |
| 1.4. El caso de las estaciones culturales   | .. .. . | 29 |
| <b>2. RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO,<br/>SU NOTICARIO MATUTINO Y LAS ELECCIONES<br/>PRESIDENCIALES MEXICANAS DE JULIO DE 1988</b> | .. .. . | 33 |
| 2.1. Registro de identificación   | .. .. . | 34 |
| 2.1.2. Expediente de identidad  | .. .. . | 38 |

|  |    |    |    |    |    |     |
|--|----|----|----|----|----|-----|
| <b>3. EL CARÁCTER DEL NOTICARIO DE RADIO UNAM, EN NÚMEROS</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 41  |
| <b>3.1. Análisis morfológico</b>   | .. | .. | .. | .. | .. | 42  |
| <b>3.1.1. Distribución del tiempo</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 43  |
| <b>3.1.2. Los géneros periodísticos. Del tumulto noticioso a la opinión mutilada</b>                   | .. | .. | .. | .. | .. | 52  |
| <b>3.1.3. Las ocho columnas perdidas en la mesa. Encabezados de periódicos</b>                         | .. | .. | .. | .. | .. | 64  |
| <b>3.1.4. Fuentes audibles/fuentes ocultas</b>   | .. | .. | .. | .. | .. | 68  |
| <b>3.1.5. La saludable progresión de lo inmediato a lo lejano. El origen de la información</b>         | .. | .. | .. | .. | .. | 73  |
| <b>3.1.6. Entre la mayor presencia y la mejor posición. Los temas de la información</b>                | .. | .. | .. | .. | .. | 76  |
| <br>   |    |    |    |    |    |     |
| <b>4. ANÁLISIS ESTRUCTURAL.</b>  |    |    |    |    |    |     |
| <b>UNA APROXIMACIÓN EN TRES NIVELES</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 88  |
| <b>4.1. Procedimientos lingüísticos. El habla de Radio UNAM</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 89  |
| <b>4.2. Procedimientos paralingüísticos. Puentes con campanas características y cortinas musicales</b> | .. | .. | .. | .. | .. | 102 |
| <b>4.3. Procedimientos no lingüísticos.</b>  |    |    |    |    |    |     |
| Un ruido de 31 segundos: aquí no pasa nada   | .. | .. | .. | .. | .. | 109 |
| <b>4.4. Radio UNAM: entre el discurso oficial y el sensacionalismo.</b>                                |    |    |    |    |    |     |
| Un tema y cinco notas clave  | .. | .. | .. | .. | .. | 110 |
| <b>4.4.1. Las notas que pudieron ser principales y no fueron</b>                                       | .. | .. | .. | .. | .. | 131 |
| <b>4.4.2. Titulares y editoriales de diarios de la ciudad de México</b>                                | .. | .. | .. | .. | .. | 140 |
| <br>   |    |    |    |    |    |     |
| <b>5. VALORACIÓN IDEOLÓGICA</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 143 |
| <b>5.1. Noticias que no lo son o más allá del contexto</b>   | .. | .. | .. | .. | .. | 149 |
| <br>   |    |    |    |    |    |     |
| <b>CONCLUSIONES</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 153 |
| <b>BIBLIOGRAFÍA</b>  | .. | .. | .. | .. | .. | 156 |





## **INTRODUCCIÓN**

Los momentos más importantes de unas elecciones para renovar gobierno son el día de las votaciones y cuando se emiten los resultados. Los medios de información masiva no sólo sirven para difundir las campañas políticas, también juegan un papel relevante y determinante en el momento de los comicios y al darse a conocer el producto de los sufragios.

Un elemento que debe destacarse es el hecho de que, en México, los medios padecen —o gozan— una serie de presiones en materia informativa por parte de las autoridades gubernamentales antes de los comicios, con el propósito de influir en la voluntad popular a favor del Partido Revolucionario Institucional.

Estas presiones no son algo nuevo y no sólo se dan en condiciones políticamente cruciales; suceden casi siempre en condiciones estables, sólo que en momentos críticos para la política las presiones se agudizan. Esto ocurre sobre todo cuando los medios publican informaciones que están lejos de ignorar, atacar o criticar a los opositores del gobierno.

En el momento en que se divulgan los resultados, los medios públicos y privados no cambian de bando, simplemente continúan funcionando como antes. Por ello, se dice que esos medios "detentan un virtual monopolio de la

comunicación<sup>1</sup>.

En este marco se inscribe el presente trabajo, el cual busca ser un estudio exhaustivo de uno de los programas más importantes que ha producido la Radio Universidad Nacional Autónoma de México, su *Noticiero* matutino que a la fecha ha sido sustituido por *Presencia universitaria*.

El trabajo compila una serie de datos entorno a la situación de la información de masas en general, concretamente en México; presenta una breve panorámica de la radio cultural en el país. Expone informaciones sobre la historia de la emisora universitaria y entra en materia: el tratamiento de la información periodística que recibieron las elecciones presidenciales mexicanas del 6 de julio de 1988, según 12 emisiones del *Noticiero* matutino de Radio UNAM (RU). Aquí se plantea un análisis de los más importantes niveles de ese programa periodístico.

Mediante una serie de cuadros se organizan los datos rescatados, buscando siempre un elemento revelador sobre el objetivo principal de este trabajo: que la RU manejó de manera oficialista la información sobre las elecciones presidenciales de julio de 1988.

A partir del nivel cuantitativo del estudio se ha buscado analizar los aspectos estructurales del servicio noticioso, cuyo resultado es la comprobación de nuestra hipótesis de que la RU dio un tratamiento progubernamental a la información relativa a los comicios.

El trabajo culmina con un acercamiento sustancial a un conjunto de notas que resultaron ser las más relevantes de las más de seis horas de textos periodísticos examinados, donde se procuró confrontar los resultados obtenidos con otras informaciones principales —provenientes de los mismos noticieros— para hacer evidentes los contrastes y apreciar mejor la magnitud del fenómeno analizado.

Pese a criticar a la emisora ante los resultados obtenidos, por último se realiza la propuesta de rescatar el original inspirador del noticiero con una serie de modificaciones que creemos viables.

---

<sup>1</sup> Luis Alberto de la Garza, presentación a "El papel de los medios de comunicación en los procesos electorales", p. 236

## **1. MEDIOS DE INFORMACIÓN: ENTRE EL DEBER SER Y EL CONTEXTO**

*De repente se tuvo la posibilidad de decirlo todo a todos, pero, bien mirado, no se tenía nada que decir.*

BERTOLD BRECHT, "TEORÍA DE LA RADIO"

Debido a su función de vínculo social, los medios de información de masas desempeñan hoy un papel de la mayor importancia. Cada día cobran nueva vigencia. Bastan unos cuantos días para que la tecnología se supere a sí misma y aporte mayores y mejores elementos para establecer entre emisores y receptores.

Existen, sin embargo, una serie de problemas, en México, que hacen de estos medios no precisamente los mejores garantes de la libertad de expresión.

Mientras los medios se superan día con día y técnicamente posibilitan el acercamiento entre los detentadores de medios y sus espectadores.

Cierto, los medios se multiplican, pero cada vez pierden más calidad. Los medios, técnicamente, se superan pero los contenidos es éstos al parecer van hacia atrás.

### **1.1. Comunicación-información, ideología y periodismo**

En toda sociedad la comunicación constituye un elemento de la mayor relevancia. Concebir el sentido del vocablo sociedad sin llevar por delante la idea de la comunicación resultaría harto difícil.

Desde que la humanidad es tal requirió del intercambio. Conforme evolucionó y el trabajo le transformó, el hombre estableció lazos cada vez más complejos. Pero no menos interesantes.

En cada momento histórico del desarrollo de la humanidad ha existido un proceso de la comunicación el cual aparece determinado por alguna formación social, entendida ésta como visión de una cultura desde el punto de vista de su estructura económica <sup>1</sup>.

Independientemente de la época de que se hable, cada proceso de la comunicación posee una base concreta. "La estructura económica de la sociedad constituye en cada caso el fundamento real a partir del cual hay que explicar en última instancia toda sobreestructura de las instituciones jurídicas y políticas" <sup>2</sup>, esto es, de la comunicación.

Conforme avanza la historia, se demuestra que han existido formas dominantes de hacer y de pensar. La comunicación no escapa a ello. Por el contrario, reviste nitidamente la forma en que la sociedad está organizada, cómo se fundamenta la producción y la distribución en todos los niveles de las necesidades humanas.

Así como hoy, y en momentos anteriores, hay hombres y mujeres que carecen de los medios para producir materialmente, ellos mismos adolecen de los medios para producir espiritualmente. Quienes detentan los medios para producir lo material cuentan al mismo tiempo con los medios para generar lo espiritual. Ello suscita un dominio, no absoluto, material y espiritual de una clase sobre quienes no cuentan con esos medios <sup>3</sup>.

Con la forma en que los medios de producción están distribuidos surge en el fenómeno de la ideología definida como "la representación de la relación imaginaria de los individuos con sus condiciones reales de existencia" <sup>4</sup>.

En el momento histórico actual de informaciones y comunicaciones instantáneas, las formas imaginarias de ver y de interpretar "impregnan el campo de la comunicación y se transmiten y difunden constantemente en la sociedad

---

<sup>1</sup>Ross Gandy, *Introducción a la sociología histórica marxista*, p. 259

<sup>2</sup>Federico Engels, *Anti-Dühring*, p. 12

<sup>3</sup>Carlos Marx y Federico Engels, *La ideología alemana*, pp. 50 y 51

<sup>4</sup>Gilberto Giménez, "Teorías sobre las ideologías. Estado actual de la cuestión", p. 77

global" <sup>5</sup>.

"El sistema ideológico determina las representaciones de lo social que tienen los actores, pero sus leyes de organización no aparecen como tales en la conciencia de éstos." <sup>6</sup>

Pese a las distintas configuraciones la ideología varía en cada formación social y "es eterna, como el inconsciente" <sup>7</sup>.

Antiguamente, antes de que la humanidad alcanzara estadios superiores de desarrollo, se puede decir que la comunicación plenamente existía. Aunque hoy se da, pero en el nivel interpersonal, es difícil establecer la frecuencia con que esto ocurre.

En la comunicación, entendida como "el intercambio de mensajes con posibilidad de retorno no-mecánico entre polos igualmente dotados del máximo coeficiente de comunicabilidad" <sup>8</sup>, la ideología reviste formas que resultan del mayor interés para el observador.

Difícilmente se puede hablar de que la comunicación con esas características exista. Mucho menos de masas. Los polos destinados a intercambiar mensajes no están dotados de eso "máximo coeficiente de comunicabilidad" que menciona Antonio Pasquali. Por el contrario, uno de los polos es activo (transmisor) y el polo receptor es "periférico y puramente aferente" <sup>9</sup>.

Desde que se inició la explotación del trabajo ajeno, la comunicación dejó de ser comunión. Se transformó en información, en imposición de formas. "Informar equivale a dirigir dentro de una misma organización social" <sup>10</sup>.

Sin duda, aquí y ahora vivimos un proceso de información. Al estar nulificada la posibilidad de retorno no mecánico de los mensajes, la comunicación se acaba o, simplemente, no ocurre.

El objeto del acto de informar consiste en "influir en la conciencia y en la conducta de las personas", escribe Camilo Taufic. "El carácter de tal influjo

---

<sup>5</sup>Eliseo Verón, "Ideología y comunicación de masas; la semantización de la violencia política", p. 140

<sup>6</sup>*Id.*, p. 138

<sup>7</sup>Louis Althusser, citado por G. Giménez, *op. cit.*, p. 68

<sup>8</sup>Antonio Pasquali, *Comunicación y cultura de masas*, p. 53

<sup>9</sup>*Id.*, p. 54

<sup>10</sup>Camilo Taufic, *Periodismo y lucha de clases*, p. 18

depende de la propiedad sobre los medios de comunicación y de las relaciones de clase que se dan en el seno de la sociedad" <sup>11</sup>.

Una de las consecuencias del funcionamiento de los medios, como vehículos al servicio de un proceso de información, es la llamada cultura de masas. Ella consiste en "la sedimentación de formas del saber, patrones de conducta, ideologías y motivaciones, depositados en la conciencia del hombre-masa" por el omnipresente proceso de información <sup>12</sup>.

Ante ello, han surgido voces de esperanza en que las cosas cambien, pero con frecuencia sólo queda en buenos propósitos.

Con el objeto de que el público pudiera expresar su opinión, una comisión de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) recomendaba a los responsables de los medios de comunicación incitar al público para que desempeñara un papel más activo en la comunicación, mediante la concesión de un lugar de mayor importancia en los periódicos, etcétera <sup>13</sup>.

El llamado Informe Mac Bride —elaborado por esa comisión— en esta parte resulta contradictorio, a nuestro entender, pues al propio tiempo que denomina a los medios como *de comunicación*, se les pide a sus detentadores eso mismo, comunicación. ¿Cómo se puede solicitar comunicación si ella ya está allí, según los autores?

En realidad, los medios, técnicamente, podrían llegar a ser de comunicación. Lo que los mantiene en sólo canales de información es el empleo que sus dueños les dan. Como resulta imposible desvincularlos de su manejo cotidiano hasta hoy, los medios tienen que ser designados como vehículos de información, por su función estrictamente unilateral, opuesta a la comunicación.

Los medios no son elementos de entretención para enterarse de noticias o educarse, son "instrumentos de dirección social al servicio de la clase propietaria de los mismos" <sup>14</sup>.

México cuenta con medios de información de masas. Ello debido a la estructura autoritaria que, en esencia, adquiere la difusión de sus mensajes.

---

<sup>11</sup>*Id.*, p. 19

<sup>12</sup>Antonio Pasquali, *op. cit.*, p. 87

<sup>13</sup>UNESCO, *Un solo mundo voces múltiples*, p. 455

<sup>14</sup>Camilo Taufic, *op. cit.*, p. 23

Los "mensajes cuyos signos han sido relacionados y combinados para llevar al perceptor una sola interpretación, la que le interesa al emisor"<sup>15</sup>, constituye el fundamento de la estructura autoritaria de los mensajes de los medios de información de masas.

La estructura autoritaria de los medios no se encuentra allí gratuitamente. Es una de las características básicas de los mensajes de esos canales y resulta una reproducción de la realidad social a la que pertenecen. "La intención de quien elabora ese tipo de mensajes es lograr una correlativa estructura mental, a fin de asegurarse la adhesión del perceptor a las versiones que se le ofrecen"<sup>16</sup>.

Las distintas versiones sobre los aspectos de la vida social en general tienden a destacar, de manera abierta o encubierta, el consumo, entre otros valores del capitalismo, como la sensualidad, el poder, el dinero.

En efecto, la actividad en el ámbito de la conciencia ha disminuido en las sociedades avanzadas, que cuentan en su seno con una amplia injerencia de los medios, advierte Lucien Goldmann. La reducción de la función de la conciencia repercute "en el conjunto de la vida humana en la medida en que impide a los individuos se interesen por los problemas de la organización económica, social y política y les conduce a pensar más en los problemas del consumo"<sup>17</sup>.

"Durante cierto número de horas al día, el hombre del siglo XX deja de pensar por sí mismo y se somete a una forma de conciencia o de pensamiento colectivo. Es esta una novedad absoluta, y en cierto modo, aterradora"<sup>18</sup>.

Tratamos de decir aquí que pensando y hablando es como una sociedad se desarrolla. Sin embargo, en las sociedades urbanas, contexto donde se ubica casi siempre la información de masas, los hombres y las mujeres viven aislados desempeñando roles preestructurados. "Este aislamiento y la carencia de contactos personales refuerzan la dependencia del individuo respecto de los medios de masas"<sup>19</sup>.

Estas situaciones han sido examinadas por distintas corrientes del pensamiento contemporáneo. Las observaciones funcionalistas ofrecen, por su parte, estudios cuyos alcances son parciales no llegan al fondo, a la raíz de los problemas.

---

<sup>15</sup>Daniel Prieto Castillo, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, p. 113

<sup>16</sup>*Id.*, p. 114

<sup>17</sup>Lucien Goldmann, "Posibilidades de acción cultural a través de los *mass-media*", p. 42

<sup>18</sup>Martin Eslin, citado por Camilo Tauffie, *op. cit.*, p. 37

<sup>19</sup>Josechim Israel, *Teoría de la alienación*, p. 277

Las ciencias sociales burguesas se distinguen por investigar elementos estructurales de la sociedad. En ellas es poco frecuente el estudio de los procesos relativos a las transformaciones y desarrollo <sup>20</sup>.

La comunicación humana no puede estudiarse desvinculada de los problemas de dirección social, "de las relaciones de poder que se dan en el seno de la sociedad y su manifestación más característica, la lucha de clases" <sup>21</sup>.

La difusión de la información es importante en grado tal que ha quedado plasmada como uno de los derechos universales del hombre <sup>22</sup>.

Esto no quiere decir necesariamente que ese privilegio esté asegurado en todo lugar. Tampoco lo que sugiere el informe Mac Bride de que "todos los que trabajan al servicio de los órganos de información deberían contribuir a que se respeten los derechos humanos" <sup>23</sup>, en virtud de que ni la vida misma de esos trabajadores esta garantizada. Muchos periodistas en México y el mundo han perdido la vida en el ejercicio de la labor informativa.

Entre 1982 y 1993 fueron asesinados en México un total de 58 periodistas, según la Federación Latinoamericana de Periodistas (FELAP). Sólo durante el año electoral de 1988 cuatro periodistas fueron asesinados en México. A lo largo de los seis años anteriores fallecieron otros 25. En los cinco años posteriores (1988-1993) 29 periodistas más perdieron la vida en condiciones violentas <sup>24</sup>.

En este marco se inscribe el periodismo nacional. Uno de sus principales afluentes es la prensa escrita.

Ella, hasta hoy y aquí, es la forma dominante, el paradigma del quehacer periodístico. Esto por las características de ese medio y las constantes referencias que se hacen tácita o explícitamente en los medios como la radio y la televisión.

En radio, José Gutiérrez Vivó, en 1988 director de *Monitor*, noticiario estelar de Radio RED <sup>25</sup>, con frecuencia expresa que una noticia "es la de ocho", o si no dice que una información seguramente será al día siguiente "la de ocho", o

---

<sup>20</sup> M. B. Kedrov y A. Spirkin, *La ciencia*, p. 84

<sup>21</sup> Camilo Taufio, *op. cit.*, p. 22

<sup>22</sup> Edmund Jan Osmaczky, *Enciclopedia mundial de las relaciones internacionales y Naciones Unidas*, pp. 426-428

<sup>23</sup> UNESCO, *op. cit.*, p. 451

<sup>24</sup> Federación Latinoamericana de Periodistas, informe "Asesinatos México", Secretaría General de la FELAP, México, febrero 3 de 1993, pp. 3-5.

<sup>25</sup> Noticiario matutino *Monitor*, XERED, Radio RED, 1110 AM, conductor José Gutiérrez Vivó, producción de Alfredo Vega; horario de 6 a 10 horas, de lunes a sábado, México, DF.



bien que un acontecimiento es el que "los diarios están manejando esta mañana en sus primeras planas". Es decir, constantemente se refiere al tratamiento que la información recibe en la prensa escrita, como base para justificar el proceder noticioso de su programa informativo.

La televisión, para reforzar sus contenidos, frecuentemente recurre al texto en sus servicios noticiosos al presentar un manejo tipográfico que reproduce en parte la forma en que la prensa escrita los hace.

La prensa escrita es el medio más desarrollado en México por varias razones. Dos de ellas son:

a) Los diarios y las revistas tienen la facilidad de extenderse en el tratamiento de un tema, en detrimento de las potencialidades de la radio y la televisión, donde, por motivos comerciales —y por las condiciones en que sus mensajes son recibidos— es mortal dedicarse habitualmente a un solo tema. Así, el lector puede tanto enterarse de una sola pasada como releer o estudiar una información. Además por medio de la lectura practicada activamente, la adquisición de información es de dos a cuatro veces más rápida que por la audición <sup>26</sup>.

b) La radio y televisión carecen de informaciones y opiniones fuertes en el ámbito local, a menos que se trate de una tema internacional, por ejemplo algún comentario o juicio contra el gobernante cubano, Fidel Castro, o bien contra algún miembro de la oposición política nacional.

Los diarios sí presentan opiniones fuertes, muy a pesar, en ocasiones, de su línea editorial.

Es por ello que sentimos la necesidad de multiplicar los estudios referidos medios de información como la radio. El propósito es enriquecer el impulso que ella requiere para alcanzar estadios superiores en materia periodística. Esos niveles, sin duda, han sido adquiridos en parte durante los últimos años; aunque, como hemos referido, su esfera de acción es todavía limitada.

---

<sup>26</sup> Jacqueline Cimaz, "No nacemos no-lectores, nos hacemos no-lectores", p. 99

## **1.2. Surgimiento y desarrollo de la radiodifusión**

A la historia de la radio suele adjudicársele una aureola de gloria por quienes la platican. No faltan los que afirman que este medio ha registrado a lo largo del tiempo únicamente triunfos.

Sólo que no se debe olvidar una cosa: la radio es un medio de información de masas. Por más hazañas que se le pretendan conferir, su funcionamiento reviste todas las características de un proceso de información. Esto es, la exclusión del intercambio de mensajes entre emisor y receptor en iguales circunstancias.

Existen diferentes registros sobre cuándo ocurrió la primera transmisión radiofónica en el nivel del periodismo. Uno de ellos, el cual puede ser considerado de plena aceptación, corresponde al 2 de noviembre de 1920, cuando la estación KDKA de la ciudad de Pittsburg, Estados Unidos, realizó un reportaje sobre la elección del candidato presidencial republicano Warren Gamaliel Harding (1865-1923) <sup>1</sup>.

### **1.2.1. Cantidad de emisoras en México**

Una diferencia abismal ha caracterizado el desarrollo de la radio mexicana respecto de la estadounidense. Baste mencionar que para el año de 1922, cuando México (gobernado por el general Álvaro Obregón) contaba con tres difusoras experimentales, el gobierno de Washington había concedido ya 254 permisos para llevar a cabo transmisiones radiofónicas comerciales, al tiempo que funcionaban unos 400 mil aparatos receptores <sup>2</sup>.

Puede pensarse que con el tiempo esta diferencia cuantitativa sería reducida. No obstante, para el año de 1950 el gobierno del presidente Miguel Alemán había permitido la instalación de 195 radios comerciales <sup>3</sup>. Poco más de tres cuartas partes de lo hecho 28 años antes en los Estados Unidos.

La primera emisión de radio en la República Mexicana se le atribuye a Adolfo Enrique Gómez Fernández, en la ciudad de México el 27 de septiembre de 1921 <sup>4</sup>. Aunque también existe el dato de que Constantino de Tárnava inicio la

---

<sup>1</sup> Cfr., Pierre Albert y André Jean Tudesq, *Historia de la radio y la televisión*, p. 22

<sup>2</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de difusión masiva en México*, p. 243

<sup>3</sup> Cfr., Fernando Mejía Barquera, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, p. 129

<sup>4</sup> Fátima Fernández Christlieb, "La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo", *Nueva Política*, Número 3, p. 238

actividad radiofónica al sur del río Bravo cuando fundó en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, la emisora experimental TND, en 1919 <sup>5</sup>.

Pese a que a principios de los años veinte no se registró un desarrollo extraordinario de este medio en México, desde 1923 empezaron a aparecer las primeras transmisoras comerciales que constituirían la expresión de lo que sería la industria de la radiodifusión <sup>6</sup>.

Las estaciones iniciales surgieron en la capital de la república. La Casa del Radio fue fundada por Raúl Azcárraga Vidaurreta en 1923. Ese año Martín Luis Guzmán estableció la difusora El Mundo, homónima del diario que también él dirigía. Luego vinieron la JH, que dio origen a la CYB (que continúa funcionando hoy con las siglas XEB) y la JJ.

En 1925 nació la CYJ, que divulgaba anuncios de la transnacional General Electric. En 1930 la emisora pasó al poder de Félix F. Palavicini, quien la transformó en un diario hablado denominado Radio Mundial (hoy XEN).

Al principio se fundaron estaciones en diferentes partes de la nación. Sobre todo en la desarrollada región norte. Cuando culminó la década de los años 20, se escuchaban la XEFE y la XES, de Nuevo Laredo y Tampico, Tamaulipas; la XEU, de Ciudad Juárez, Chihuahua; así como la XEH y la XET, de Monterrey, Nuevo León <sup>7</sup>.

Precisamente durante el decenio de 1920 se bosquejó la posibilidad de reglamentar la radiodifusión. Gobernaba el general Obregón (1920-1924) y se propuso un proyecto legislativo que garantizaría la utilización comercial de la radio. El documento no llegó a ser ley <sup>8</sup>.

Sin embargo, la *Ley de Comunicaciones Eléctricas*, promulgada bajo el régimen del general Plutarco Elías Calles (1924-1928), constituyó la primera manifestación jurídica sobre la materia. El ordenamiento disponía que para emitir mensajes se requería una concesión y que ninguna de estas sería otorgada a un extranjero <sup>9</sup>.

El año de 1930 es considerado por Fátima Fernández Christlieb como clave para la radiodifusión mexicana, en razón del surgimiento de estaciones como

---

<sup>5</sup> Cfr., María Cristina Romo Oñil, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, p. 38

<sup>6</sup> Fernando Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 39

<sup>7</sup> Cfr., Fátima Fernández Christlieb, "La industria de...", pp. 238 y 239

<sup>8</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de...*, p. 241

<sup>9</sup> *Id.*, p. 241

la XEFO, del Partido Nacional Revolucionario (luego PRM, hoy PRI); y de la XEN, filial del consorcio estadounidense Radio Corporation of America (RCA) <sup>10</sup>.

De la segunda emisora aún se tienen noticias. Se puede considerar como la base de donde se propulsó el hasta hace poco único monopolio de la Televisión comercial mexicana: Televisión Vía Satélite, TELEVISIA.

El 31 de diciembre de 1930 el gobierno del general Pascual Ortiz Rubio (1930-1932) estableció la XEFO para servicio del gubernamental Partido Nacional Revolucionario, agrupación que hasta estos días sustenta el poder en México.

La emisora operó durante 16 años. En 1946 la administración del presidente Miguel Alemán Valdés, en sus comienzos, ordenó concesionarla a la iniciativa privada <sup>11</sup>.

Los objetivos de la XEFO consistieron en: divulgar la ideología del PNR, informar de las actividades tanto del partido como del gobierno, difundir entre el proletariado el arte y la literatura <sup>12</sup>, así como fortalecer el consenso hacia los gobiernos de la revolución <sup>13</sup>.

La radiodifusora del PNR no reparó en acatar el impedimento legal de publicar propaganda por radio. La divulgación de esta clase de mensajes quedó concentrada en el Estado y en el partido oficial <sup>14</sup>.

En cambio, la política estatal frente a la radiodifusión y la disidencia en general quedó demostrada, por ejemplo con la persecución que padecieron militantes del Partido Comunista Mexicano por la ocupación de la XEW y la transmisión de un mensaje de 10 minutos de duración el 7 de noviembre de 1931 <sup>15</sup>.

Así, el Estado, por una parte impedía la expresión política mediante la radio de cualquier fuerza ajena al gobierno y al PNR y, por otra, otorgaba todo tipo de facilidades para la acumulación y la protección jurídica de esta industria en ciernes <sup>16</sup>.

---

<sup>10</sup> *Id.*, p. 242

<sup>11</sup> Fátima Fernández Christlieb, "La industria ...", p. 240

<sup>12</sup> Fátima Fernández Christlieb, *Los medios de...*, p. 242

<sup>13</sup> Fernando Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 55

<sup>14</sup> *Id.*, p. 55

<sup>15</sup> *Id.*, p. 57

<sup>16</sup> *Id.*, p. 59

Durante los años 30 nacieron dos de las principales cadenas radiofónicas con predominio de capital estadounidense. Se trata de la XEW-NBC (National Broadcasting Corporation), en 1930; y la XEQ-CBS (Columbia Broadcasting Corporation), en 1938 <sup>17</sup>.

Para el año de 1937, el país contaba ya con 90 estaciones de radio, la mayoría comerciales <sup>18</sup>.

En ese decenio la radiodifusión dominante, la comercial, comenzó a adquirir los rasgos que habrían de distinguirla durante las décadas posteriores: emisión constante de anuncios, la corrupción del idioma y la falta de programación relacionada con las necesidades educativas culturales de la población <sup>19</sup>.

Durante el último lustro de los 30, la radio se erigió como un auténtico medio de información de masas. Su estructura y régimen legal adquirieron los rasgos económicos y políticos que aún la caracterizan <sup>20</sup>.

La administración del general Lázaro Cárdenas (1934-1940) utilizó la radio en gran escala para encauzar a las masas dentro del proyecto estatal <sup>21</sup>.

Para la década de los 40 la industria radiofónica inició una vertiginosa expansión. Esto debido a que el Estado abandonó sus esfuerzos para acrecentar su influencia dentro de la radiodifusión, mientras aumentaba las ventajas para el auge de esta actividad en el ámbito privado <sup>22</sup>.

Tal impulso, dado por el gobierno de Manuel Ávila Camacho (1940-1946), consistió en facilitar la importación de equipos y en la instauración de un marco jurídico que cobijó el desarrollo de la industria de la radio, lo que redundó en una mayor acumulación de capital <sup>23</sup>.

De este modo, en 1941 los concesionarios consolidaron su Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión, hasta convertirla en una organización con gran influencia en las decisiones del Estado mexicano en esta materia <sup>24</sup>.

Ese influjo se manifestó en el intento de usar el medio como vehículo para

---

<sup>17</sup> Cfr., Fátima Fernández Christlieb, "La industria...", pp. 244 y 245

<sup>18</sup> Pierre Albert y André Jean Tudesq, *op. cit.*, p. 60

<sup>19</sup> Fernando Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 73

<sup>20</sup> *Id.*, p. 62

<sup>21</sup> *Id.*

<sup>22</sup> Cfr., Fernando Mejía Barquera, *op. cit.*, pp. 129 y 107

<sup>23</sup> *Id.*, p. 98

<sup>24</sup> *Id.*, pp. 102-115

divulgar las concepciones ideológicas de los concesionarios <sup>25</sup>.

De 1941 a 1950 el incremento del número de emisoras fue de 55 por ciento. En 1941 existían en México 126 estaciones comerciales. Para 1950 eran 195. Ello representó, en promedio, un aumento de siete estaciones al año <sup>26</sup>.

El apoyo gubernamental a la radio comercial fue similar durante el gobierno de Miguel Alemán Valdés (1947-1952) <sup>27</sup>.

Así como en los 40, los gobiernos mexicanos del decenio de 1950 nunca consideraron necesario dotar al Estado de un fuerte sector de radiodifusión propio para difundir los mensajes oficiales o bien para apoyar los programas de alfabetización, etc. Ello, a juicio de los gobernantes podía ser efectuado con la colaboración de las estaciones comerciales a las cuales había que otorgar todo tipo de prerrogativas para su desarrollo <sup>28</sup>.

La participación de la radio comercial en el enriquecimiento educativo y cultural de los mexicanos —entre los 1930 y 1950— radicaba en la producción de programas como *El doctor I.Q.*, *Los niños catedráticos*, etc., consistentes en la presentación de pequeñas notas culturales de menos de un minuto <sup>29</sup>. Por su parte, la División Cultural del Núcleo Radio Mil (NRM), uno de los grupos radiofónicos más poderosos del país, reportó en 1978 una producción de 51 mil programas culturales que en realidad eran cápsulas sintéticas de contenidos superficiales <sup>30</sup>.

En un desplante de prepotencia y autoritarismo, los concesionarios han manifestado —según Cristina Romo Gil— que ellos enseñaron a los mexicanos hábitos de higiene como cepillarse los dientes tres veces al día y bañarse con jabón <sup>31</sup>. Tal es la insolencia de quienes consideran haber cumplido en el renglón cultural y educativo de la radio ante los mexicanos.

Cómo habrían estado las cosas en el resto de América Latina, donde hasta 1960 México era considerado como el país que se esforzaba más en emplear la radio para la educación popular, mientras que en los demás países de la región

---

<sup>25</sup> *Id.*, p. 93

<sup>26</sup> *Id.*, p. 129

<sup>27</sup> *Id.*, p. 162

<sup>28</sup> *Id.*, p. 168

<sup>29</sup> María Cristina Romo Gil, *op. cit.*, p. 53

<sup>30</sup> Miguel Ángel Granados Chapa, "Televisión y radio en 1978", en *Examen de la comunicación en México*, pp. 88 y 89

<sup>31</sup> María Cristina Romo Gil, *op. cit.*, p. 42

proliferaban las emisoras comerciales con público limitado <sup>32</sup>.

Entre 1951 y 1959 las transmisoras mexicanas aumentaron 59 por ciento, 133 estaciones. Se pasó de 224 a 357 difusoras en promedio sonaron unas 15 emisoras por año <sup>33</sup>.

En enero de 1960 fue promulgada la *Ley Federal de Radio y Televisión*. En ella se manifiesta la intención estatal de participar por vez primera como emisor en forma reglamentada. Pero no fue sino hasta 1969, cuando se determinó que el Estado contara con el 12.5 por ciento del tiempo de transmisión en los canales comerciales de radio y televisión <sup>34</sup>.

En 1977 había en la República Mexicana 597 emisoras en amplitud modulada: 580 comerciales y 17 culturales. Por lo que respecta a la frecuencia modulada había 118 transmisoras: 113 comerciales y cinco culturales <sup>35</sup>.

Miguel Ángel Granados Chapa estableció el siguiente diagnóstico para la radiodifusión comercial mexicana en el año de 1978: "Durante 1978 sus esquemas tradicionales no variaron: muchos anuncios y mucha música pagada por las grabadoras" <sup>36</sup>.

Para el año electoral de 1988 existían en México un total de 929 difusoras distribuidas así:

848 radios comerciales (91 por ciento) y

81 culturales (9 por ciento) <sup>37</sup>.

Esto representa 10 veces más canales para la radiodivulgación comercial que para la cultural.

El Distrito Federal aglutinaba el 6.24 por ciento de la radiodifusión total del país. Son 58 canales que se distribuyen como sigue:

55 comerciales (95 por ciento) y

tres culturales (5 por ciento).

---

<sup>32</sup> Pierre Albert y André Jean Tudesq, *op. cit.*, p.87

<sup>33</sup> *Cfr.*, Fernando Mejía Barquera, *op. cit.*, p. 192

<sup>34</sup> Fátima Fernández Christlieb, "La industria de ...", p. 248

<sup>35</sup> Fernando Curiel, "La radio en México: testimonio (o confesión de parte)", p. 33

<sup>36</sup> Miguel Ángel Granados Chapa, *op. cit.*, p.89

<sup>37</sup> *Cfr.*, Enrique Velasco Ugalde, "Urge un debate nacional. Las concesiones que vencen en 1989", en Revista Mexicana de Comunicación, año 1, número 4, p. 14

Estos últimos son: XEUN, Radio Universidad Nacional Autónoma de México (fundada en 1937) con dos emisoras —AM y FM, sin contar la de onda corta—, y XEEP, Radio Educación (establecida en 1968).

Para el año de las elecciones presidenciales de 1988 existe otra opción radiofónica. Se trata de las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), el cual fue instaurado durante el sexenio de Miguel de la Madrid (1982-1988)<sup>38</sup>.

En su origen, el IMER recibió como patrimonio la operación de las emisoras XERPM, Radio Infantil (660 kilohertzios); XEMP, Radio Información (710 KHz); XEB, Radio México (1220 khz); XERMX-OC, Radio México Internacional (onda corta); XHOF-FM, Estéreo Joven (frecuencia modulada, 105.7 megahertzios); XELAC, La Voz del Balsas (1560 khz, en Lázaro Cárdenas, Michoacán); XEQK, La Hora Exacta (1350 khz); y la sección radio de la Productora Nacional de Radio y Televisión, PRONARTE.

Objetivos del instituto: configurar una alternativa frente a la radio comercial. No lo ha conseguido, en virtud de la escasa competitividad de la llamada radio gubernamental<sup>39</sup>.

Para hablar de la historia de la radio se debe establecer una distancia entre esa serie de acontecimientos expuestos por investigadores y la situación que hoy se vive.

Como primer y único ángulo cabría analizar el planteamiento siguiente: la radiodifusión mexicana se ha superado, ha empeorado o qué sucede con ella.

Ahora hay que analizar los puntos favorables, inconvenientes y los aspectos interesantes de esa situación.

La radio mexicana ha crecido, es innegable. El número de estaciones ha aumentado. Eso puede interpretarse como bueno o malo.

Entre otras muchas cosas, es favorable que la radio haya crecido porque se incrementó la cantidad de canales. Es bueno porque se abrieron nuevas fuentes de empleo.

Es inconveniente que no exista un punto de equilibrio —el justo medio— entre las estaciones comerciales y culturales. Catorce grupos sustentan el monopolio de la radio mexicana. La siguiente es la lista de las 14 familias en cuyas manos se encuentran concentradas la mayoría de las concesiones de radio que funcionan actualmente en México: "En el centro del país: Joaquín Vargas, Francisco Ibarra

---

<sup>38</sup> *Cfr.*, Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*, pp. 67-69

<sup>39</sup> *Cfr.*, Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, p. 70



lópez, Emilio y Rogerio Azcárraga, Clemente Serna Alvear, Guillermo Salas Pairó, la familia Suárez, José Luis Fernández Herrera y María Esther Viuda de Aguirre.

"En el sur: Andrés García Lavín, los Arceo Corcuera y José de Jesús Partida Amador.

"En el norte: Francisco Antonio González, Javier Sánchez Campuzano y la familia Boone Menchaca" <sup>40</sup>.

Otro inconveniente estriba en que durante todo este tiempo no ha existido un freno —ni gubernamental ni popular— a la generalizada calidad deficiente de las emisiones comerciales. Además de que la estructura de la información radiofónica no ha evolucionado y sigue siendo autoritaria, vertical.

Resultaría interesante observar cómo funcionarían las emisoras culturales con anuncios comerciales y, por ende, con los ingresos que ello implica. Asimismo, sería interesante escuchar la programación de una estación comercial que estuviera enfocada a la superación del emisor y del auditorio simultáneamente. Es improbable que un concesionario radiofónico dejara de enriquecerse por el hecho de divulgar programas de alta calidad.

Por lo anterior podemos concluir que en la actualidad la radio estrictamente no constituye un medio de comunicación. Lamentablemente se carece de indicios sobre un posible cambio al respecto.

---

<sup>40</sup> Rodrigo Vera, "Al cobijo del Estado. La radio, un negocio de 14 familias", en *Proceso*, número 756, p. 7

### 1.2.2. Radiodifusión cultural y gubernamental

La diferencia cuantitativa entre el número de emisoras culturales y comerciales en México es de más de mil por ciento <sup>1</sup>.

Esa desproporción se debe a que estas últimas son mucho más ricas en razón de que la ley respectiva se los permite y porque cuentan con un mayor apoyo gubernamental.

El hecho de contrastar la radio cultural con la lucrativa no implica necesariamente que sustentemos la concepción polarizante de que las transmisiones culturales se encuentren a la altura de los requerimientos de la población en general. Tampoco significa que todas las emisoras comerciales sean deficientes o que no presenten, en muchas ocasiones, un trabajo superior al de las difusoras culturales.

El surgimiento de la radio cultural ocurrió casi paralelamente a la aparición de la comercial, aunque sin la misma fuerza. Las emisiones culturales comenzaron en el año de 1924 con el nacimiento de la CZE, la primitiva Radio Educación <sup>2</sup>. Tras una accidentada historia de cierres y reaperturas, en 1972 surgió la Radio Educación que hoy conocemos <sup>3</sup>. Aunque hay quienes afirman que la estación fue fundada hasta el año de 1968 <sup>4</sup>.

Este tipo de radiodifusión es la efectuada por "instituciones educativas o entidades gubernamentales con fines distintos a los de la radio comercial". Esto es, con una programación orientada "hacia un sistema de información cultural social y recreativa" <sup>5</sup>.

La radio cultural se diferencia también de la estatal, la cual busca configurar una alternativa frente a las emisoras comerciales, pero su objetivo central no ha sido alcanzado por el IMER <sup>6</sup>.

Las transmisoras del Instituto de la Radio en ocasiones semejan las transmisiones comerciales, pero su rasgo esencial estriba en la difusión de programas de corte oficialista.

---

<sup>1</sup> Cfr., Enrique Velasco Ugaldé, "Las concesiones que se vencen en 1989", en *Revista Mexicana de Comunicación*, año 1, número 4, p. 14

<sup>2</sup> Fernando Curiel, *La telaraña magnética o el lenguaje de la radio*, p. 57

<sup>3</sup> Miguel Ángel Granados Chapa, *Examen de la comunicación en México*, p. 94

<sup>4</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *Radio e ideología*, p. 43

<sup>5</sup> *Id.*, p. 42

<sup>6</sup> *Id.*, p. 67 y 70

Otros precedentes de la radio cultural se localizan en la JH (hoy XEB)<sup>7</sup>; la XEFO, del PNR, antecedente remoto del Partido Revolucionario Institucional; y la radio El Mundo, dirigida por Martín Luis Guzmán<sup>8</sup>.

En el cuadrante de AM y FM de la ciudad de México se pueden sintonizar hoy tres difusoras culturales: Radio Universidad Nacional Autónoma de México (AM y FM) y Radio Educación (AM). En radiodifusión cultural, uno de los trabajos más significativos lo representan las estaciones universitarias. Se puede afirmar que la radiodifusión universitaria es la esencia de la radio cultural, al menos en el área del valle de México.

Radio UNAM fue la primera transmisora universitaria en la República Mexicana. Comenzó a operar en julio de 1937 con las siglas XEXX de amplitud modulada con emisiones, desde entonces con programas informativos, musicales, de crítica y análisis<sup>9</sup>.

Las radios más importantes son las dos de la UNAM, Radio Universidad Veracruzana y Radio Universidad de Guadalajara. Tal relevancia se debe a que constituyen las instituciones de educación superior pública de mayor valor académico y de investigación<sup>10</sup>.

Existen tres constantes en las emisiones de las difusoras universitarias que en general, pueden considerarse como características fundamentales de este tipo de radio cultural:

1. El predominio de música clásica durante sus transmisiones;
2. La programación de series proporcionadas por misiones diplomáticas de países con los que México sustenta relaciones; y
3. La divulgación cotidiana de noticiarios, sobre todo los especializados en cultura y ciencia; aunque son menos frecuentes los de información nacional e internacional de tipo político y económico, en virtud de que requieren una planta de reporteros, suscripciones a agencias de noticias (nacionales y extranjeras) y a periódicos<sup>11</sup>.

---

<sup>7</sup> Fátima Fernández Christlieb, "La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo", en *Nueva Política*, número 3, p. 240

<sup>8</sup> Florence Toussaint, "La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia", en *Perfiles del cuadrante*, p. 80

<sup>9</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, p. 43

<sup>10</sup> Florence Toussaint, *op. cit.*, pp. 83 y 84

<sup>11</sup> *Id.*, p. 82

Como se observa, existe un contraste de la radio universitaria con la programación de las estaciones comerciales, cuyos rasgos esenciales en el Distrito Federal radican en las prolongadas emisiones de música ligera, yuxtapuesta a frecuentes interrupciones de publicidad y noticiarios muy breves<sup>12</sup>. Todo esto en el marco de una sola concepción del mundo "sujeta al consumo, sujeta al lucro"<sup>13</sup>.

Durante los primeros 17 años de radio universitaria surgieron cuatro emisoras:

- 1937 Radio Universidad Nacional Autónoma de México;
- 1938 Radio Universidad de San Luis Potosí;
- 1943 Radio Universidad Veracruzana, y
- 1954 Radio Universidad de Guanajuato.

De modo que hay en la nación mexicana un total de 15 emisoras universitarias (incluyendo las de AM y FM de Radio UNAM) de un total de 81 transmisoras culturales<sup>14</sup>.

Las difusoras universitarias cubren 141 localidades del país. La distribución territorial de las estaciones depende del desarrollo de las entidades: para los estados más pobres resulta más difícil contar con una universidad y, por ende, con una radioemisora correlativa<sup>15</sup>.

Este es un ejemplo del *rating* —porcentaje de receptores que están sintonizados con una estación cualquiera en un momento y lugar dados<sup>16</sup>— de las radios universitarias: en septiembre de 1985 Radio UNAM contaba con unos 4 mil 200 radiohogares como auditorio en el Distrito Federal. Esto es, .523 por ciento de un total de 802 mil 276 radiofamilias en ese perímetro. En dicho mes, Radio Educación registró una cantidad similar. Mientras, el mayor auditorio lo sumó Radio Mil con 63 mil radiohogares, seguida por la XEW, con 46 mil 200 y por Radio Centro con 42 mil<sup>17</sup>.

Aunque las transmisoras universitarias constituyen una opción ante el cúmulo de difusoras comerciales, aquéllas están siendo abandonadas por el Estado

---

<sup>12</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, p. 73

<sup>13</sup> Miguel Ángel Granados Chapa, *op. cit.*, pp. 96 y 97

<sup>14</sup> Florence Toussaint, *op. cit.*, p. 81

<sup>15</sup> *Id.*, p. 84

<sup>16</sup> José Antonio Cervantes, *Glosario de términos publicitarios, mercadológicos y afines*, p. 20

<sup>17</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, pp. 40 y 41

pues él se ha negado a otorgar permisos, para el funcionamiento de radios a universidades que los han solicitado como la de Puebla, Guerrero y Zacatecas.

Ello permite a Florence Toussaint establecer el siguiente diagnóstico:

Las emisoras universitarias "[...] no han logrado ampliar su espacio social y la mayoría sufre estancamiento e involución" <sup>18</sup>.

Y cómo no van a estar en esas condiciones cuando de entrada el Estado permite el enriquecimiento sin freno de la radio comercial y al mismo tiempo, limita el flujo de fondos hacia las difusoras culturales. Además de impedir que estas transmisoras se alleguen recursos para superarse, por ejemplo, mediante la venta del tiempo.

### 1.3. Periodismo en las radioemisoras comerciales

El 88 por ciento de las radiodifusoras del cuadrante de amplitud modulada en el Distrito Federal transmite noticiarios <sup>19</sup>.

Ello muestra, por una parte, el interés de esas emisoras, cada una a su modo, por la divulgación de la información periodística. Por otra parte comprueba que los programas de noticias ocupan el lugar más elevado de la preferencia entre los radioescuchas <sup>20</sup>.

Se trata de una proporción posiblemente alentadora para el público acerca del trabajo de los concesionarios y permisionarios de la radio en México. Sin embargo, ese 88 por ciento rehúsa hablar de la calidad de tales servicios informativos.

La información periodística por radio ha evolucionado junto con el resto de esa industria. Por ello el trabajo periodístico, en general, se divulga de acuerdo con la ausencia de una perspectiva progresista.

Esto es, tanto en la producción y dirección de noticieros como en el resto de la programación radial se encierra el esquema comunicativo clásico emisor medio receptor, caracterizado por ser unidireccional, vertical y jerárquico que impide la comunicación. Lo que hace de la radio "un canal de distribución de mercancías mensajé" <sup>21</sup>, un aparato que simplemente reparte <sup>22</sup>.

---

<sup>18</sup> Florence Toussaint, *op. cit.*, p. 84

<sup>19</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, p. 88

<sup>20</sup> John F. Newman, *Periodismo radiofónico.*, p. 148

<sup>21</sup> Emilio Prado, *Estructura de la información radiofónica*, p. 14

<sup>22</sup> Bertold Brecht, "Teoría de la radio", pp. 55 y 56

Uno de los rasgos básicos de las emisiones periodísticas de las difusoras de la ciudad de México radica en que existe un predominio del género nota informativa (la simple noticia).

Esa característica, asimismo, ha sido prevalecte desde las primeras transmisiones periodísticas radiales. Y es que la radio, hasta nuestros días, es y "será la primera en suministrar la *primera noticia* de un acontecimiento" <sup>23</sup>.

Esta situación se justifica y explica en razón de que se trata de una de las especificidades del medio: la inmediatez, las otras son instantaneidad, simultaneidad y rapidez<sup>24</sup>. La radio, además, a diferencia de los periódicos, "informa de lo que en el momento está ocurriendo" <sup>25</sup>.

En los últimos años se han multiplicado los programas periodísticos donde, al tiempo que se dan a conocer noticias, se realizan entrevistas en vivo, vía telefónica o grabadas, charlas con especialistas de instituciones de enseñanza, públicas o privadas, como funcionarios del gobierno. En fin, toda una gama de enfoques sobre los temas nacionales y mundiales.

Aunque cada emisora lucha por alcanzar el más alto índice de audiencia o *rating*, sólo una se ha caracterizado por lograr en los últimos años los más altos niveles de audiencia en la ciudad de México: Radio RED.

"*Monitor* de Radio RED es el programa más escuchado de la radio mexicana, y de acuerdo con diversas estimaciones, su facturación anual supera los 60 mil millones de pesos." <sup>26</sup>

Esta difusora se ha esforzado por acercar los acontecimientos al radioescucha (o ¿al contrario?). Posee una vasta infraestructura para elaborar los noticieros cada hora y tres emisiones periodísticas de no menos de dos horas cada una, siete días a la semana.

Hablar de cantidades podría resultar insuficiente para probar la calidad de los servicios periodísticos de la RED. Ejemplo: uno de los problemas fundamentales de la ciudad de México es la contaminación atmosférica cuya fuente principal es el exceso de vehículos en circulación simultánea. *Monitor* de Radio RED cuenta con tres helicópteros (inicialmente utilizaba un avión) que, a ratos describe paso a paso las áreas más conflictivas que presentan del tránsito y, al

---

<sup>23</sup> Emilio Prado, *op. cit.*, p. 23

<sup>24</sup> *Id.*, p. 14

<sup>25</sup> John F. Newman, *op. cit.*, p. 44

<sup>26</sup> Ciro Gómez Leyva, "El otoño de una primavera", en *Este País*, número 1, p. 35

mismo tiempo, ofrece alternativas a los automovilistas. Paralelamente actúa un grupo de motociclistas que realizan la función de los helicópteros pero en tierra. Todo ello es denominado en la emisora como Red Vial.

Esto es eficiencia periodística. Existe inmediatez entre el hecho y su divulgación.

"El liderazgo de *Monitor* fue inobjetable a partir de 1984, cuando el radioescucha aceptó al noticiero de larga duración junto con opiniones, entrevistas, crónicas, reportajes, y reportes *in situ*." <sup>27</sup>

(Habría que precisar el concepto de **noticiario de larga duración**, pues si una emisión informativa de una hora en una emisora comercial dura 30 efectivos de trabajo periodístico, Radio UNAM llegó con bastante antelación a esa meta dado que ya en 1983 el Noticiario matutino de la RU duraba 45 minutos, sin comerciales, netos.)

Elvira García <sup>28</sup> puso de ejemplo a Radio RED sobre el resto de las estaciones de la ciudad de México por el papel que desempeñó la emisora a raíz del sismo del 25 de abril de 1989 en esta capital.

García escribió que con los reportes que divulgó la RED acerca de la situación en la ciudad, se brindó un servicio tal a la comunidad que así "debiera ser siempre".

Estamos de acuerdo, pero sólo en principio, pues dicha propuesta es apenas una parte del camino, en virtud de que la radio debe ser servicio a la comunidad, pero ante todo la comunidad debe servirse de la radio. Se requiere una ruptura —brusca o no— del orden informativo vigente (vertical-autoritario) para encauzar un nuevo orden en busca de la comunicación.

La forma de radiodifusión periodística de Radio RED, aunque es plausible, dista mucho de significar que la emisora se encuentra dentro de las expectativas de lo posible en materia radiofónica o incluida en un proyecto que implique la plena participación del auditorio, al estimular otras formas de interacción con el público fuera de la participación únicamente epistolar y telefónica.

Reconocemos, sí, un trabajo periodístico de alta calidad por su eficiencia pero opinamos que la labor de Radio Red aún está incompleta, debido a que niega voz a todos los sectores de la sociedad. Existe la crítica pero la estación casi

---

<sup>27</sup> *Id.*

<sup>28</sup> Elvira García, "En el sismo, la radio y la TV otra vez", en *La Jornada*, 28 de abril de 1989, p. 17

siempre habla en nombre de la iniciativa privada y el gobierno. Manifiesta sectarismo, intolerancia hacia movimientos populares y, en ocasiones, muestra una actitud maniquea ante la realidad <sup>29</sup>.

Esencialmente el periodismo burgués lleva a las masas los acontecimientos y los puntos de vista que sustenta esa clase, ya que persigue establecer y mantener el control social mediante la información <sup>30</sup>.

Alma Rosa Alva afirma que, al parecer por dos motivos los radiodifusores de la capital mexicana divulgan noticias, información periodística:

1. Por "satisfacer la necesidad del grupo de concesionarios de legitimar o justificar su manejo de la radio: al mantener *informado* al auditorio de la radio comercial estar presentando un servicio público", y

2. Los noticiarios abundan en la radio debido a que los "anuncios en este tipo de programas tiene costo adicional de 30 por ciento para el anunciante" <sup>31</sup>.

La mayoría de las estaciones comerciales "reserva un escaso margen para la transmisión de noticias que no perjudique *la magnitud y espacio de los bloques de anuncios comerciales*" <sup>32</sup>.

La estructura (de los noticiarios) es determinada por y se desarrolla en la órbita mercantil del circuito en que se inscribe supeditada a "los requerimientos mercantiles específicos del grupo de concesionarios" <sup>33</sup>.

Ahora bien, Alva de la Selva omite reportar por qué los permisionarios, las difusoras culturales, también transmiten noticias pese a que la *Ley Federal de Radio y Televisión* les prohíbe utilizar la publicidad.

Este sería un primer acercamiento al periodismo de la radio cultural en el sentido de que nos permitiría percibir, de entrada, que los emisores culturales producen noticiarios por servir realmente a la comunidad.

En otras esferas del conocimiento existen manuales que establecen cómo deben ser las cosas, mas, en los hechos, vemos que resultan al contrario.

Es un derecho humano la prerrogativa del pueblo para "tener acceso a las noticias o ideas que le permitan orientar sus actividades en pos de un pleno

---

<sup>29</sup> Cfr., María del Carmen Islas Huidobro, "Monitor", *el noticiario ¿confiable de la radio?*, 183 pp. Tesis de licenciatura

<sup>30</sup> Camilo Taufio, *Periodismo y lucha de clases*, pp. 28 y 79

<sup>31</sup> Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.*, p. 88

<sup>32</sup> *Id.*, p. 99

<sup>33</sup> *Id.*



desarrollo" <sup>34</sup>, pero ello aún está lejos de convertirse en realidad, al menos en México.

La clase detentadora del poder político y económico impide que los medios de información en general hagan circular mensajes que puedan comprometer el predominio de ese grupo en la sociedad.

El periodismo es quizá la porción más dinámica de la comunicación humana. Por ello "es un fenómeno omnipresente en el mundo contemporáneo; una especie de común denominador de las actividades del hombre, e inseparable, además de la lucha de clases, por el uso privilegiado que hacen de ella quienes detentan el poder político" <sup>35</sup>.

Así, el papel más importante del periodismo lo constituye la función política en razón de que "su acción se asimila a la dirección social sobre todo tipo de actividades que tienen lugar en un ámbito humano delimitado" <sup>36</sup>.

En periodismo, al informar y producir una opinión se interpreta la realidad. Se interpretan los hechos ya sea para informar de ellos o bien para opinar en torno a ellos. De ahí que esa profesión se erija en "una activa fuerza política, un instrumento de la lucha de clases que se da en el seno de la sociedad" <sup>37</sup>.

El trabajo periodístico reviste un modo preciso de la superestructura, "pues al expresar informar las ideas, los juicios, las opiniones, no está ligado (ni mucho menos) sólo con la ideología política y sus manifestaciones prácticas, sino que está vinculado también a todas las demás esferas de la superestructura, reflejando y formando la conciencia jurídica, moral, estética, religiosa o antirreligiosa, en suma, la concepción del mundo de la sociedad" <sup>38</sup>.

El objeto de la tarea periodística es informar para orientar en determinado sentido a los grupos sociales, y por ende, para que dicha orientación se manifieste en hechos concretos. "Se informa para dirigir" <sup>39</sup>.

---

<sup>34</sup> Camilo Taufic, *op. cit.*, p. 162

<sup>35</sup> *Id.*, p. 17

<sup>36</sup> *Id.*, p. 80

<sup>37</sup> *Id.*, p. 75

<sup>38</sup> *Id.*, p. 76

<sup>39</sup> *Id.*

Por fortuna, las cosas no ocurren de manera automática como algunos quisieran. La información se convierte materialmente en dirección "sólo desde el momento en que es aceptada" <sup>40</sup>.

María del Carmen Islas Huidobro en su estudio sobre Radio RED identificó la banalización de la información como una de las operaciones ideológicas características de *Monitor*.

Al respecto, Camilo Taufic indica que la prensa capitalista hace política sin hablar de política, pues en su trivialidad estriba su poderío <sup>41</sup>.

La banalización no es privativa de Radio Red. Cunde por la generalidad de los servicios noticiosos de las estaciones radiales comerciales y de otros medios de información.

Por otra parte, según John F. Newman, existen tres rasgos negativos de la información periodística por radio:

Es superficial, demasiado comercializada, y se orienta en exceso hacia el entretenimiento y muy poco a la información <sup>42</sup>.

Alma Rosa Alva de la Selva indica que son cinco los criterios que rigen la elaboración de noticiarios en la capital de la república mexicana <sup>43</sup>.

A). Trivialización del contenido de las noticias. Situación que se logra mediante la emisión de anuncios comerciales antes y después del servicio informativo y la colocación de anuncios intercalados entre las notas periodísticas. Cabe preguntar si este criterio no es aplicable a las emisiones noticiosas de las radios culturales, simplemente porque ellas no utilizan publicidad.

B). La separación entre la información nacional e internacional. La autora habla de que la separación "en apartados" de los acontecimientos locales y externos produce "una visión parcial de los hechos para el receptor y le impide relacionar los ocurridos en el país con los originados en otras latitudes y viceversa".

Al respecto, Newman recomienda que se realice "un arreglo que fluya lógicamente de un asunto a otro" <sup>44</sup>, de acuerdo a una articulación geográfica del noticiario, o bien conforme a una organización por tema, o, finalmente, con base en la importancia de la información.

---

<sup>40</sup> *Id.*, p. 26

<sup>41</sup> *Id.*, p. 109

<sup>42</sup> John F. Newman, *op. cit.*, p. 149

<sup>43</sup> *Cfr.*, Alma Rosa Alva de la Selva, *op. cit.* pp. 99-107

<sup>44</sup> *Cfr.*, John F. Newman, *op. cit.*, pp. 58 y 59

C.) El criterio cuantitativo. Acá lo identificaremos como el criterio de la abundancia. Es decir, a mayor cantidad de información los radiodifusores sienten que cumplen mejor su función informativa. Esto, según Alva, propicia la superficialidad en la exposición de la noticia. A esto oponemos tres objeciones:

1. Que el criterio de la abundancia es un rasgo de la época. El orden capitalista vigente es así: ofrece todo a todos, como dijo Brecht "de repente se tuvo la posibilidad de decir todo a todos [aunque] no se tenía nada que decir"<sup>43</sup>.

Entre más sintético sea lo que ofrecen, mejor. Los discos han cambiado de tamaño; hay cámaras de video del tamaño de una mano, etcétera.

2. La autora parece olvidar que la noticia es una mercancía y que entre mayor variedad se ofrezca de ésta, mejor considera el radiodifusor que sirve. Seguramente el receptor así se sentirá.

3. Que los medios de información, al menos en el sentido periodístico, se complementan. La radio no tiene por qué agotar un tema. Muy pocos, por no decir nadie, soportaría permanecer horas y horas tratando de desentrañar la ontología de una noticia.

D.) Mezclar temas disímiles. Esto se logra mediante la yuxtaposición de temas distintos. Sin embargo, esto choca con el criterio B., donde se objetaba la escisión de las notas nacionales de las internacionales. A falta de ejemplos, nos vemos impedidos para conocer a qué se refiere exactamente la autora. Pero manifestamos concordancia con ella y con John F. Newman en el sentido de que saltar de un lado del mundo a otro no lleva más que a la confusión del radioyente. Pero no hay que olvidar que tal mezcla responde a una intencionalidad precisa; y que la presentación de la información en esa forma es uno de los mecanismos de semantización (*vid. infra 4. Análisis estructural*) que condicionan la recepción de mensajes por parte de los radioescuchas.

E.) La descontextualización sociopolítica de los hechos. Esto, según Alva de la Selva, se logra mediante la difusión de noticias concebidas como hechos recién ocurridos, en lugar de informar cómo "se insertan [los acontecimientos] en procesos políticos más amplios".

Contextualización es una de las operaciones semánticas. Si la autora dice que la información así aparece, quiere decir que la presencia de este recurso puede resultar negativa para la difusión de la información, la ausencia, la

---

<sup>43</sup> Bertold Brecht, *op. cit.*, p. 55

descontextualización, es peor pues sería como escamoteo de la información rasgo bien identificado de las sociedades dictatoriales.

La misión asignada a los mensajes de los medios de información masiva "es como ha señalado Althusser,

*la de reproducir la sumisión de las reglas del orden establecido, es decir la reproducción de la sumisión a la ideología por parte de los obreros y la reproducción de la capacidad de maniobrar convenientemente sobre la ideología dominante por parte de los agentes de la explotación y represión, con el fin de asegurar también, mediante la palabra, el dominio de la clase dominante"* <sup>46</sup>.

El escritor socialista estadounidense Upton Sinclair afirma que un diario capitalista, aunque ejerza la función de denuncia, en última instancia, "se comprende que vive del sistema capitalista, lucha por este sistema y por naturaleza no puede hacer otra cosa" <sup>47</sup>. Y concluye: "Esperar justicia y acatamiento a la verdad de un diario capitalista es esperar ascetismo en un festín de caníbales" <sup>48</sup>.

Sucede lo mismo entorno a la libertad de prensa en las sociedades capitalistas, concepto central burgués de la llamada comunicación masiva. En el fondo la libertad de prensa es para el uso de la burguesía y dado el caso, ella "suprime —sin ninguna vacilación— la *imparcialidad*, la *independencia* y, si es preciso la misma *libertad* de sus diarios para defender el capitalismo como a ellas les plazca" <sup>49</sup>.

La actividad periodística, aunque persigue informar de todo a todos no deja de ser una tarea eminentemente subjetiva, "parcial. [...] cada empresa periodística [...] determina a su arbitrio los asuntos a tratar; escoge las fuentes de información, valoran los datos de cada suceso y determinan el sitio y el despliegue de cada texto dentro del diario, revista o noticiario..." <sup>50</sup>.

---

<sup>46</sup> Miquel de Moragas i Spa, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 149

<sup>47</sup> Upton Sinclair, citado por Camilo Tauffe, *op. cit.*, p. 119

<sup>48</sup> *Id.*

<sup>49</sup> *Id.*, p. 104

<sup>50</sup> Vicente Leflero y Carlos Marín, *Manual de periodismo*, p. 287

### **1.3.1. La radio hablada**

A este respecto cabe la mención del surgimiento de la llamada radio hablada, una característica que debería ser natural de la radiodifusión, pero que sólo hasta estos tiempos en México se ha dado. Su principal exponente es radio RED.

La aparición y desarrollo de esta forma de radiodifusión se encuentra estrechamente relacionada con el periodismo radiofónico. Sobre todo con aquel que se ha presentado en los últimos años a partir de 1984.

Una fecha significativa vinculada al *boom* del periodismo radiofónico la constituye el 19 de noviembre de 1984, cuando en San Juan Ixhuatepec, estado de México, al norte del Distrito Federal, se registraron una serie de fuertes explosiones de gas que cobraron decenas de vidas humanas.

Hoy el periodismo es la punta de lanza de la radio hablada en México. La naturaleza temporal/inmediata en el suministro de sus materiales, esta forma de difusión encuentra en el periodismo un catalizador para alcanzar niveles óptimos de eficacia informativa, no sólo periodística, sino en todos los renglones.

Así como el periodismo ha servido de base para el surgimiento y desarrollo de la radio hablada —opuesto a la radio-lectura— ésta ha encontrado en la XERED a su mejor exponente, pese a que hoy proliferan las emisoras de este corte, cuya principal forma de expresión es mediante programas periodísticos.

### **1.4. El caso de las estaciones culturales**

Por su parte, los programas periodísticos de las emisoras culturales se caracterizan por constituir, en parte, la otra cara de la moneda.

Estas emisiones presentan un rasgo, de entrada, insuperable para las radios lucrativas: la ausencia de anuncios comerciales.

Análisis y crítica, sobre todo cuando se trata de programas centrados en un tema específico, actual o no, son algunas de las principales constantes de la radio periodística cultural.

Sin embargo, los noticieros de las radios culturales se distinguen, como las comerciales, por su actitud progubernamental hacia la información, es decir, por su oficialismo.

Hay un predominio de la información generada en y por el gobierno mexicano, cuya versión de los acontecimientos, donde él aparece relacionado, prevalece a pesar de los recursos con que se supone cuentan las emisoras para la producción de noticieros.

Existe un estudio que analizó seis noticiarios incluido el de la cultural Radio Educación <sup>51</sup>.

Según ese trabajo, la emisora presidida por la Secretaría de Educación Pública se distinguió por el tiempo dedicado a la difusión de noticias: 60 segundos por cada texto periodístico. Este servicio informativo fue superado únicamente por el Núcleo Radio Mil y por Radio RED, cuyas emisiones dedicaron, respectivamente, 75 y 257 segundos por noticia. Hay que señalar que este rasgo es considerado positivo por los autores del estudio, aunque consideramos que el promedio —al parecer— es exagerado toda vez que no observa elementos fundamentales de la emisión (publicidad, introducción, puentes, cortinas musicales, silencios) que modifican sensiblemente la duración efectiva de las emisiones noticiosas.

Otras características identificadas en los informativos de Radio Educación son: la transmisión de un elevado índice de notas informativas; la presentación de una mayor cantidad de información internacional que nacional; el oficialismo expresado en las emisiones; y la articulación del servicio informativo en tres grandes secciones o bloques: nacional, internacional y editorial.

#### **La otra emisora cultural: Radio UNAM**

En junio de 1985 el director de noticiarios de Radio UNAM, Rafael Pérez, indicó que esa emisora tenía como misión "difundir noticias que no divulgan los periódicos ni las demás estaciones" <sup>52</sup>.

A continuación se citan algunas declaraciones de ese funcionario hechas a este sustentante acerca la radio universitaria, en general, y sobre los servicios informativos, en particular.

Sobre los noticiarios destacó que representan un trabajo distinto al que desarrollan las emisoras comerciales. Son preparados con base en investigaciones. Las noticias se analizan, se incluye en ellas, generalmente, una dosis de opinión y se divulgan. Se trata de exponer al auditorio el por qué de las cosas, dijo.

De ahí que el fin de estos programas sea informar y no de cumplir con un tiempo específico.

---

<sup>51</sup> Cfr., José Luis Gutiérrez Espindola y María Petra Lobato Pérez, "Información radiofónica: el mundo en tres minutos", en *Perfiles del cuadrante*, pp. 149-164

<sup>52</sup> Entrevista con Rafael Pérez, director de noticiarios de Radio UNAM, celebrada el 20 de junio de 1985 en la redacción de la emisora

Además los noticiarios buscan "orientar" y brindar una mejor idea de las cosas. Esta orientación es "fundamentalmente objetiva nunca tendenciosa ni queremos ser oficialistas". Tratamos, dijo Pérez, de "no comprometer jamás a la propia universidad dentro de alguna inclinación ideológica".

Estos servicios informativos son resultado de una "gran selección de noticias". "Ponemos las más relevantes que existen" centrados en una temática nacional y latinoamericana.

Dicha selección contempla la inclusión de todas las opiniones sobre un mismo tema, a favor, en contra, etc.

"Los radioescuchas de Radio UNAM son seres pensantes, son personas intelectuales que conocen de música y en este sentido también nuestros noticiarios están orientados hacia ese tipo de personas".

En cuanto a la presentación de la información, precisó, se trata de llevar un "orden sistemático". Esto es, exponer la información basados en un orden geográfico, no arbitrario. "No importa si la noticia principal sea del Resto del Mundo —una de las secciones del noticiario—, damos la información [principal] en el Resto del Mundo".

Finalmente, el director de noticiarios de Radio UNAM expresó su punto de vista acerca de los servicios informativos de Radio Educación y de las estaciones comerciales.

En las emisoras culturales, citó, existe además del noticiario de Radio UNAM el de Radio Educación que "es una mezcla [...] ponen demasiadas notas, a veces demasiado extensas [...]".

Mientras, los informativos de las estaciones comerciales "son discriminatorios de mucha información que nosotros sí damos y los demás no".

"Esto quizá sea por su posición comercial. A veces estos noticiarios carecen de un cuerpo de redactores y de un cuerpo de reporteros que anden en la calle. Esas emisoras se alimentan exclusivamente por los cables que llegan de las agencias noticiosas". Y concluye: "No hay redacción, no hay calidad."

Los servicios noticiosos de las radios culturales (Radio Educación y Radio UNAM) son de los considerados de larga duración: 30 minutos, y la carencia de anuncios comerciales puede interpretarse como una buena o mala señal, pero eso sí, cuentan con mayor tiempo para la difusión de notas periodísticas.

Tales informativos brindan una gran cantidad de noticias. Habría que estudiarlos para establecer con precisión las tendencias y la calidad periodística de

las emisiones. Cabe señalar que el ciudadano común en México, aún estudiantes, califican a los noticieros de las emisoras culturales como "aburridos".

Pero no sólo por la falta de anuncios comerciales los noticieros de las radios culturales son buenos, útiles o eficientes. Para ese propósito, sobre todo, hay que considerar su contenido; esto incluye, por supuesto, a su organización.

Esa es nuestra misión: analizar los noticieros matutinos de Radio UNAM frente a un caso concreto: las elecciones presidenciales del seis de julio de 1988 en México para conocer los mecanismos de semantización utilizados por la difusora universitaria.



## **2. RADIO UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO, SU NOTICARIO MATUTINO Y LAS ELECCIONES PRESIDENCIALES DE JULIO DE 1988**

*Puedo decirles de antemano que todos estos experimentos  
se estrellan contra los ridículos y miserables honorarios  
de que la radio dispone para estos fines culturales.*

BERTOLD BRECHT, "TEORÍA DE LA RADIO"

Como aproximación al periodismo de Radio UNAM, en la modalidad de sus noticiarios, es necesario, primero, identificar los elementos esenciales de la historia de la emisora.

La metodología indicada por José María Casasús <sup>1</sup>, recomienda una serie de pasos para conformar en dos niveles la denominada biografía técnica del medio. El primer procedimiento radica en elaborar un registro de identificación de la difusora. Consiste en responder 16 preguntas clave sobre la vida de la estación, que, como afirma Jacques Kayser, son de innegable importancia <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> José María Casasús, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, pp. 93 y 94

<sup>2</sup> Jacques Kayser, *El diario francés*, p. 55

El segundo nivel en esta biografía técnica o audiografía registral de la radio estriba en la realización de un expediente de identidad conformado, entre otros elementos, por los datos relativos a la estructura jurídico-financiera de la emisora, así como la tendencia ideológica que ella declare sustentar.

## 2.1. Registro de identificación

**1. Nombre de la emisora:** Radio Universidad Nacional Autónoma de México, desde su fundación, en 1937, hasta el año de 1978 la difusora se llamó sólo Radio Universidad Nacional <sup>3</sup>. Por su parte, cada uno de los servicios informativos se denominaban —por lo menos hasta 1988, año en que se ubica el estudio— simplemente *Noticiarios* en cualquiera de sus tres emisiones, mañana, tarde o noche.

**2. Sede de sus oficinas y estudios:** Adolfo Prieto 133, colonia Del Valle, México, DF, Código Postal 03100, delegación Benito Juárez. Allí mismo se elaboran los noticiarios.

**3. Localización de sus antenas emisoras:** el mismo domicilio. Además cuenta con dos plantas retransmisoras, en Ticomán y en el camino al cerro del Ajusco (norte y sur de la Ciudad de México, respectivamente).

**4. Fecha de fundación:** 14 de junio de 1937. Los noticiarios aparecieron a fines del año de 1967, relata el maestro Carlos Illescas, coordinador artístico de la emisora. Esos servicios surgieron con sólo una emisión, de 50 minutos por la mañana, de 7:10 a las 8 horas <sup>4</sup>.

**5. Zona principal de audiencia:** según informes de Cecilio Castro, auxiliar de mantenimiento del Departamento Técnico de la RU, es el Distrito Federal <sup>5</sup>. La emisora además mantiene cobertura sobre el estado de México, algunas partes de Tlaxcala, Morelos e Hidalgo. Castro afirma que el mayor auditorio de RU corresponde al sur de la ciudad de México. Además de las zonas cercanas a las escuelas de la UNAM.

En cuanto a los noticiarios, los matutinos son los que mayor audiencia tienen, por lo menos hasta junio de 1985, según informó Rafael Pérez,

---

<sup>3</sup> Daría Moncada Ibar, *Radio UNAM: testimonios*, p. 55 (tesis de licenciatura)

<sup>4</sup> Entrevista con don Carlos Illescas, coordinador artístico de Radio UNAM, la mañana del 11 de octubre de 1990 en la sede de la radio universitaria

<sup>5</sup> Cecilio Castro González respondió todos nuestros planteamientos, el 14 de septiembre de 1989, por órdenes del subdirector de operaciones de Radio UNAM, Eusebio Mejía

encargado de los noticieros en ese tiempo <sup>6</sup>. Debido a que cuentan con una estructura más compleja y rica, las emisiones matutinas son las que más atención reciben por parte de la estación.

Esto mismo fue contestado por otro director de noticieros de la RU, Bolívar Hernández <sup>7</sup>.

**6. Número principal de radioyentes;** no hay cifra precisa, según Castro González aunque menciona que "es un número bastante grande", compuesto por universitarios. En tanto, Ana María González, en el diario *La Jornada* reportó que según la International Research Associates (INRA), las proporciones hasta julio de 1988 eran: "Los radioescuchas que sintonizan RU dentro de su hogar, representan un *rating* de 0.86 en AM, y 0.10 en FM (36 mil 123 y 4 mil 200 radiohogares, respectivamente); son personas mayores de 13 años. Y entre automovilistas, el *rating* es de 0.11 en FM (4 mil 620 radioautomovilistas) en su mayoría de menos de 20 y más de 40 años" <sup>8</sup>.

**7. Número habitual de horas de programación:** 18 horas diarias. De 7 de la mañana a la una del día siguiente. Aquí podemos exceder la cantidad de datos que Casasús recomienda obtener. Según Ana María González, los programas de Radio UNAM proporcionalmente se dividen así: 5.9 por ciento son noticieros; casi 40 por ciento, musicales; 1.7, en torno al arte; 0.51, temas literarios; 1.5, de servicios; 4 por ciento, cursos; 5.8, temas varios; y otros de escasa frecuencia, dos por ciento. Total 61.4 por ciento. El tiempo restante, 395 minutos, casi 39 por ciento de la programación, no está caracterizada y no se puede ubicar por rubro <sup>9</sup>. Cada una de las tres emisiones noticiosas dura media hora, aunque en ocasiones se exceden unos minutos. Bolívar Hernández comentó que esa era una de las ventajas de ser una estación no comercial.

Por lo menos hasta junio de 1985, había 17 servicios informativos semanales: tres emisiones de lunes a viernes (mañana, tarde y noche) y dos informativos los sábados (mañana y tarde), indicó Rafael Pérez.

---

<sup>6</sup> Entrevista que realicé al director de noticieros de Radio UNAM Rafael Pérez, la tarde del 20 de junio de 1985 en la redacción de la emisora

<sup>7</sup> Entrevista realizada a Bolívar Hernández, director de noticieros de Radio UNAM durante julio de 1988, la mañana del 10 de septiembre de 1990 en las instalaciones de la agencia Notimex

<sup>8</sup> Ana María González, "Oye Radio UNAM menos de 1 por ciento de los radioescuchas", en *La Jornada*, 1 de agosto de 1988, p. 17. Para verificar la evolución del auditorio de Radio UNAM cfr., Alma R. Alva de la S., *Radio e Ideología*, pp. 40 y 41

<sup>9</sup> *Id.*

Ninguno de los entrevistados conoce el motivo de la suspensión de las transmisiones sabatinas de noticias.

**8. Idioma o idiomas en que transmite: español.**

**9. Características excepcionales en su vida:** Castro González responde que el cincuentenario de la RU en 1987. Fue cuando se inauguró la nueva planta de FM que estaba en Adolfo Prieto 133 y se trasladó a la carretera del Ajusco.

Castro agregó que ello redundó en una mejor y mayor cobertura por parte de las transmisiones de la emisora.

Durante los destructores sismos de septiembre de 1985 —prosigue Castro—, RU realizó "una labor social para localizar personas y proporcionar nombres de hospitales y lugares donde se podían llevar a los damnificados, recibir medicinas o ropa".

Señaló que en 1988, cuando ocurrieron los debates entre el Consejo Estudiantil Universitario (CEU) y las autoridades de la UNAM para el Congreso Universitario, RU transmitió, a petición del sector estudiantil, dichas sesiones.

Por otra parte, Daría Moncada Ibar refiere que entre los años de 1954 y 1973 se alcanzaron logros "amplios y contundentes" —como la formación de la Fonoteca de Radio UNAM y la creación de las series discográficas "Voz viva de México", así como "Voz viva de América Latina"— por lo que ella denomina a ese periodo la *época de oro* de la radio universitaria <sup>10</sup>.

Don Juan Rodríguez Yerena, conocedor de la historia de la difusora y empleado de la misma desde 1955, platica que las administraciones de Pedro Rojas (1954-1960) y de Max Aub (1960-1966) "hicieron un verdadero trabajo constructivo y de consolidación". De entonces a la fecha "no se ha hecho nada nuevo", puntualiza Rodríguez Yerena <sup>11</sup>.

La investigadora universitaria Florence Toussaint identifica el periodo entre 1960 y 1973 como época significativa. Precisa que la RU no sólo se constituyó en la vanguardia de las emisoras universitarias, sino también de las difusoras culturales del país.

La autora ejemplifica que durante la gestión de don Max Aub se inició la grabación de la radionovela no comercial y en ese tiempo don Carlos Illescas

---

<sup>10</sup> Daría Moncada Ibar, *op. cit.*, p. 36

<sup>11</sup> Ana María González, "Abandonado el proyecto original de Radio UNAM", en *La Jornada*, 2 de agosto de 1988, p. 25

experimentó contar historias con únicamente sonidos extraídos del equipo de la radioemisora. Dicho ensayo se denominó *Cine Sonora* <sup>12</sup>.

Rafael Pérez señaló que los noticiarios de Radio UNAM han sido galardonados. En 1985 obtuvieron el gubernamental Premio Nacional de Periodismo debido a la calidad de esos servicios informativos.

**10. Lugar de conservación de programas (fonotecas) y ficheros o índices de su programación y de sus archivos fonográficos de la RU:** Castro González responde que en los departamentos de Discoteca y Fonoteca, respectivamente, que se ubican en Adolfo Prieto 133, domicilio de la emisora.

**11. Indicación o indicaciones que acompañan al nombre:** es inexistente. Tampoco los noticiarios poseen alguna indicación.

**12. Las frecuencias en que transmite:** AM: XEUN, 860 kilohertzios; FM: XEUN-FM, 96.1 megahertzios, en estereofonía, y en Onda Corta: XEYU, 9 mil 600 kilohertzios en la banda internacional de 31 metros.

**13. Longitud de ondas:** AM, XEUN: 348 metros; XEUN-FM: 3 metros; y en Onda Corta, XEYU: 31 metros.

**14. La potencia efectiva en kilovatios en cada longitud de onda:** para las tres modalidades de transmisión son 45 kilowatts, para el horario diurno, y para el nocturno, la potencia se reduce para quedar entre los 15 y 20 kilowatts.

**15. Los horarios de emisión:** de las 7 horas a la una AM del día siguiente. De las 7 alas 16 horas, las tres frecuencias transmiten enlazadas; y de las 16 alas 21 horas existe una programación especial en FM, sólo de lunes a viernes. Esta sección fue creada con la finalidad de satisfacer una demanda generada en el auditorio de la emisora, cuenta Castro González. Se pensó en quienes a esa hora acaban de llegar a casa y desean escuchar solo música, precisa Castro.

Esta estructura temporal no afectaba a los *Noticiarios* los cuales se transmitían a las 8, 15 y 22 horas, de lunes a viernes. Ni sábados ni domingos se presentaba este servicio. Incluso *Presencia universitaria* —programa que ha sustituido al *Noticiero*— mantiene esa calendarización.

**16. Lugar de transmisión:** Adolfo Prieto 133, colonia De Valle, CP 03100, México, Benito Juárez, DF.

---

<sup>12</sup> Florence Toussaint, "La radiodifusión universitaria nacional: 50 años de persistencia", en *Perfiles del cuadrante*. p. 83

## 2.2. Expediente de identidad

**1. Estructura jurídico-financiera de la emisora:** Cecilio Castro dijo que la estación depende de la UNAM y que todo lo relativo al permiso de la Secretaría de Comunicaciones y transportes debe ser tratado en el departamento jurídico de la Universidad.

En el aspecto financiero, Castro asentó que la RU está supeditada al presupuesto que la UNAM suministra.

En una nota publicada por el diario *El Universal*, Carlos Martínez Rentería menciona que la entidad universitaria que preside a la RU es la Coordinación de Comunicación Social de la UNAM. Según la fuente, el presupuesto que corresponde a RU asciende a 2 mil millones de pesos, de los cuales se debe descontar 40 por ciento por gastos de electricidad, cuotas al Instituto de Seguridad Social y Servicios para los trabajadores del Estado (ISSSTE)<sup>13</sup>.

Mientras, el licenciado Fernando Escalante, subdirector de Planeación de la difusora universitaria —quien llegó ya a ocupar la dirección de la emisora—, afirmó en septiembre de 1989, que la RU depende de la Dirección de Difusión de la UNAM.

**2. En qué medida el personal participa en las decisiones de la emisora:** No participa, declaró el subdirector Fernando Escalante<sup>14</sup>.

**3. Las condiciones y características técnicas en que trabaja:** "Limitadas", asegura Castro González y admite que "se hacen milagros" con el material disponible para trabajar. Al mismo tiempo, Eusebio Mejía Maldonado, subdirector de operaciones de la RU, en la citada nota de *El Universal*, "reconoce el deplorable estado en que se encuentra su equipo de transmisiones" y "el limitado presupuesto de la radioemisora"<sup>15</sup>.

**4. Condiciones de transmisión y recepción:** Cecilio Castro González menciona que la señal de Radio UNAM de emite y se recibe en condiciones adecuadas. Ejemplifica: cuando es temporada de conciertos, RU transmite en

---

<sup>13</sup> Carlos Martínez Rentería, "Radio UNAM trabaja con medios anticuados", en *El Universal y la cultura*, 5 de agosto de 1988, p. 1

<sup>14</sup> Dato recabado en diálogo telefónico con el subdirector de Planeación de Radio UNAM, licenciado Fernando Escalante, el 17 de octubre de 1989

<sup>15</sup> Carlos Martínez Rentería, *op. cit.*

vivo desde la sala de conciertos Nezahualcóyotl, del Centro Cultural Universitario, en el sur de la ciudad de México.

**5. Organización interna de la emisora y tendencia o línea ideológica:** Radio UNAM cuenta con unos 80 empleados, la mayoría afiliados al Sindicato de Trabajadores del a UNAM (STUNAM). Aparte de la Dirección General, posee tres subdirecciones, una General, otra de Planeación, así como la de Operaciones. Los noticiarios, el caso que nos ocupa, se encuentran supeditados a la dirección de la emisora. Para 1988, año en que se enmarca este estudio, nueve personas elaboraban el noticiario matutino. Ese personal se distribuía así: un operador de grabadora, cuatro reporteros y cuatro redactores, recordó Bolívar Hernández.

Sobre la tendencia ideológica de la emisora, Castro González declara que RU "es cultural" y que por este motivo "aquí no hay ninguna ideología". La emisora "está libre en ese aspecto".

Respecto a los noticiarios, Rafael Pérez indicó que no tienen ninguna postura política "simplemente lo decimos todo, objetivamente".

"El periodismo de Radio UNAM —continúa Rafael Pérez— lo tratamos de hacer sin ningún compromiso. O sea, RU no está comprometida absolutamente con nadie ni con ningún organismo ni somos promotores de nadie."

**6. ¿La estación ha sido objeto de sanciones administrativas o sentencias judiciales?** "Nunca", responde el auxiliar de mantenimiento Castro González, y asegura que más bien ha habido censura.

Recuerda que en 1988 un jefe de información renunció en virtud de que la Secretaría de Gobernación (SG) protestó por una información divulgada en los noticiarios. Castro no detalló qué reporte fue el causante del reclamo.

El número 603 de la revista *Proceso* presentó una denuncia del jefe de información mencionado, Héctor Gómez Vázquez, sobre la censura ejercida por la SG, e instrumentada por la dirección de la Radio UNAM.

No sólo eso —abunda *Proceso*—, sino que la entonces directora de Radio UNAM, Beatriz Barros Horcasitas, transmitió al personal "la lista de los 14 temas que no debían ser tratados en los noticiarios: Corriente Democrática [grupo disidente del gobernante Partido Revolucionario Institucional], partidos de oposición, problemas sindicales, huelgas, manifestaciones, movimientos obreros en general, procesos políticos, contaminación ambiental, Laguna Verde [polémica puesta en marcha de una planta nucleoelectrónica instalada en el estado

de Veracruz], críticas al presidente [Miguel de la Madrid], protestas de investigadores universitarios, el CEU [Consejo Estudiantil Universitario], el STUNAM y todo lo que afectara la imagen del rector [Jorge Carpizo McGregor]"<sup>16</sup>.

Antes ya la estación había padecido la censura.

Raúl Cosío, director de la difusora universitaria entre 1970 y 1972, y subdirector en 1968, dijo que la emisora fue cerrada en el año de 1968. Recuerda que "le bajaron la potencia", sin precisar quién o qué institución fue responsable de tal acción. Cosío reveló además que él mismo suspendió tres grabaciones, una de ellas sobre nombres y datos de desaparecidos políticos: "Eso no tenía objeto y era una denuncia. Entonces, esa cinta se suspendió: así que en unos tres casos ejercí la censura previa", declaró el ex director de Radio UNAM<sup>17</sup>.

Fue precisamente en ese 1968 cuando los noticiarios de Radio Universidad "comenzaron a tener un destino azaroso", platica el maestro Illescas:

"Conforme a los acontecimientos de agosto, septiembre, octubre, etcétera, de 1968, se posesionaban del interés sociopolítico y académico de México, sobre todo septiembre, los noticiarios se constituyeron en una *verdadera voz* de la universidad y del pueblo mexicano, por el pluralismo informativo y por atender los principios de las libertades humanas mediante la libertad de expresión", indicó Illescas.

En tanto, Rafael Pérez, el citado director de noticiarios de RU en 1985, estableció que la emisora nunca ha sido censurada y que era "la única en el país que dice lo que otras callan".

---

<sup>16</sup> Fernando Ortega Pizarro, "Desde Gobernación se impone línea a Radio Universidad", en *Proceso*, número 603, 23 de mayo de 1988, pp. 12 y 14

<sup>17</sup> Darta Moncada Ibar, *op. cit.*, p. 116



### 3. EL CARÁCTER DEL NOTICARIO DE RADIO UNAM EN NÚMEROS

*Acerquémonos al fuego, de modo que  
podamos ver lo que estamos diciendo.*

THE BUBIS OF FERNANDO PO

A partir del presente capítulo, la investigación se centra en el análisis de las 12 emisiones matutinas en vivo del *Noticiero* de Radio Universidad Nacional Autónoma de México, posteriores a las elecciones presidenciales del 6 de julio de 1988.

Básicamente se trata de recurrir a la técnica de análisis estructural audiográfico propuesta por José María Casasús<sup>1</sup>, sin dejar de considerar otros estudios sobre radiodifusión y periodismo.

Este nivel de análisis es lo que también se conoce como análisis de contenido, técnica concebida por Bernard Berelson en Estados Unidos, y que aporta valiosos elementos cuantitativos, fundamentales para cualquier acercamiento analítico a los medios de información de masas.

---

<sup>1</sup> José María Casasús, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, pp. 61-115

### 3.1. Análisis morfológico

Casasús refiere que todo medio de información de masas, para ser analizado debe primero estar sujeto a una clasificación.

La radio es considerada como un medio de información de masas que posee una materia significativa auditiva, una infraestructura material temporal y tres series informacionales auditivas de tipo lingüístico, paralingüístico y no lingüístico.

La materia significativa se refiere a los elementos sensoriales con que están contruidos los significantes de los mensajes. En el caso de la radio, el elemento sensorial involucrado es el oído. Por ello, la materia significativa de la radio es de orden auditivo <sup>2</sup>.

La forma concreta que transporta los mensajes es la infraestructura material de un medio de información de masas. La infraestructura material de la radio es el tiempo, en virtud de que es la unidad básica de medición y cuantificación de los mensajes <sup>3</sup>.

"El proceso empírico de transmisión de signos que obedece a un código" <sup>4</sup> es lo que constituyen las series informacionales de un medio de información. En radio, las series informacionales se dan sobre la base de la materia significativa, auditiva. Las emisiones radiofónicas se componen de tres series informacionales, a saber: serie informacional auditivo-lingüística, es la que genera palabras <sup>5</sup>; la serie informacional auditivo-paralingüística, se conforma de sonidos codificados (ambientación, sobre todo de radionovelas) y los no codificados (los relativos a las cortinas musicales, etc., que sirven para separar las partes de la emisión) <sup>6</sup>; es lo que Miquel de Moragas denomina música auxiliar <sup>7</sup>; y, por último, la serie informacional auditivo-no lingüística, que es la formada por la música autónoma <sup>8</sup> y el ruido.

Para la investigación fueron utilizadas las transmisiones matutinas de los noticiarios de Radio UNAM del 7 al 22 de julio de 1988.

---

<sup>2</sup> *Id.*, p. 61

<sup>3</sup> *Id.*, p. 115

<sup>4</sup> Eliseo Verón, "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política", p. 146

<sup>5</sup> José María Casasús, *op. cit.*, p. 115

<sup>6</sup> Fernando Curiel, *La escritura radiofónica*, p. 86

<sup>7</sup> *cf.*, Miquel de Moragas i Spa, *Semiotica y comunicacion de masas*, pp. 240 y 281

<sup>8</sup> *Id.*, p. 240

Tales emisiones, con una duración oficial de 30 minutos cada una y registradas en cassettes de 90 minutos, fueron 12 en virtud de que si bien hubo 16 días del 7 al 22 de julio, se atravesaron dos sábados y dos domingos durante los cuales Radio UNAM no transmitió servicios noticiosos. La práctica de informar de lunes a viernes hasta esta fecha tenía ya años de efectuarse en la emisora universitaria.

Únicamente fueron registradas las emisiones matutinas en razón de la importancia que la difusora les confiere. El *Noticiero* de la mañana recibía mayor atención puesto que el jefe de información de la RU durante 1988, el señor Bolívar Hernández, así lo indicó <sup>9</sup>; además la diferencia entre el informativo matutino y el del mediodía y la noche era evidente:

La estructura de los noticieros de la tarde y la noche presentan características menos eficientes —desde el punto de vista periodístico— que las transmisiones matutinas. Esto es, las emisiones vespertina y nocturna no poseían las secciones "México y el mundo en cabezas" ni "La opinión de hoy", pese a que los diarios de mediodía y vespertinos en la ciudad de México podían ser utilizados como los periódicos matutinos en las emisiones noticiosas de las ocho horas.

Para la realización del presente análisis, así como de los subsiguientes, fue necesario traducir los registros magnetofónicos de las emisiones radiofónicas a una componente no lineal, es decir, visual espacial <sup>10</sup>. Esto es, la conversión de la materia signifiante de la radio (auditiva) a otra de orden visual (en la medida de lo posible) y a una infraestructura material espacial que permitiera la mejor comprensión de las emisiones radiofónicas. En pocas palabras, se trataba de pasar el discurso sonoro de la radio a un guión radiofónico el cual para Fernando Curiel es la "organización de una totalidad sonora" <sup>11</sup>. Dicha "traducción" generó un texto de unas 200 páginas.

### 3.1.1. Distribución del tiempo

En esta fase fueron identificadas las partes y el tiempo de que está compuesta cada emisión, así como la duración del conjunto de ellas.

---

<sup>9</sup> Entrevista con el señor Bolívar Hernández, director de noticieros de Radio Universidad durante 1988, el 13 de septiembre de 1990

<sup>10</sup> *cfr.*, Miquel de Moragas, *op. cit.* p. 244

<sup>11</sup> Fernando Curiel, *La telaraña electromagnética*, p. 82

La distribución del tiempo de transmisiones se divide en tres partes:

- 1). Medición del tiempo total de cada una de las 12 emisiones noticiosas y la suma de ellas.
- 2). Identificación y cómputo del número de secciones de los noticiarios, así como su duración, por separado y en conjunto.
- 3). Clasificación del tiempo comunicacional —así lo denomina Casasús— en redaccional y administrativo.

### **3.1.1.1. Medición del tiempo de cada una de las 12 emisiones noticiosas y la suma de ellas**

La duración de cada una de esas emisiones —y por ende, su suma— es lo que se conoce como tiempo útil <sup>12</sup>.

Dos características saltan a la vista de los datos enlistados. Primero que en todos los casos la duración fue superior a los 30 minutos que oficialmente tienen asignados esos programas. Segundo: en ningún caso la duración fue igual, si acaso semejante los días lunes 11, martes 19 y miércoles 20.

Existe por lo menos una explicación para ello: la radio universitaria carece de presiones para imponer límites horarios a sus programas, sobre todo los realizados en vivo, así lo manifestó el referido Bolívar Hernández. Esos límites son una de las bases en la articulación de los programas de la radio comercial. Ellos son observados sistemáticamente en la programación de la televisión mexicana.

Ese pequeño exceso de casi seis minutos en los noticiarios de RU puede ser interpretado como la presencia de una actitud flexible en el manejo del tiempo de la emisora. Aunque ello no resulta suficiente para ser concluyentes y afirmar que Radio UNAM es así, flexible, en todos sus aspectos.

---

<sup>12</sup> *cfr.*, José María Casasús, *op. cit.*, p. 105

|                                |                                       |
|--------------------------------|---------------------------------------|
| Jueves 7 de julio de 1988      | 30 minutos 56 segundos                |
| Viernes 8 de julio de 1988     | 32 minutos 51 segundos                |
| Lunes 11 de julio de 1988      | 31 minutos 39 segundos                |
| Martes 12 de julio de 1988     | 34 minutos 6 segundos                 |
| Miércoles 13 de julio de 1988  | 32 minutos 35 segundos                |
| Jueves 14 de julio de 1988     | 32 minutos 44 segundos                |
| Viernes 15 de julio de 1988    | 33 minutos 53 segundos                |
| Lunes 18 de julio de 1988      | 32 minutos 16 segundos                |
| Martes 19 de julio de 1988     | 31 minutos 51 segundos                |
| Miércoles 20 de julio de 1988  | 31 minutos 46 segundos                |
| Jueves 21 de julio de 1988     | 35 minutos 48 segundos                |
| Viernes 22 de julio de 1988    | 34 minutos 4 segundos                 |
| <b>Doce emisiones en TOTAL</b> | <b>6 horas 34 minutos 29 segundos</b> |

### **3.1.1.2. Identificación y cómputo del número de secciones de los noticiarios, así como su duración, por separado y en conjunto (CUADRO 1.)**

Para arribar a un resultado concreto y comprobable en este inciso serán incluidos los elementos de estructura de la emisión noticiosa. Se trata de la identificación de las tres series informacionales de que consta la emisión radiofónica: la lingüística, la paralingüística y la no lingüística.

Todas las secciones del programa están incluidas en la serie informacional lingüística, por ejemplo, las secciones de "Información nacional", "Norteamérica en la noticia", etc.

**CUADRO 1. Clasificación por frecuencia y duración de las diferentes partes de las emisiones matutinas del Noticiero de Radio UNAM del 7 al 22 de julio de 1988.**

| <b>Segmentos de significación y secciones</b>       | <b>Número de unidades aparecidas</b> | <b>Duración en segundos y %</b>    |
|---|--------------------------------------|------------------------------------|
| <b>I. Rúbrica de presentación*</b>                  | 12 - 1.083%                          | 680" - 2.872%                      |
| <b>II. Titulares de presentación **</b>             | 114 - 10.288%                        | 588" - 2.526%                      |
| <b>III. Introducción a las secciones y la hora*</b> | 84 - 7.581%                          | 440" - 1.858%                      |
| <b>IV. Información nacional**</b>                   | 177 - 15.974%                        | 9,105" - 38.468%                   |
| <b>V. Centroamérica y el Caribe en la noticia**</b> | 35 - 3.158%                          | 1,115" - 4.710%                    |
| <b>VI. Sudamérica en la noticia**</b>               | 36 - 3.249%                          | 1,071" - 4.524%                    |
| <b>VII. Norteamérica en la noticia**</b>            | 33 - 2.978%                          | 1,395" - 5.893%                    |
| <b>VIII. La información del resto del mundo**</b>   | 44 - 3.971%                          | 1,790" - 7.562%                    |
| <b>IX. México y el mundo en cabezas**</b>           | 80 - 7.220%                          | 585" - 2.471%                      |
| <b>X. La opinión de hoy**</b>                       | 30 - 2.707%                          | 2,881" - 12.172%                   |
| <b>XI. Encabezados de despedida**</b>               | 114 - 10.288%                        | 589" - 2.488%                      |
| <b>XII. Cortinas musicales*</b>                     | 72 - 6.498%                          | 1,838" - 8.920%                    |
| <b>XIII. Puentes con campanas características*</b>  | 264 - 23.826%                        | 505" - 2.133%                      |
| <b>XIV. Rúbrica de cierre y despedida*</b>          | 12 - 1.083%                          | 1,246" - 5.264%                    |
| <b>XV. Ruido*</b>                                   | 1 - 0.090%                           | 31" - 0.130%                       |
| <b>Total</b>  | <b>1,108 - 100%</b>                  | <b>23,669"<br/>[6hrs. 34' 29"]</b> |

Número total de apariciones y duración de los **segmentos de significación**\*: 445 veces (40%) y una hora 15 minutos 40 segundos (19%); número total de apariciones y duración de las **secciones**\*\***:** 663 veces (80%) y 5 horas 18 minutos 49 segundos (81%).

La serie informacional paralingüística está formada por las rúbricas de entrada y salida del programa, las cortinas musicales, los puentes con campanas características, etc.

Aunque la serie informacional no lingüística abarca la música autónoma, en este caso únicamente la constituye el ruido, que en una sola ocasión se presentó a lo largo de las seis horas y media de transmisión registrada.

Hemos decidido realizar una distinción pertinente entre las secciones y el resto de las partes que componen los noticiarios de Radio UNAM.

Se trata de la diferencia existente entre las secciones del informativo y otras partes del programa que si bien tienen una función específica—incluido el ruido, sea o no premeditado— no son portadoras de un mensaje propiamente periodístico.

Denominamos "segmento de significación" a la parte mínima de un noticiario radiofónico cargada de sentido, cuya función es explicable sólo en relación al resto del programa.

Así, la sección "Información nacional" (ver CUADRO 1.) se distingue del segmento de significación "rúbrica de presentación" en la medida en que ésta sólo enuncia el comienzo del noticiario, mientras que la sección propiamente dicha posee elementos de mucho mayor relieve por su contenido periodístico.

Una característica básica del segmento de significación es su indivisibilidad. De allí su incapacidad de explicarse solo. Necesita forzosamente recurrir al conjunto, al resto del programa, para adquirir pleno sentido.

Lo siguiente son las "secciones" y los "segmentos de significación" identificados en función de las tres series informacionales de las 12 emisiones radiofónicas.

**I. Rúbrica de presentación**, segmento de significación perteneciente a la serie informacional paralingüística.

**II. Encabezados de presentación**, sección (serie informacional lingüística).

- III. **Introducción a las secciones y el servicio de la hora**, segmento de significación (serie informativa paralingüística).
- IV. **Información nacional**, sección (serie informativa lingüística).
- V. **Centroamérica y el Caribe en la noticia**, sección (serie informativa lingüística).
- VI. **Sudamérica en la noticia**, sección (serie informativa lingüística).
- VII. **Norteamérica en la noticia**, sección (serie informativa lingüística).
- VIII. **La información del resto del mundo**, sección (serie informativa lingüística).
- IX. **México y el mundo en cabezas**, sección (serie informativa lingüística).
- X. **La opinión de hoy**, sección (serie informativa lingüística).
- XI. **Titulares de despedida**, sección (serie informativa lingüística).
- XII. **Cortinas musicales**, segmento de significación (serie informativa paralingüística).
- XIII. **Puentes con campanas características de la emisora**, segmento de significación (serie informativa paralingüística).
- XIV. **Rúbrica de despedida**, segmento de significación (serie informativa paralingüística).
- XV. **Ruido de interferencia**, segmento de significación (serie informativa no lingüística).

Todas las emisiones noticiosas registradas presentan el mismo número de secciones (nueve) mientras que el número de segmentos de significación, si bien durante 11 emisiones fue de cinco, un día aparecieron seis.

El martes 12 de julio la emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM se vio interrumpida por un ruido. Duró 31 segundos e interfirió la transmisión de dos notas de carácter electoral. Una de ellas justamente había sido enunciada en la sección introductoria que identificamos aquí como "Titulares de entrada". Se trataba de una nota relevante para la emisora; aunque no la principal.



Ciertamente el 12 de julio de 1988 la emisión noticiosa de radio UNAM no fue interrumpida por un efecto sonoro ni por un corte de energía eléctrica. No fue un efecto sonoro pues se dejó de percibir abruptamente el mensaje informativo. No fue un corte de energía eléctrica, pues de haber ocurrido, la emisora mediante los locutores habría informado y ofrecido disculpas al auditorio, como suele suceder en toda emisora de radio y televisión.

La transmisión del 12 de julio fue interferida con otra señal y de ello no se percataron en la emisora, pues los locutores pese a la interrupción, continuaron la lectura de las noticias todo el tiempo que duró el ruido, detrás del cual se alcanzaban a escuchar sus voces, tan remotamente que semejaban cuchicheos.

Luego de una serie de alteraciones en nuestros registros magnetofónicos, se escuchó también que la primera de las dos notas interrumpidas termina y la otra comienza a ser leída. Por las porciones de información que sí se escucharon obtuvimos que las dos informaciones eran de carácter electoral.

Carecemos de los elementos para afirmar de donde provino dicho ruido. Mariano Cebrián define la interferencia como la "perturbación de una onda, al superponerse en ella otra u otras ondas de la misma naturaleza".

El mismo autor escribe que hay interferencias oficiales que son las efectuadas "por algunos gobiernos, quienes, en lugar de prohibir la escucha de emisiones extranjeras, obstruyen la recepción de determinados programas que consideran peligrosos [...]"<sup>13</sup>.

El CUADRO 1. muestra la variedad de secciones y segmentos de significación localizados a lo largo de las 12 emisiones en estudio, así como la duración de cada uno de ellos, más los respectivos porcentajes.

Allí se puede observar que las partes de mayor duración fueron, como debe ser, las concernientes al trabajo periodístico.

A partir de ese cuadro es posible obtener otros muchos datos. En primera instancia, la sección "Información nacional" mereció la mayor atención

---

<sup>13</sup> Mariano Cebrián Herreros, *Diccionario de radio y televisión*, p. 192

por parte de la emisora tanto en el número de notas divulgadas (177) como en el tiempo dedicado a esa sección (dos horas 31 minutos 45 segundos).

También se puede observar que la sección "La opinión de hoy" obtuvo un tiempo acumulado de 48 minutos con un segundo y ocupa el segundo lugar en duración —léase atención otorgada por la emisora—, no obstante que esa sección a lo largo de la muestra registrada está constituida por la lectura incompleta de 30 textos editoriales de diversos diarios de la capital mexicana. (*vid. infra CUADRO 2.2.*)

La suma de las apariciones de los segmentos de significación frente a la incidencia de las secciones ofrece un resultado parcial. Si bien las secciones aparecieron 20 por ciento más veces que los segmentos de significación, ello no quiere decir que las secciones no sean más importantes en esa proporción que los segmentos. No, lo que confiere real importancia a alguna parte del noticiario, o de cualquier programa radial, es el tiempo de transmisión que se dedique a esa parte —más el lugar donde se ubique ella más el sentido que encierre—, pues aunque los segmentos de significación hayan aparecido 445 veces (40 por ciento) ello representa únicamente 19 por ciento del tiempo total de los doce noticiarios registrados, y el sentido de ellos no modifica sustancialmente el sentido general del programa.

### **3.1.1.3. Clasificación del tiempo de transmisión radial en redaccional y administrativo**

El **CUADRO 1.** puede conducir también a obtener los resultados de la disección de la duración total de las transmisiones registradas en los tiempos que Casasús sugiere para efectuar la audiografía: tiempo redaccional, tiempo administrativo y tiempo publicitario.

Debido a que Radio UNAM es una emisora cultural, cuyo tiempo de transmisión no debe ser vendido, resulta una tarea imposible contar con el tiempo publicitario.

Esta circunstancia puede ser interpretada como un punto a favor de los radioescuchas en virtud de que en lugar de la publicidad la estación remite más información a un noticiario. Pero también puede pensarse que a falta de

publicidad la estación recibe menos ingresos y esto redundará en limitaciones a la calidad y variedad de los programas de la emisora.

En el marco de este estudio, el tiempo redaccional es aquel que la emisora explota con fines periodísticos, mientras que el tiempo administrativo es el que la radio utiliza para presentar y despedir los noticiarios. Es decir, la rúbrica de presentación de los informativos junto con la fecha y los lugares donde simultáneamente se retransmitió el servicio noticioso —en el caso de los informativos matutinos la Radio Universidad Autónoma de Yucatán y Radio Universidad de Aguascalientes— quienes participaron en la elaboración del programa, cuántos informativos se ofrecían al día, el nombre del operador de los controles técnicos y el nombre o nombres de los locutores del *Noticiario*.

Como es de pensarse, el tiempo redaccional resultó muy superior al tiempo administrativo.

|   |
|---|
| <b>Tiempo redaccional:</b> 6 horas, 1 minuto, 49 segundos (92 por ciento) |
|---|

|  |
|--|
| <b>Tiempo administrativo:</b> 32 minutos con 9 segundos (8 por ciento) |
|--|

La suma de esta totalidad es el tiempo útil de la emisora para este programa.

Es el tiempo redaccional, el 92 por ciento de la muestra, sobre el que trabajaremos de aquí en adelante.

### 3.1.2. Géneros periodísticos.

#### **Del tumulto noticioso a la opinión mutilada**

Independientemente de la existencia y uso extendido de géneros periodísticos como la crónica, la encuesta, el reportaje, los noticiarios de Radio UNAM analizados únicamente precisaron de dos géneros para dar cuenta de lo que la emisora denominaba "el acontecer nacional e internacional": la nota informativa y el editorial.

En efecto, sólo dos géneros periodísticos fueron identificados y contabilizados 355 textos periodísticos de la muestra de 12 noticiarios analizados. Estos géneros han sido trasplantados del periodismo escrito al radiofónico y la televisión. De ahí que sus definiciones correspondan básicamente a la concepción de los medios impresos.

De acuerdo con Vicente Leñero y Carlos Martín, "la nota informativa o noticia es el género fundamental del periodismo", y tiene como propósito "dar a conocer hechos de interés colectivo" <sup>1</sup>.

Aunque Frank Fraser Bond subraya un elemento esencial en la valoración de un hecho para considerarlo noticia: la oportunidad con que ese informe es suministrado <sup>2</sup>.

Según Martín Vivaldi, la noticia es un "género periodístico por excelencia que da cuenta, de un modo sucinto pero completo, de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido o divulgado, y de innegable repercusión humana" <sup>3</sup>.

Para Jesús Martín Barbero "la noticia es la clave del discurso informativo" <sup>4</sup>, pues a partir de ella se deriva el resto de los géneros periodísticos.

Por su parte, el editorial queda definido como el espacio que el diario se reserva para expresar ideas propias, es decir, los puntos de vista del periódico o emisora como institución <sup>5</sup>.

---

<sup>1</sup> Vicente Leñero y Carlos Martín, *Manual de periodismo*, p. 40

<sup>2</sup> Frank Fraser Bond, *Introducción al periodismo*, pp. 98 y 99

<sup>3</sup> Gonzalo Martín Vivaldi, *Géneros periodísticos*, p. 365

<sup>4</sup> Jesús Martín Barbero, *Comunicación masiva: discurso y poder*, p. 170

<sup>5</sup> F. Fraser Bond, *op. cit.*, p. 257

En el editorial, afirma Martín Vivaldi, generalmente la empresa editora "comenta un hecho o noticia de especial relevancia o trascendencia local, nacional o internacional" <sup>6</sup>.

Más llanamente, José Luis Martín Albertos, expresa: "El artículo editorial es la opinión del periódico respecto a las noticias que publica" <sup>7</sup>.

En la radio de la capital de México era muy conocido el caso del Núcleo Radio Mil, donde Juan José Bravo Monroy redactaba y daba lectura a los textos editoriales de los noticiarios de ese grupo radiofónico, opiniones introducidas con el lema que rezaba: "Un punto de vista del Núcleo Radio Mil".

La ausencia de mayor variedad de géneros periodísticos en las emisiones noticiosas de la Radio UNAM no es extensivo a las difusores comerciales. Allí se presentan reportajes, entrevistas —grabadas o en vivo—, noticias *in situ*, etc.

### 3.1.2.1. Notas informativas (CUADROS 2. y 3.)

El CUADRO 2. expone el número total de notas informativas divulgadas por el *Noticiario* matutino de la RU del 7 al 22 de julio de 1988, así como la duración diaria de los bloques de noticias agrupados por sección.

El número más alto de notas informativas (31) se presentó el 15 de julio. Esto pudiera interpretarse como una mejor y mayor atención a las noticias. Sin embargo, por el tiempo dedicado a esas notas (23 minutos con 9 segundos) concluimos que lo que se registró allí fue sólo una mayor cantidad de información, mas no una calidad superior (tiempo) en el manejo de la misma. Lo anterior porque aquí sostenemos que el tiempo —junto con la organización de la información y su sentido— son los factores que, en última instancia, confieren mayor o menor relevancia a un tema en una emisión periodística por radio.

El 22 de julio de 1988 fue el día que mayor duración obtuvo el conjunto de notas periodísticas, 26, con una duración de 20 minutos con 30 segundos.

La sección que mayor cantidad de notas presentó fue la llamada "Información nacional", el bloque noticioso que abre la emisión. Le siguió la información del "Resto del mundo", etc.

Más adelante, en cuanto veamos los temas que trató este servicio de la RU (*infra* CUADRO 6.), observaremos por qué las noticias alcanzaron hasta un

---

<sup>6</sup> G. Martín Vivaldi, *op. cit.*, pp. 336 y 337

<sup>7</sup> José Luis Martínez Albertos, *Curso general de redacción periodística*, p. 384

CUADRO 2. Número de notas informativas clasificadas por día, sección y duración.

| NOTAS INFORMATIVAS                 |   |  |                             |                              |                                    |                                     |
|------------------------------------|---|--|-----------------------------|------------------------------|------------------------------------|-------------------------------------|
| Julio 1988<br>Secciones/<br>tiempo | Información<br>nacional<br>Notas-tiempo | Centroamérica<br>y el Caribe<br>Notas-tiempo | Sudamérica<br>Notas-tiempo  | Norteamérica<br>Notas-tiempo | Resto del<br>mundo<br>Notas-tiempo | Total<br>Notas-tiempo               |
| 7                                  | 13 - 584"                               | 3 - 111"                                     | 3 - 105"                    | 3 - 152"                     | 4 - 138"                           | 26 - 18' 10"                        |
| 8                                  | 15 - 754"                               | 3 - 98"                                      | 3 - 105"                    | 2 - 61"                      | 4 - 204"                           | 27 - 20' 22"                        |
| 11                                 | 16 - 683"                               | 3 - 82"                                      | 3 - 95"                     | 2 - 72"                      | 4 - 168"                           | 26 - 18' 20"                        |
| 12                                 | 14 - 779"                               | 3 - 100"                                     | 3 - 72"                     | 3 - 93"                      | 4 - 149"                           | 27 - 19' 53"                        |
| 13                                 | 15 - 729"                               | 4 - 122"                                     | 2 - 57"                     | 4 - 155"                     | 4 - 129"                           | 29 - 19' 52"                        |
| 14                                 | 14 - 826"                               | 3 - 83"                                      | 3 - 84"                     | 3 - 113"                     | 4 - 142"                           | 27 - 20' 48"                        |
| 15                                 | 16 - 809"                               | 3 - 111"                                     | 4 - 132"                    | 4 - 177"                     | 4 - 160"                           | 31 - 23' 09"                        |
| 18                                 | 13 - 741"                               | 3 - 95"                                      | 3 - 82"                     | 2 - 90"                      | 4 - 177"                           | 25 - 19' 45"                        |
| 19                                 | 15 - 738"                               | 3 - 109"                                     | 3 - 66"                     | 2 - 73"                      | 3 - 132"                           | 26 - 18' 38"                        |
| 20                                 | 14 - 686"                               | 2 - 59"                                      | 2 - 62"                     | 2 - 77"                      | 3 - 156"                           | 23 - 17' 20"                        |
| 21                                 | 16 - 929"                               | 3 - 71"                                      | 4 - 113"                    | 3 - 202"                     | 4 - 154"                           | 30 - 24' 29"                        |
| 22                                 | 16 - 847"                               | 2 - 74"                                      | 3 - 98"                     | 3 - 130"                     | 2 - 81"                            | 26 - 20' 30"                        |
| <b>Totales</b>                     | <b>177 notas<br/>2 hrs. 31' 45"</b>     | <b>35 notas<br/>18' 36"</b>                  | <b>36 notas<br/>17' 51"</b> | <b>33 notas<br/>23' 15"</b>  | <b>44 notas<br/>29' 50"</b>        | <b>325 notas<br/>4 hrs., 1' 16"</b> |

CUADRO 3. Clasificación de los titulares de la sección "Encabezados de presentación", por día, y el tipo y número de noticias a que hicieron referencia.

| Día de julio/<br>Titulos-notas | Información<br>nacional<br>Titulos-notas |  | Centroamérica<br>y el Caribe<br>Titulos-notas |                                   | Sudamérica en<br>la noticia<br>Titulos-notas |                                  | Norteamérica<br>en la noticia<br>Titulos-notas |                                | Resto<br>del mundo<br>Titulos-notas     |  | Total<br>Titulos-notas                        |   |
|--------------------------------|--|--|---|-----------------------------------|--|----------------------------------|--|--------------------------------|---|--|---|---|
| 7                              | 5 (27)                                   | 5 (23 <sup>a</sup> )                   | 1 (4 <sup>a</sup> )                           | 1 (4 <sup>a</sup> )               | 1 (7 <sup>a</sup> )                          | 1 (4 <sup>a</sup> )              | 2 (13 <sup>a</sup> )                           | 2 (9 <sup>a</sup> )            | 2 (16 <sup>a</sup> )                    | 2 (17 <sup>a</sup> )                   | 11 (68 <sup>a</sup> )                         | 11 (68 <sup>a</sup> )   |
| 8                              | 4 (17)                                   | 4 (27 <sup>a</sup> )                   | 1 (7 <sup>a</sup> )                           | 1 (2 <sup>a</sup> )               | 1 (7 <sup>a</sup> )                          | 1 (4 <sup>a</sup> )              | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (2 <sup>a</sup> )            | 2 (10 <sup>a</sup> )                    | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 9 (58 <sup>a</sup> )                          | 9 (47 <sup>a</sup> )  |
| 11                             | 3 (18)                                   | 3 (21 <sup>a</sup> )                   | 1 (4 <sup>a</sup> )                           | 1 (2 <sup>a</sup> )               |  |                                  | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (21 <sup>a</sup> )           | 2 (8 <sup>a</sup> )                     | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 7 (38 <sup>a</sup> )                          | 7 (38 <sup>a</sup> )  |
| 12                             | 4 (18)                                   | 5 <sup>a</sup> (23 <sup>a</sup> )      | 1 (7 <sup>a</sup> )                           | 1 (2 <sup>a</sup> )               | 1 (5 <sup>a</sup> )                          | 1 (3 <sup>a</sup> )              | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (2 <sup>a</sup> )            | 2 <sup>a</sup> (15 <sup>a</sup> )       | 3 (131 <sup>a</sup> )                  | 9 (51 <sup>a</sup> )                          | 11 (48 <sup>a</sup> )   |
| 13                             | 5 (27)                                   | 5 (28 <sup>a</sup> )                   | 1 (4 <sup>a</sup> )                           | 1 (4 <sup>a</sup> )               | 1 (4 <sup>a</sup> )                          | 1 (3 <sup>a</sup> )              | 2 (8 <sup>a</sup> )                            | 2 (7 <sup>a</sup> )            | 2 (10 <sup>a</sup> )                    | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 11 (64 <sup>a</sup> )                         | 11 (68 <sup>a</sup> )   |
| 14                             | 5 (24)                                   | 5 (23 <sup>a</sup> )                   | 1 (5 <sup>a</sup> )                           | 1 (2 <sup>a</sup> )               | 1 (5 <sup>a</sup> )                          | 1 (2 <sup>a</sup> )              | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (4 <sup>a</sup> )            | 1 (4 <sup>a</sup> )                     | 1 (2 <sup>a</sup> )                    | 9 (53 <sup>a</sup> )                          | 9 (54 <sup>a</sup> )  |
| 16                             | 5 (28)                                   | 6 <sup>a</sup> (33 <sup>a</sup> )      | 3 (18 <sup>a</sup> )                          | 3 (111 <sup>a</sup> )             | 1 (4 <sup>a</sup> )                          | 1 (8 <sup>a</sup> )              | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (3 <sup>a</sup> )            | 1 (4 <sup>a</sup> )                     | 1 (5 <sup>a</sup> )                    | 11 (68 <sup>a</sup> )                         | 12 (58 <sup>a</sup> )   |
| 18                             | 3 (14)                                   | 3 (15 <sup>a</sup> )                   | 2 (10 <sup>a</sup> )                          | 2 (8 <sup>a</sup> )               | 1 (7 <sup>a</sup> )                          | 1 (8 <sup>a</sup> )              | 1 (7 <sup>a</sup> )                            | 1 (5 <sup>a</sup> )            | 2 (10 <sup>a</sup> )                    | 2 (13 <sup>a</sup> )                   | 9 (44 <sup>a</sup> )                          | 9 (47 <sup>a</sup> )  |
| 19                             | 4 (24)                                   | 4 (14 <sup>a</sup> )                   | 1 (4 <sup>a</sup> )                           | 1 (4 <sup>a</sup> )               | 1 (5 <sup>a</sup> )                          | 1 (2 <sup>a</sup> )              | 1 (7 <sup>a</sup> )                            | 1 (2 <sup>a</sup> )            | 2 (8 <sup>a</sup> )                     | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 9 (48 <sup>a</sup> )                          | 9 (54 <sup>a</sup> )  |
| 20                             | 4 (19)                                   | 4 (14 <sup>a</sup> )                   | 1 (5 <sup>a</sup> )                           | 1 (3 <sup>a</sup> )               | 2 (8 <sup>a</sup> )                          | 1 <sup>a</sup> (8 <sup>a</sup> ) | 2 (11 <sup>a</sup> )                           | 2 (7 <sup>a</sup> )            | 1 (5 <sup>a</sup> )                     | 1 (2 <sup>a</sup> )                    | 10 (58 <sup>a</sup> )                         | 9 (52 <sup>a</sup> )  |
| 21                             | 3 (16)                                   | 3 (23 <sup>a</sup> )                   | 1 (5 <sup>a</sup> )                           | 1 (1 <sup>a</sup> )               | 2 (11 <sup>a</sup> )                         | 2 (8 <sup>a</sup> )              | 2 (10 <sup>a</sup> )                           | 2 (16 <sup>a</sup> )           | 2 (12 <sup>a</sup> )                    | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 10 (57 <sup>a</sup> )                         | 10 (58 <sup>a</sup> )   |
| 22                             | 4 (27)                                   | 4 (17 <sup>a</sup> )                   | 1 (7 <sup>a</sup> )                           | 1 (4 <sup>a</sup> )               | 1 (5 <sup>a</sup> )                          | 1 (2 <sup>a</sup> )              | 1 (5 <sup>a</sup> )                            | 1 (8 <sup>a</sup> )            | 2 (8 <sup>a</sup> )                     | 2 (8 <sup>a</sup> )                    | 9 (48 <sup>a</sup> )                          | 9 (57 <sup>a</sup> )  |
| Total                          | 48 (43%)<br>389 <sup>a</sup><br>(14%)    | 61 (44%)<br>3471 <sup>a</sup><br>(81%) | 18 (13%)<br>73 <sup>a</sup> (12%)             | 18 (13%)<br>89 <sup>a</sup> (26%) | 52 (18%)<br>62 <sup>a</sup> (19%)            | 12 (10%)<br>48 <sup>a</sup> (9%) | 18 (14%)<br>84 <sup>a</sup> (14%)              | 7 <sup>a</sup> (6%)<br>(13,5%) | 21 (16,5%)<br>117 <sup>a</sup><br>(26%) | 22 (16%)<br>88 <sup>a</sup><br>(17,5%) | 114<br>Notas<br>9 <sup>a</sup> 8 <sup>a</sup> | 118<br>Notas<br>13 <sup>a</sup><br>27 <sup>a</sup> 4 <sup>a</sup> |

\* Una cabeza remite a dos notas informativas.

\*\* Una cabeza sin referir en el cuerpo del noticiero.

De las 598 segundas que duraron en conjunto los encabezados, 283 fueron de "Información nacional", 44%; 72 de "Centroamérica...", 12%; 62 de "Sudamérica...", 10%; 84 de "Norteamérica...", 14%, y 117 de "Resto del...", 20%. Lo que da un global de 59% de información internacional. Y de los 5 mil 251 segundos que duraron las notas, 2 mil 671 fueron de "Inf. Nacional", 51%; 538 de "Centroamérica", 10%; 402 para "Sudamérica", 8%; 716 de "Norteamérica", 14%, y 823 de "Resto", 17%. Esto da un total de 51% de información nacional.

800 por ciento más apariciones en la sección nacional que en cualquiera de los cuatro fragmentos de la información internacional.

Las notas informativas presentan otro aspecto que viene a alterar la aparente monotonía de las cifras hasta aquí expuestas.

Se trata de las secciones nombradas aquí "Encabezados de presentación" y "Encabezados de despedida", dos partes de la primera emisión noticiosa de Radio UNAM pertenecientes al conjunto de las notas informativas divulgadas que sin duda, constituyen una manera más de difundir información periodística.

Técnicamente los encabezados no constituyen un género periodístico, por ello los manejaremos conjuntamente con las notas informativas a que hacen referencia.

Sin embargo, cabe hacer una breve valoración de este tipo de trabajo periodístico.

Los titulares no son un género pero representan, en cuanto a su redacción, un trabajo artesanal que requiere de tantos dotes, o más, como los que demanda la actividad del reportero o un redactor.

Para la elaboración de encabezados se necesita imaginación, riqueza de vocabulario, poseer un marco informativo suficientemente amplio para evitar o subrayar, según el caso, las repeticiones en el contexto del seguimiento de los hechos noticiables.

Dentro del conjunto de actividades de diarios y revistas, la redacción de titulares constituye una parte especializada, afirma Jacques Kayser <sup>1</sup>.

Miquel de Moragas rechaza que existan titulares en las emisiones noticiosas por radio. Él equipara a la prensa escrita con el periodismo para el oído. En efecto, esto último es imposible, impensable. La radio y los periódicos son medios diferentes.

Ese autor hace sentir que la prensa escrita tiene ventajas insuperables sobre la radiofónica, pues aquélla, con los encabezados, "resume el texto, destaca algunos aspectos importantes, elimina o aparta otros, etc. Sus dimensiones ideológicas son innegables" <sup>2</sup>.

Por el contrario, aquí sostenemos que los encabezados por radio no sólo pueden sino que resumen textos, destacan aspectos importantes, eliminan o apartan otros sin dejar de poseer atributos ideológicos *in crescendo*.

---

<sup>1</sup> Jacques Kayser, *El diario francés*, pp. 108 y 109

<sup>2</sup> Miquel de Moragas, *Semiótica y comunicación de masas*, p. 277



El problema radica en pensar en la idea extremista de que la radio y los diarios son medios opuestos. Son diferentes, mas no antagonicos ni excluyentes, son complementarios.

El periodismo para el oído no puede realizar exactamente lo mismo que los periódicos, pero tampoco ellos pueden realizar lo que la radio.

La radio puede lograr tanto o más que la prensa escrita pero de distinta forma. Ambos medios tienen límites, seguramente lejos de lo que ahora se puede vislumbrar. Esto quizá sea la clave para comprender sus potencialidades. La prensa escrita posee ventajas pero éstas no deben ser envidiadas por la radio ni viceversa.

La radio trabaja con tiempos, aunque los radiodifusores manifiesten reiteradamente "este es un espacio para usted" <sup>10</sup>.

La prensa maneja espacios. Una radioemisora puede, si lo requieren las circunstancias, transmitir un noticiero más allá de sus límites temporales habituales. Puede realizarlo durante todo el día, por ejemplo. En el caso de que comparáramos un noticiero radial con un periódico, concluiríamos que ello sería un obstáculo insalvable para los diarios.

Aunque el autor argentino Eliseo Verón no ofrece una definición de titular, da por sentada la existencia de los encabezados en los noticieros radiofónicos, al analizar un acontecimiento difundido por ese medio, la prensa escrita y la televisión <sup>11</sup>.

En los noticieros de Radio Universidad analizados los titulares "Encabezados de presentación" suministran en orden de relevancia decreciente los más importantes elementos noticiosos sobre los que versará el servicio informativo. En el medio radiofónico es denominado *teaser*.

Esta sección, al mismo tiempo, se encarga de advertir al oyente el inicio del programa y de indicar que esos titulares se desdoblaron en notas informativas, las cuales, según la emisora, son las de mayor interés del programa.

Los "Encabezados de despedida", por su parte, se encargan de presentar exactamente los mismos titulares, pero —en virtud de su ubicación en el servicio noticioso— su función cambia: señalan que el final del programa se avecina, al hacer un recuento de las principales informaciones difundidas. Se

---

<sup>10</sup> Mariano Cobrián Herreros, *Diccionario de radio y televisión*, p. 147

<sup>11</sup> Eliseo Verón, *Construir el acontecimiento*, p. 27

trata de una reiteración que desempeña varios oficios dentro de la emisión radiofónica: primero, un nivel necesario de redundancia sin caer en la obsolescencia <sup>12</sup>, es una especie de operador anafórico <sup>13</sup>, ante la fugacidad del mensaje radiofónico —Miquel de Moragas la llama "caducidad del mensaje radiofónico" <sup>14</sup>— que se pulveriza en el aire; segundo, es una indicación dirigida al escucha que sintonizó tarde la emisión, tercero, representa un resumen para aquél que sí atendió totalmente el noticiario, etc.

En la prensa escrita un encabezado preside al texto periodístico, no ocurre así necesariamente en radio. En cuanto a la Radio UNAM, específicamente, los encabezados presiden *de lejos* a la información, lo cual demanda mayor atención, durante el resto del programa, por parte del oyente para identificar las notas que le interesan.

Lo contrario sucede con los "Encabezados de despedida". Allí ninguna información periodística es presidida, sólo se anuncia la proximidad del fin del programa mediante un resumen de lo tratado en materia de noticias a lo largo de la emisión.

El CUADRO 3. expone una clasificación diaria de los "Encabezados de presentación", según la sección a que hicieron referencia y de acuerdo con el número de noticias que aludieron esos titulares. De allí se desprenden las siguientes observaciones:

La sección "Información nacional" fue la que mayor número de encabezados mereció —y, por ende, de notas—, seguida por la porción llamada "Resto del mundo".

En primera instancia se puede afirmar que la sección nacional gozó de mayor presencia que la información de otras regiones del orbe.

Sin embargo, si sumamos los titulares de las secciones "Centroamérica y el Caribe", "Sudamérica", "Norteamérica" y el "Resto del mundo" se obtiene una amalgama que viene a representar una gran sección internacional, cuyos titulares y notas, en conjunto, constituyen una cantidad bastante mayor que la dedicada a la información nacional.

Vista en conjunto Radio UNAM prefirió destacar la información internacional en lugar de la nacional en momentos en que el país, los

---

<sup>12</sup> Cfr., Antonio Pasquali, *Comunicación y cultura de masas*, p. 52

<sup>13</sup> Cfr., Eliseo Verón, *op. cit.* p. 20

<sup>14</sup> Cfr., Miquel de Moragas, *op. cit.* p. 298

mexicanos, merecían amplia información de esta zona en cantidades superiores a las habituales.

¿El motivo? Muy sencillo: las elecciones presidenciales en México.

Por otra parte, el jueves 14 de julio —fecha en que la RU difundió los resultados de los comicios presidenciales, publicados la víspera por la Comisión Federal Electoral— la información nacional destacada fue superior a la internacional en una relación de cinco a cuatro.

La diferencia en notas entre la información nacional y la internacional alcanzó su máximo contraste el jueves 21 de julio —día en que la información de corte electoral desapareció de esta estratégica sección— al ser superior ésta en más de 230 por ciento.

En cuanto al aspecto temporal, durante cinco días de los 12 analizados, sobresalió la información de extracción nacional.

Pero las restantes siete jornadas ocurrió lo contrario: la presencia internacional, en conjunto, superó a la nacional. Parecería lógica esta situación; sin embargo, justamente el jueves 7 de julio, primer día de la muestra y fecha en que se preveía un amplio despliegue de la información nacional debido a las elecciones presidenciales, en número de notas y su duración, el ámbito internacional obtuvo mayor difusión.

Los días restantes era de esperarse que consecutivamente la información nacional dejara atrás a la internacional por lo menos hasta que se dieran a conocer los resultados de los comicios para primer mandatario. Los días 8 y 11 así ocurrió. Pero el martes 12 de julio de nueva cuenta lo internacional superó, aunque con margen mínimo, a los despachos nacionales.

Los días 13, 14 y 15 de julio la esfera nacional sobresalió. Del 18 al 22 de julio resurgió el panorama internacional <sup>15</sup>.

Hubo casos en los que un encabezado remitía a dos notas informativas ubicadas en diferentes secciones y con contenidos muy parecidos. La interpretación que ello nos merece es que se registraron descuidos durante la preparación del servicio noticioso y se cayó en repeticiones innecesarias.

Por el contrario, en una ocasión un titular remitió a la nada. Esto es, el encabezado hablaba de una nota de la que Radio Universidad no dio cuenta (el 20 de julio).

---

<sup>15</sup> Los días 9, 10, 16 y 17 de julio no se registraron noticieros por haber sido sábados y domingos

Resulta de sobra presentar un cuadro correspondiente a los "Encabezados de despedida" puesto que junto con los de entrada o presentación son la misma cosa, sólo que aquéllos colocados al final del programa. Ya hemos hablado de ello.

### **3.1.2.2. El caso de los editoriales mutilados (CUADROS 2.1. y 2.2.)**

En lo tocante al CUADRO 2.1., acerca de los textos editoriales institucionales utilizados por la emisora universitaria, es evidente que si bien la sección "La opinión de hoy" contó con el menor número de unidades redaccionales (treinta) fue la que individualmente mayor duración alcanzó (48 minutos con un segundo) después de la sección de "Información nacional".

Al contrario de lo que debiera ser, las opiniones difundidas provienen de seis de los catorce matutinos publicados en la capital de la República Mexicana en julio de 1988. Ello corresponde a una panorámica parcial del periodismo impreso en esta ciudad. El CUADRO 2.2. reporta qué diarios fueron los utilizados y la forma en que sus textos editoriales institucionales se divulgaron.

La mayoría de las ocasiones (siete) se difundieron tres editoriales por emisión noticiosa, lo que constituye el 70 por ciento de la divulgación total de ese género periodístico en las fechas analizadas.

Hasta aquí lo dicho sobre los editoriales parece muy favorable para el radioescucha, y se puede pensar que Radio UNAM ofreció a su auditorio las opiniones de "los principales diarios de la capital de la república" —así reza la introducción a dicha sección—. ¿Qué más se puede pedir?

Existen dos factores por los que se puede considerar el manejo de la sección "La opinión de hoy" como parcial y, por lo tanto, poco práctica o ineficiente, en relación con el estado en que fueron suministrados los textos editoriales.

En primera instancia, porque en 29 de los 30 editoriales leídos fue omitida la lectura de los encabezados de cada comentario. Es sabido que un encabezado o título resulta indispensable para ubicar al lector (en este caso escucha) en lo esencial del tema<sup>16</sup> que el escrito comentará. El encabezado proporciona la idea central de la opinión que el diario en cuestión sustente.

---

<sup>16</sup> Cfr., Toun A. van Dijk, *Estructuras y funciones del discurso*, p. 37

**CUADRO 2.1.** Número de editoriales aparecidos en "La opinión de hoy", ordenados por día y duración.

| Julio de 1988 | "La opinión de hoy" |               |
|---------------|---------------------|---------------|
|               | Textos              | tiempo        |
| 7             | 3                   | 5' 56"        |
| 8             | 2                   | 2' 47"        |
| 11            | 3                   | 4' 48"        |
| 12            | 3                   | 4' 32"        |
| 13            | 2                   | 3'            |
| 14            | 2                   | 3' 13"        |
| 15            | 1                   | 1' 30"        |
| 18            | 3                   | 4'            |
| 19            | 3                   | 4' 38"        |
| 20            | 3                   | 5' 58"        |
| 21            | 2                   | 2' 49"        |
| 22            | 3                   | 4' 50"        |
| <b>Total</b>  | <b>30</b>           | <b>48' 1"</b> |

**CUADRO 2.2.** Número de editoriales aparecidos en la sección "La opinión de hoy", clasificados por día, por diario de procedencia, por extensión en el número de palabras, y por la proporción difundida de cada texto.

| <b>Día de Julio</b> | <b>Procedencia</b>           | <b>Extensión</b>                     | <b>Porción</b>                               |
|---------------------|------------------------------|--------------------------------------|--|
| <b>7</b>            | <i>Excélsior</i>             | 262                                  | 260-99%                                      |
|                     | <i>Unomásuno*</i>            | 431                                  | 306-71%                                      |
|                     | <i>El Día</i>                | 593                                  | 386-65%                                      |
| <b>8</b>            | <i>El Universal</i>          | 572                                  | 185-32%                                      |
|                     | <i>Excélsior</i>             | 264                                  | 262-99%                                      |
| <b>11</b>           | <i>Excélsior</i>             | 247                                  | 211-85%                                      |
|                     | <i>Unomásuno</i>             | 511                                  | 276-54%                                      |
|                     | <i>La Jornada</i>            | 614                                  | 244-40%                                      |
| <b>12</b>           | <i>Unomásuno</i>             | 433                                  | 229-53%                                      |
|                     | <i>Excélsior</i>             | 264                                  | 260-98%                                      |
|                     | <i>El Universal</i>          | 510                                  | 236-46%                                      |
| <b>13</b>           | <i>El Universal</i>          | 508                                  | 167-33%                                      |
|                     | <i>Excélsior</i>             | 269                                  | 266-99%                                      |
| <b>14</b>           | <i>La Jornada</i>            | 798                                  | 220-27.56%                                   |
|                     | <i>Excélsior</i>             | 269                                  | 267-99%                                      |
| <b>15</b>           | <i>La Jornada</i>            | 529                                  | 231-43.6%                                    |
| <b>18</b>           | <i>El Universal</i>          | 564                                  | 229-40.8%                                    |
|                     | <i>Unomásuno</i>             | 399                                  | 192-48%                                      |
|                     | <i>Novedades</i>             | 164                                  | 162-99%                                      |
| <b>19</b>           | <i>La Jornada</i>            | 441                                  | 153-35%                                      |
|                     | <i>Excélsior</i>             | 266                                  | 264-99%                                      |
|                     | <i>Unomásuno</i>             | 472                                  | 268-56.7%                                    |
| <b>20</b>           | <i>El Universal</i>          | 575                                  | 326-56.6%                                    |
|                     | <i>La Jornada</i>            | 660                                  | 310-47%                                      |
|                     | <i>Unomásuno</i>             | 467                                  | 241-51.6%                                    |
| <b>21</b>           | <i>Excélsior</i>             | 269                                  | 138-51.3%                                    |
|                     | <i>Unomásuno</i>             | 379                                  | 297-78%                                      |
| <b>22</b>           | <i>Unomásuno</i>             | 480                                  | 275-57%                                      |
|                     | <i>El Universal</i>          | 547                                  | 271-49.5%                                    |
|                     | <i>La Jornada</i>            | 483                                  | 276-57.14%                                   |
| <b>Total</b>        | <b>30 textos editoriales</b> | <b>13 mil 240 palabras.<br/>100%</b> | <b>7 mil 408 palabras leídas.<br/>55.95%</b> |

\*Único editorial (3.3%) que fue presentado con su título.

El segundo factor (ver CUADRO 2.2.)<sup>17</sup> consiste en que la lectura de los textos en su mayoría fue incompleta, parcial. Sólo siete de los 30 textos editoriales fueron leídos casi en su totalidad, pues aunque se leyó el texto se emitió el encabezado, parte esencial de un texto periodístico.

Cierto es que al radioescucha informado le interesa saber qué opinan los diarios. Una forma de saberlo es comprándolos. Otra, muy sencilla, es poner ante el oído del escucha esas opiniones. En este caso, los comentarios de los periódicos que la Radio Universidad consideró "más importantes de la capital de la República", pero también es justo que si se reporta una opinión ésta debe ser suministrada completa o quintaesenciada.

El cercenamiento de editoriales alcanzó en una ocasión el 70 por ciento de una opinión de este tipo —que fue además el de mayor longitud de los analizados—, de casi 800 palabras, el 14 de julio.

La mutilación de textos sería justificable cuando en vez de dar lectura literal de ellos, se proporcionara un resumen y de así advertirlo al auditorio en la parte introductoria de "La opinión de hoy", sin faltar, desde luego, el encabezado.

Ninguno de los 80 comentarios difundidos correspondió a alguno de los seis editoriales que los diarios *Unomásuno* y *La Jornada* presentaron en sus respectivas primeras planas. Esto, no obstante que los temas allí tratados versaron sobre las elecciones presidenciales y legislativas en México —cinco ocasiones— y uno de política internacional.

Es importante mencionar este elemento ausente en la primera emisión del *Noticiero* de Radio UNAM, pues ello indica qué características presentó la sección editorial.

La primera plana representa el lugar más importante de un diario. Si un periódico decide que un texto editorial aparezca en esa página es porque valora en grado superior esa opinión y desea expresarla ya, en primera instancia, en el escaparate de la edición del día.

Si Radio UNAM omitió citar alguno de esos editoriales pese a que contó con ellos, podemos inferir que la selección de esos textos careció del criterio

---

<sup>17</sup> Para el CUADRO 2.2. fueron consultadas las secciones editoriales de los diarios: *El Universal*, *Excelsior*, *Novedades*, *El Día*, *Unomásuno* y *La Jornada* de los días 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 20, 21 y 22 de julio de 1988

periodístico adecuado, pues no supo apreciar la gravedad que el diario confirió a su opinión institucional.

### **3.1.3. Las ocho columnas perdidas en la mesa.**

#### **Encabezados de periódicos (CUADRO 4.)**

Sobre la base de que la lectura de encabezados de periódicos, para la radiodifusora universitaria, reviste una plausible manera más de informar, resulta interesante ubicar en esta parte del análisis el estudio cuantitativo de los titulares de los periódicos utilizados durante las emisiones noticiosas matutinas de la estación.

La sección denominada "México y el mundo en cabezas" es presentada después de la información del "Resto del mundo", último fragmento de la sección internacional, y antes de "La opinión de hoy", o sección editorial.

Es entonces cuando la emisora difunde una serie de encabezados provenientes de las primeras planas de una serie de periódicos de circulación nacional publicados en la ciudad de México. Una especie de paradigma informativo para presentar cómo vienen los diarios este día, como para que el cliente (oyente) escoja. Es una sección muy interesante.

De acuerdo con el CUADRO 4.<sup>18</sup>, podemos interpretar cómo fue suministrado este tipo de información en "México y el mundo en cabezas".

De los siete diarios utilizados, en seis se centró la preferencia de la emisora; o, si se quiere, sólo *El Heraldo de México* fue utilizado en menor escala que el resto de los matutinos indicados.

En la primera plana de un diario cualquiera pueden obtenerse múltiples informaciones. Constituye un escaparate donde el lector tiene la opción de elegir qué leer o puede enterarse de todo lo que el diario considere como lo más relevante hasta ese momento <sup>19</sup>.

Así como la primera plana es el lugar más importante de un periódico, esa página tiene asignada una función semántica para cada una de sus partes. De

---

<sup>18</sup> Para la elaboración del CUADRO 4. fueron consultadas las primeras planas de los diarios *El Universal*, *Excelsior*, *Novedades*, *El Día*, *El Heraldo de México*, *Unomásuno* y portada y contraportada de *La Jornada*, de los días 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988

<sup>19</sup> Cfr., Jacques Kayser, *op. cit.*, p. 103



CUADRO 4. Orden en que fueron presentados en la sección "México y el mundo en cabezas", los titulares de las primeras planas de siete diarios de la capital de la República mexicana.

| Jalio/<br>diarios | El Universal<br>duración                   | Excmotor<br>duración                       | Novelades<br>duración                      | El Dia<br>duración                         | El Heraldo<br>duración                     | Usomuseno<br>duración                       | La Jornada<br>duración                      | Totales                          |
|-------------------|--|--|--|--|--|---|---|----------------------------------|
| 7                 | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 8 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 4 <sup>o</sup><br>(com) 4 <sup>o</sup>     | 2 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup><br>(com) 5 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(com) 7 <sup>o</sup>      | 1 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 8 <sup>o</sup>  | 7<br>43 <sup>o</sup>             |
| 8                 | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 8 <sup>o</sup><br>(com) 7 <sup>o</sup>     | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>     |  | 3 <sup>o</sup><br>(inc) 4 <sup>o</sup>      | 2 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>      | 8<br>36 <sup>o</sup>             |
| 11                | 2 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 11 <sup>o</sup>    | 3 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>     | 4 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 5 <sup>o</sup>  | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>      | 7<br>47 <sup>o</sup>             |
| 12                | 2 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 6 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 9 <sup>o</sup>     | 6 <sup>o</sup><br>(com) 7 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 8 <sup>o</sup>      | 3 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 8 <sup>o</sup>  | 7<br>50 <sup>o</sup>             |
| 13                | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 9 <sup>o</sup>     | 2 <sup>o</sup> **<br>(inc) 9 <sup>o</sup>  | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 9 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(com) 6 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup><br>(com) 9 <sup>o</sup>      | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 8 <sup>o</sup>      | 7<br>58 <sup>o</sup>             |
| 14                | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 8 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 11 <sup>o</sup>    | 5 <sup>o</sup><br>(inc) 8 <sup>o</sup>     |  | 2 <sup>o</sup><br>(com) 8 <sup>o</sup>      | 1 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 23 <sup>o</sup> | 6<br>65 <sup>o</sup>             |
| 15                | 2<br>(inc) 7 <sup>o</sup>                  | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 10 <sup>o</sup>    | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 7 <sup>o</sup> | 5 <sup>o</sup><br>(com) 9 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(com) 9 <sup>o</sup>      | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 10 <sup>o</sup>     | 7<br>89 <sup>o</sup>             |
| 18                | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 5 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 6 <sup>o</sup> | 6 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 5 <sup>o</sup> | 2 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 9 <sup>o</sup> | 3 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 10 <sup>o</sup> | 4 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>      | 7<br>96 <sup>o</sup>             |
| 19                | 2 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup><br>(inc) 9 <sup>o</sup>     | 7 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 5 <sup>o</sup><br>(com) 8 <sup>o</sup>     | 4 <sup>o</sup><br>(com) 9 <sup>o</sup>     | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>      | 8 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>      | 7<br>81 <sup>o</sup>             |
| 20                | 5 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 5 <sup>o</sup> | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>     | 2 <sup>o</sup> ***<br>(com) 5 <sup>o</sup> | 7 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 7 <sup>o</sup> | 3 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 8 <sup>o</sup> | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 5 <sup>o</sup>      | 4 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 7 <sup>o</sup>  | 7<br>44 <sup>o</sup>             |
| 21                | 2 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 9 <sup>o</sup> | 4 <sup>o</sup><br>(com) 7 <sup>o</sup>     | 1 <sup>o</sup><br>(com) 7 <sup>o</sup>     | 3 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 6 <sup>o</sup> |  | 6 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>      | 5 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 8 <sup>o</sup>  | 6<br>43 <sup>o</sup>             |
| 22                | 1 <sup>o</sup><br>(inc) 7 <sup>o</sup>     | 5 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 6 <sup>o</sup> | 2 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 5 <sup>o</sup> | 6 <sup>o</sup><br>(com) 9 <sup>o</sup>     |  | 3 <sup>o</sup><br>(inc) 6 <sup>o</sup>      | 4 <sup>o</sup> ***<br>(inc) 7 <sup>o</sup>  | 6<br>46 <sup>o</sup>             |
| Totales           | 12/96 <sup>o</sup>                         | 12/62 <sup>o</sup>                         | 12/76 <sup>o</sup>                         | 12/64 <sup>o</sup>                         | 8/59 <sup>o</sup>                          | 12/65 <sup>o</sup>                          | 12/103 <sup>o</sup>                         | 80 cabezas<br>9 mins.<br>48 segs |
|                   | 12 inc                                     | 11 inc                                     | 7 inc                                      | 10 inc                                     | 4 inc                                      | 8 inc                                       | 12 inc                                      |                                  |
|                   | 1 com                                      | 5 com                                      | 2 com                                      | 4 com                                      | 4 com                                      | 4 com                                       |   |                                  |

\*Encabezados de ocho columnas (principales) enuncidos como tales: 12. \*\*Encabezados presentados como cñillas: 3.

\*\*\*Encabezados principales no enuncidos: 16.

(inc): encabezados leídos incompletos: 64 (80%); (com): encabezados leídos completos: 16 (20%).

esta forma, el encabezado mejor colocado y de mayor tamaño corresponderá al titular y la nota principales y así sucesivamente en orden decreciente.

Radio UNAM, durante la lectura de los encabezados de periódicos, proporcionó en 15 ocasiones (casi 19 por ciento) la ubicación precisa de los titulares. Esto es, 12 de esas 15 veces indicó que el encabezado leído correspondía a las ocho columnas, el titular principal del diario en cuestión.

Las tres veces restantes provenían del "cintillo" del diario, es decir, el titular secundario de la publicación que aparece en la parte superior del diario y es presentado a todo lo ancho y con caracteres de menor tamaño, generalmente en los periódicos de tamaño estándar (como *El Universal* o *Excélsior*).

Las 15 ocasiones en que Radio UNAM proporcionó al lector la ubicación de los titulares, éstos provenían de diarios de formato estándar. Mientras, los diarios con tamaño tabloide fueron excluidos de esa clasificación.

Sin embargo, no todos los encabezados de los que fue proporcionada la ubicación fueron los únicos titulares principales reportados. Siempre según el CUADRO 4, en 18 ocasiones (22.5 por ciento) Radio UNAM leyó titulares principales sin advertirlo al oyente. Esto es, la mayor parte de los encabezados principales suministrados fueron leídos sin la menor indicación de su lugar e importancia en la primera plana de los diarios.

Los motivos por los que la emisora haya procedido así no son evidentes. Seguramente este tipo de información fue divulgada de esa forma con la intención de brindar mayor variedad de los asuntos abordados. El hecho es que se trata de una imprecisión y ella genera descontrol en el oyente atento, pues, si bien hay mucho que leer y mirar en una primera plana, extraer titulares de aquí y allá, lejos de ofrecer una panorámica de la prensa diaria del Distrito Federal, conduce a la confusión.

Habría sido interesante que la RU indicara la posición exacta del titular empleado, ser más descriptiva. Quizás omitió el dato cuando las cabezas principales provenían de los tabloides *Unomásuno* y *La Jornada* o bien de diarios con formato estándar cuya composición gráfica no suma las ocho columnas. Tal vez en la emisora no supieron como nombrar dicha situación ni se les ocurrió llamar a tales encabezados simplemente "principales".

Es como omitir el trabajo que está detrás de una publicación; perder la nota principal en la mesa de redacción.

En una oportunidad, el 19 de julio de 1988, fue leído el siguiente titular de *La Jornada*<sup>20</sup>:

## **Cese el fuego incondicional e inmediato, anuncia Irán**

que correspondía al encabezado principal de la contraportada del diario. Radio UNAM omitió ese detalle.

Detalles como el anterior se convirtieron en una característica de los noticiarios de la difusora en virtud de la frecuencia con que ocurrieron.

Ante esto, resultaría de mayor provecho para el escucha, la preparación de una revista de la prensa de la ciudad de México. En ella participaría no sólo un segmento de la prensa diaria capitalina, sino todos los periódicos locales, por lo menos. En este acercamiento, al contrario de lo que sucede en "México y el mundo en cabezas", no vemos por qué excluir a periódicos como el tabloide *La Prensa*, uno de los de mayor circulación en esta ciudad, o *El Financiero*, tabloide especializado —que no por su juventud es menos profesional— y más antiguo que *La Jornada*, periódico que en ninguno de los 12 días analizados dejó de ser utilizado en la citada sección del noticiario.

En esta revista se exhibirían las coincidencias entre los titulares principales de los diarios y se subrayarían las diferencias; se destacaría el seguimiento que las publicaciones dedicarían a determinados acontecimientos y se trataría de brincar una perspectiva analítica que mostrara al auditorio, en función de la cara principal de los diarios, la prensa escrita con que cuenta la capital de México.

El CUADRO 4. presenta en la parte superior de cada renglón, un número de orden que corresponde a la disposición en que fueron enunciados los encabezados durante cada noticiario. Así, *Excélsior* y *El Universal* contaron con la mayor preferencia de Radio UNAM, al sumar tres encabezados cada uno al inicio de la sección "México y el mundo en cabezas". Sin embargo, el mayor número de encabezados principales enunciados como tales correspondió a *Excélsior*, con ocho unidades. En tanto, de *La Jornada* se presentaron más

---

<sup>20</sup> *La Jornada*, martes 19 de julio de 1988, p. 32

encabezados principales del grupo de los que la emisora no precisó la ubicación o importancia otorgada por el diario.

Los titulares de esta sección fueron suministrados como los editoriales en "La opinión de hoy": incompletos, cercenados.

Es sabido que los encabezados de los periódicos se descomponen en sobretítulo, título y subtítulo y/o sumarios. Ello es patente en diarios como *Excélsior*, donde el encabezado principal aparece seguido de un subtítulo general que preside una serie de sumarios que derivan en una o más notas informativas. Con ese recurso el diario ofrece al lector la posibilidad de enterarse de una vez y en general del hecho sin tener que leer toda la nota.

La mayoría de las veces, los encabezados suministrados en los noticieros de Radio UNAM fueron leídos de manera incompleta (80 por ciento).

Esto viene a apoyar lo dicho aquí en torno a la lectura desordenada de los titulares de periódicos en "México y el mundo en cabezas".

En materia de tiempo, *La Jornada* ocupó el lapso más prolongado en las emisiones referidas. Esto ocurrió precisamente el 14 de julio, cuando este diario, al igual que el resto de los matutinos, dio a conocer las cifras oficiales de las votaciones para Presidente de la República y elecciones legislativas del 6 de julio de 1988. *La Jornada* presentó una muy gráfica primera plana que al tiempo que informaba las cifras de los comicios, exponía las fotografías de los tres principales contendientes a la Primera Magistratura del país: Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, de la coalición Frente Democrático Nacional; Manuel de Jesús Clouthier del Rincón, del Partido Acción Nacional, y Carlos Salinas de Gortari, del gobernante Partido Revolucionario Institucional. Prácticamente la totalidad de la primera plana de ese tabloide fue ocupada por ese titular.

Dicho encabezado principal, no enunciado así por Radio Universidad, fue leído —incompleto— en un tiempo de 23 segundos, el tiempo más prolongado para la lectura de un titular dentro de las emisiones noticiosas analizadas.

### **3.1.4. Fuentes audibles/fuentes ocultas (CUADRO 5.)**

En general, Radio UNAM durante sus noticieros omite el dato acerca de qué persona, empresa o institución provienen las notas informativas que difunde.

Precisamente, las secciones en las que se suministran notas informativas sucede lo contrario que en "México y el mundo en cabezas" y "La opinión de

**CUADRO 5. Clasificación diaria de las notas informativas según la fuente.**

| <b>Día de julio</b> | <b>Reportero de Radio UNAM<br/>tiempo</b>                                    | <b>Fuente no<br/>precisada<br/>tiempo</b>  | <b>Notas<br/>informativas<br/>Total</b> |
|---------------------|--|--|---|
| 7                   | I.Domínguez* - 52"   | 25 - 1,038"                                | 26-1,690"                               |
| 8                   | Román Rosas Ch.*<br>I.Domínguez*<br>I.Domínguez - 291"                       | 24 - 931"                                  | 27 - 1,222"                             |
| 11                  | I.Domínguez* - 108"  | 27 - 992"                                  | 28 - 1,100"                             |
| 12                  | Román Rosas Ch.*<br>Román Rosas Ch.<br>Román Rosas Ch.<br>I.Domínguez - 357" | 23 - 836"                                  | 27 - 1,193"                             |
| 13                  | Román Rosas Ch.*<br>I.Domínguez* - 150"                                      | 27 - 1,042"                                | 29 - 1,192"                             |
| 14                  | I.Domínguez<br>I.Domínguez - 271"  | 25 - 977"                                  | 27 - 1,248"                             |
| 15                  | I.Domínguez* -<br>Román Rosas Ch.*<br>Román Rosas Ch.*<br>I.Domínguez - 328" | 27 - 1,061"                                | 31 - 1,389"                             |
| 18                  | Jorge A. Cruz<br>I.Domínguez - 215"  | 23 - 970"                                  | 25 - 1,185"                             |
| 19                  | Román Rosas Ch.<br>Román Rosas Ch.<br>I.Domínguez - 267"                     | 23 - 851"                                  | 26 - 1,118"                             |
| 20                  | Román Rosas Ch.<br>Román Rosas Ch.<br>I.Domínguez - 265"                     | 20 - 775"                                  | 23 - 1,040"                             |
| 21                  | Román Rosas Ch.*<br>Román Rosas Ch.<br>I.Domínguez<br>A. Morales C. - 361"   | 26 - 1108"                                 | 30 - 1,469"                             |
| 22                  | I.Domínguez<br>I.Domínguez - 218"  | 24 - 1,012"                                | 26 - 1,230"                             |
| <b>Total</b>        | <b>31 notas - 9.5%<br/>48 min. 3"</b>  | <b>294 notas - 90.5%<br/>3 hrs 13' 13"</b> | <b>325 notas<br/>4 hrs. 1' 16"</b>      |

\* Notas anunciadas en la sección "Encabezados de presentación".

™ Notas desarrolladas en primer lugar de la sección de "Información nacional".

hoy". En éstas se identifica el medio que presenta determinados encabezados u opiniones, respectivamente.

J. M. Casasús señala que para la clasificación por fuentes informativas hay que ceñirse a la siguiente lista: "Trabajos firmados por redactores o colaboradores, trabajos anónimos de la redacción, trabajos firmados por corresponsales, despachos por agencias informativas, comunicados oficiales, comunicados privados, extractos y boletines de otros medios y cartas de los lectores"<sup>21</sup>. (Cabe también mencionar la relación temática proporcionada por Jacques Kayser <sup>22</sup>.)

Consideramos que en esta lista habría que agregar una fuente muy frecuente en radio: los telefonemas, tanto del auditorio como de instancias públicas o privadas.

Fueron localizados tres tipos de fuentes (CUADRO 5.). La primera es la concerniente a los reporteros de la emisora universitaria que así se ostentan al dar lectura a sus informaciones ante el micrófono. A esa categoría la denominamos "reporteros de Radio UNAM", que equivale a la primera mencionada por Casasús.

Los reporteros recaban información sobre los hechos que la dirección del noticiario haya seleccionado o reconocido como más relevantes. El hecho elegido resultará, pues, una preferencia por parte de la emisora.

Desde entonces se presenta ya una de las operaciones básicas de la semantización de la información: la selección.

De las 325 noticias divulgadas en el periodo analizado, sólo 31 aparecieron firmadas. Esto representa 9.5 por ciento del total. Mientras que en el aspecto temporal esta porción de noticias corresponde al 20 por ciento del total divulgado.

Además de esta enorme diferencia, de las 31 notas con firma, sólo 11 (3.38 por ciento) fueron anunciadas en la estratégica sección introductoria de "Encabezados de presentación", o *teaser*.

Esto es, si bien resultó ser escasa la información generada por la propia Radio UNAM menor aún —la tercera parte— fue la cantidad que mereció ser destacada por esos servicios noticiosos.

---

<sup>21</sup> José María Casasús, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, p. 96

<sup>22</sup> Cfr. Jacques Kayser, *op. cit.*, pp. 134 y 135

Los reporteros de la RU en julio de 1988 eran Isaac Domínguez y Antonio Morales Cortés, para asuntos políticos, y Román Rosas Chrisfield y Jorge Arturo Cruz, para los económicos.

De los reporteros sólo las notas de Isaac Domínguez y de Román Rosas Chrisfield fueron anunciadas en los "Encabezados de presentación".

En la prensa escrita, señala Violette Morin, la firma de los textos periodísticos se homogeniza con la noticia<sup>23</sup>. Esto es, las noticias se vuelven más pesadas y los temas son consumidos menos rápido, pues todo lo que se diga en el texto demanda ser explicado.

En cambio, en radio, la voz de un reportero ofrece al oyente la sensación de estar delante de la noticia. Existe, en apariencia, una relación más directa y estrecha entre el acontecimiento y el escucha. Además, el que un reportero ofrezca en voz propia su información representa una manera de valoración superior de los hechos periodísticos por parte de la emisora.

El segundo tipo de fuente engloba a cuatro agencias noticiosas, según indicó el director de los servicios informativos de la RU en 1988, Bolívar Hernández. Se trata de la agencia gubernamental NOTIMEX, utilizada exclusivamente para los asuntos nacionales; las agencias AFP (Agence France Presse), de Francia; la Efe, de España; ANSA (Agenzia Nazionale de Stampa Associata), de Italia; y PL (Prensa Latina), de Cuba<sup>24</sup>, para los temas internacionales.

Dicha información fue clasificada como "Fuentes no especificadas". Ello porque si bien sabemos cuántas agencias fueron utilizadas para la confección de los noticieros, desconocemos qué agencia funcionó para cada nota.

Las notas informativas clasificadas en este rubro fueron localizadas en las cinco secciones noticiosas del programa: "Información nacional", "Centroamérica y el Caribe en la noticia", "Sudamérica", "Norteamérica" y "Resto del mundo". Aunque cabe pensar que los diarios ocupados en otras secciones también sirvieron para suministrar información noticiosa.

Como se observa en el CUADRO 5., la inmensa mayoría de las notas informativas correspondió a las suministradas por la vía del anonimato. Como

---

<sup>23</sup> Violette Morin, *El tratamiento periodístico de la información*, p. 16

<sup>24</sup> Edmund Jan Osmańczyk, *Enciclopedia mundial de relaciones internacionales y Naciones Unidas*, p. 31

afirma Violette Morin: "El anonimato de la mayor parte de los artículos los hace más manejables, más comestibles, más ligeros en su propagación" <sup>25</sup>.

El restante 90.5 por ciento de la información correspondió a la categoría de "Fuente no precisada" y resulta ser nueve veces mayor que la correspondiente a los "reporteros de Radio UNAM.

Por el lado del tiempo, poco más de cuatro veces más de la duración de las notas difundidas pertenece a la información sin fuente precisada.

En cuanto a los encabezados divulgados en la sección "México y el mundo en cabezas" y los editoriales presentados en "La opinión de hoy" —tercer tipo de fuente identificada—, Radio UNAM sí reportó de qué diarios provinieron los titulares empleados, lo que permite medir la frecuencia con que ocurrió esta manifestación periodística.

Sin necesidad de realizar un cuadro extra, esto puede ser observado en el análisis cuantitativo por encabezados de periódicos (**CUADRO 4.**) y el relativo a los editoriales de periódicos (**CUADRO 2.2.**).

Como en el inciso anterior, se registró una ocasión, también del diario *La Jornada* <sup>26</sup>, en que Radio UNAM difundió el encabezado:

"Despetrolizar la economía no es dismantelar  
Pemex, asegura Francisco Rojas;  
Se pretende crear una empresa pública fuerte, dice"

Dicho titular correspondía a una gacetilla (un texto publicitario) pagada por la empresa paraestatal Petróleos Mexicanos. También fue omitido ese rasgo fundamental de la información. Los encabezados de las gacetillas en *La Jornada* saltan a la vista, pues son presentados en caracteres itálicos, diferentes a los del resto de los encabezados del diario. Así:

---

<sup>25</sup> Violette Morin, *op. cit.*, p. 16. (Una interesante reflexión sobre la **anonimia** en periodismo y su historia puede encontrarse en José María Casasús, "Evolución y análisis de los géneros periodísticos", pp. 94-96.)

<sup>26</sup> *La Jornada*, viernes 15 de julio de 1988, p. 1



*Se pretende crear una empresa pública fuerte, dice*  
***Despetrolizar la economía no es  
desmantelar Pemex, asegura Rojas***

El titular en cuestión fue uno de los escasos encabezados que la RU leyó completamente. Y más: los locutores de la emisora agregaron el nombre de Francisco como índice para precisar que se trataba del director general de Pemex.

**3.1.5. La saludable progresión  
de lo próximo a lo lejano**

**El origen de la información (CUADRO 6.)**

De acuerdo con Jacques Kayser <sup>27</sup>, clasificamos la información de los noticieros de Radio UNAM según el área geográfica donde se originaron los despachos difundidos. Es decir, el lugar donde fueron fechados.

Para Bernard Berelson el lugar de origen de la información es una categoría que "resulta adecuada para indicar con qué amplitud o estrechez se está orientando la atención del público" <sup>28</sup>.

Interesa conocer qué regiones de México y el mundo son las que motivaron más a la emisora universitaria en sus transmisiones noticiosas.

Aquí lo más importante para el análisis es lo referido a las notas informativas divulgadas, ya que en ellas se encuentra la mayor variedad de áreas geográficas. El resto de las unidades redaccionales —titulares y editoriales de periódicos— presentadas por la RU, aunque en ocasiones se refieren a temas extranacionales, su origen se encuentra en México.

La clasificación de la información según el origen tiene fundamento en la fragmentación inicial de las noticias por parte de la emisora. Es decir, la división del noticiero en secciones. Debemos subrayar que esta clasificación responde únicamente al lugar donde cada información fue preparada y no la trascendencia o el área geográfica a la que hicieron referencia.

Son diez los lugares de origen de la información analizada:

Local,

---

<sup>27</sup> Jacques Kayser, *op. cit.*, pp. 136 y 137

<sup>28</sup> Bernard Berelson, "Análisis de contenido", p. 80

Nacional,  
América Central,  
Mar Caribe,  
América del Sur,  
América del Norte,  
Europa,  
Cercano Oriente,  
Asia, y  
África.

Los números, en cuanto a frecuencia de aparición, a duración y fecha, quedaron como reporta el CUADRO 6.

Basados en los criterios de que, en última instancia, a mayor tiempo dedicado a un asunto y entre más pronto sea dicho algo, mayor importancia recibe, Radio UNAM acertadamente tuvo preferencia por la información local. Podemos adelantar que la razón era obvia: los comicios presidenciales y legislativos en México. Aunque ese evento ocurrió en todo el país, la información se concentró en un sólo lugar, justamente donde radica la sede de la Comisión Federal Electoral (CFE), organismo "responsable de la preparación, desarrollo y vigilancia del proceso electoral" <sup>1</sup>, en la capital del país. De ahí que toda la información electoral de Radio UNAM fuese fechada en esta ciudad, lugar donde se realizaron las transmisiones.

Cristina Romo Gil opina que "la información más importante para la radio es la local", en virtud de que los acontecimientos originados en el lugar donde difunde el noticiario "son la razón de ser del periodismo radiofónico" <sup>2</sup>.

El resto de los lugares extranacionales, ni en número global de noticias ni sumados en el aspecto de tiempo individualmente suman el total alcanzado por el ámbito local.

Esta clasificación fue posible gracias a que la RU sí proporciona el dato acerca del lugar de donde provienen los despachos divulgados. Si bien la información local no fue señalada como tal, por oposición a la internacional, —donde al principio de cada nota es indicado el lugar de procedencia—, sabemos que la local no requiere indicación alguna, puesto que se da por sentado que lo reportado procede de la capital de la República. Así se usa en los periódicos, probablemente ese sea el origen de dicha concepción.

**CUADRO 6.** Clasificación de las notas informativas de acuerdo con su frecuencia, el lugar donde se originaron y su duración.

| Julio/<br>origen | Local<br>Notas-<br>Tiempo                      | Nacional<br>Notas-<br>Tiempo          | América<br>Central<br>Notas-<br>Tiempo    | Mar<br>Caribe<br>Notas-<br>Tiempo | América<br>del Sur<br>Notas-<br>Tiempo    | América<br>del<br>Norte<br>Notas-<br>Tiempo | Europa<br>Notas-<br>Tiempo                | Cercano<br>Oriente<br>Notas-<br>Tiempo   | Asia<br>Notas-<br>Tiempo   | África<br>Notas-<br>Tiempo             | Totales<br>Notas-<br>Tiempo                   |
|------------------|--|---------------------------------------|---|-----------------------------------|---|---|---|--|----------------------------|--|---|
| 7                | 13-584*  |                                       | 3-111*                                    |                                   | 3-105*                                    | 3-152*                                      | 1-34*                                     | 1-37*                                    | 1-29*                      | 1-38*                                  | 26-1080*                                      |
| 8                | 15-754*  |                                       | 3-98*                                     |                                   | 3-105*                                    | 2-81*                                       | 3-139*                                    | 1-88*                                    |                            |  | 27-1222*                                      |
| 11               | 18-853*  |                                       | 3-82*                                     |                                   | 3-95*                                     | 2-72*                                       | 2-88*                                     | 2-80*                                    |                            |  | 28-1190*                                      |
| 12               | 14-779*  |                                       | 3-100*                                    |                                   | 3-72*                                     | 3-83*                                       | 2-104*                                    | 2-45*                                    |                            |  | 27-1183*                                      |
| 13               | 15-729*  |                                       | 4-122*                                    |                                   | 2-57*                                     | 4-155*                                      | 1-40*                                     | 2-55*                                    |                            | 1-34*                                  | 29-1192*                                      |
| 14               | 14-829*  |                                       | 2-83*                                     | 1-20*                             | 3-84*                                     | 3-113*                                      | 2-70*                                     | 2-72*                                    |                            |  | 27-1248*                                      |
| 15               | 15-718*  | 1-83*                                 | 3-111*                                    |                                   | 4-132*                                    | 4-177*                                      | 3-122*                                    | 1-38*                                    |                            |  | 31-1388*                                      |
| 18               | 13-741*  |                                       | 3-95*                                     |                                   | 3-82*                                     | 2-90*                                       | 2-90*                                     | 2-87*                                    |                            |  | 25-1185*                                      |
| 19               | 15-739*  |                                       | 2-80*                                     | 1-29*                             | 3-98*                                     | 2-73*                                       | 1-38*                                     | 1-82*                                    |                            | 1-34*                                  | 26-1118*                                      |
| 20               | 14-896*  |                                       | 2-96*                                     |                                   | 2-62*                                     | 2-77*                                       | 2-71*                                     | 1-85*                                    |                            |  | 23-1040*                                      |
| 21               | 16-829*  |                                       | 3-71*                                     |                                   | 4-113*                                    | 3-202*                                      | 1-40*                                     | 2-85*                                    |                            | 1-29*                                  | 30-1489*                                      |
| 22               | 16-847*  |                                       | 2-74*                                     |                                   | 3-98*                                     | 3-130*                                      |   | 1-43*                                    |                            | 1-38*                                  | 26-1230*                                      |
| <b>Totales</b>   | <b>176<br/>notas<br/>2 hrs-30<br/>mín 12 "</b> | <b>1 nota<br/>1 mín.<br/>33 segs.</b> | <b>33 notas<br/>17 mins.<br/>46 segs.</b> | <b>2 notas<br/>49 segs.</b>       | <b>36 notas<br/>17 mins.<br/>51 segs.</b> | <b>33 notas<br/>23 mins.<br/>15 segs.</b>   | <b>20 notas<br/>13 mins.<br/>51 segs.</b> | <b>18 notas<br/>12 mín.<br/>37 segs.</b> | <b>1 nota<br/>29 segs.</b> | <b>5 notas<br/>2 mín.<br/>53 segs.</b> | <b>325-<br/>4 hrs.1<br/>mín. 16<br/>segs.</b> |

Por otra parte, si comparamos la cantidad y duración de la información originada en el ámbito nacional —fuera del DF— con la de África, se observa que ese continente obtuvo mayor atención por parte de la emisora.

Otra observación es la abundancia de los reportes fechados en las cuatro regiones identificadas del continente americano.

Las tres cantidades reportadas allí completan una suma que sigue a la producida en el renglón local. Luego vienen Europa, Cercano Oriente, África y, por último, Asia.

Ello tiene una explicación: los noticieros de Radio UNAM, con base en esta clasificación, atienden un fundamental criterio periodístico, la proximidad.

Los acontecimientos noticiosos son incluidos en las emisiones matutinas pensando en que la importancia de las notas periodísticas son más relevantes según el grado de proximidad que posean respecto a México, país donde se elaboraron los noticieros analizados.

El resto de la información va perdiendo incidencia en cuanto al número de apariciones, debido a la lejanía de esas regiones respecto a este país.

Pero, como se observa en el CUADRO 6., esas regiones alejadas no son excluidas, también son contempladas aunque con menor frecuencia.

En principio esto es un acierto de la emisora. Habría que conocer qué agencias son las que suministraron las informaciones procedentes de los países industrializados y el Tercer Mundo para aplicar aquello de la dominación ideológica por parte de las agencias transnacionales de información, tan pregonado en textos especializados <sup>31</sup>.

Sin embargo, las deducciones hasta aquí presentadas son insuficientes aún para establecer, en el plano cuantitativo, que Radio UNAM manejó parcialmente la información generada en las elecciones presidenciales de julio de 1988.

### **3.1.6. Entre la mayor presencia y la mejor posición noticiosa**

#### **Los temas de la información (CUADROS del 7.1. al 7.4.)**

El objetivo de esta sección radica en exponer de qué —y con qué intensidad y orden— habló Radio UNAM mediante su *Noticiero* matinal ante las elecciones presidenciales del día 6 de julio de 1988, entre los días 7 y 22 de ese mes.

---

<sup>31</sup> Gregorio Selser y Rafael Roncagliolo, *Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países No Alineados*, 211 pp.

**CUADRO 7.1. Clasificación de las notas informativas por fecha, tema y bloque de duración.**

| Julio          | Elecciones<br>notas-tiempo                            | Economía<br>nacional<br>notas-tiempo              | Economía<br>Inter-<br>nacional<br>notas-tiempo  | Política In-<br>ternacional<br>notas-tiempo             | Política<br>nacional<br>notas-tiempo          | Nota roja<br>notas-tiempo                  | Cd. de<br>México<br>notas-tiempo             | Totales<br>notas-tiempo                          |
|----------------|---|---|---|---|---|--|--|--|
| 7              | 11 - 486*   | 2 - 118**   | 3 - 130*  | 9 - 342*  |   | 1 - 34*                                    |  | 26 - 18' 18"                                     |
| 8              | 10 - 521*   | 6 - 265**   | 2 - 73*   | 8 - 306*  |   | 1 - 55*                                    |  | 27 - 28' 22"                                     |
| 11             | 10 - 464*   | 6 - 219**   | 1 - 54*   | 11 - 363*   |   |  |  | 28 - 18' 29"                                     |
| 12             | 11 - 557*   | 3 - 222**   | 3 - 101*  | 10 - 313*   |   |  |  | 27 - 19' 53"                                     |
| 13             | 8 - 427**   | 6 - 261*  | 1 - 44*   | 13 - 419*   | 1 - 41*                                       |  |  | 29 - 19' 52"                                     |
| 14             | 10 - 646**  | 4 - 180*  | 3 - 98*   | 10 - 324*   |   |  |  | 27 - 28' 48"                                     |
| 15             | 7 - 286*  | 7 - 424*  | 1 - 30*   | 14 - 550*   | 2 - 97**                                      |  |  | 31 - 23' 6"                                      |
| 18             | 5 - 332**   | 6 - 303*  |   | 12 - 444*   | 1 - 56*                                       |  | 1 - 50*                                      | 25 - 19' 45"                                     |
| 19             | 5 - 296*  | 9 - 428**   | 1 - 41*   | 9 - 312*  | 1 - 44*                                       | 1 - 27*                                    |  | 26 - 18' 38"                                     |
| 20             | 4 - 199**   | 9 - 450*  | 2 - 88*   | 7 - 286*  |   |  | 1 - 37*                                      | 23 - 17' 28"                                     |
| 21             | 4 - 164*  | 9 - 502**   | 2 - 80*   | 12 - 480*   | 3 - 263*                                      |  |  | 30 - 24' 28"                                     |
| 22             | 7 - 359*  | 6 - 265**   | 2 - 78*   | 8 - 305*  | 1 - 66*                                       |  | 2 - 157*                                     | 26 - 28' 36"                                     |
| <b>Totales</b> | <b>82-28.3%</b><br><b>1hr 18' 9"-</b><br><b>32.3%</b> | <b>73-22.4%</b><br><b>1hr 37'</b><br><b>25.1%</b> | <b>21-4.4%</b><br><b>13' 17"</b><br><b>5.3%</b> | <b>123-37.8%</b><br><b>1 hr 13' 48"</b><br><b>30.8%</b> | <b>9-2.7%</b><br><b>9' 27"</b><br><b>3.9%</b> | <b>3-9%</b><br><b>1' 56"</b><br><b>.8%</b> | <b>4-1.2%</b><br><b>4' 4"</b><br><b>1.6%</b> | <b>325 notas</b><br><b>4 hr</b><br><b>1' 16"</b> |

\* Notas Informativas presentadas en primer lugar en el desarrollo del Noticiero de Radio UNAM.

Las notas referentes al tema de Economía nacional fue el más favorecido en esta estratégica sección del servicio informativo con siete menciones (58.3%); le siguieron los temas Electoral, con cuatro menciones (33.3%), y el de Política nacional, con una (3.3%).

CUADRO 7.2. Clasificación de los "Encabezados (o títulos) de presentación" por tema, fecha, frecuencia de aparición y duración.

| Día de julio/<br>tema | Elecciones<br>títulos-dura         | Economía<br>nacional<br>títulos-dura | Economía<br>inter-<br>nacional<br>títulos-dura | Política in-<br>ternacional<br>títulos-dura | Política<br>nacional<br>títulos-dura | Nota<br>roja<br>títulos-dura | Cd. de<br>México<br>títulos-dura | Totales<br>títulos-dura          |
|-----------------------|------------------------------------|--------------------------------------|--|---|--------------------------------------|------------------------------|----------------------------------|----------------------------------|
| 7                     | 4 - 15*                            | 1* - 5*                              | 3 - 18*  | 3 - 17*                                     |                                      |                              |                                  | 11 - 58*                         |
| 8                     | 3 - 14*                            | 1* - 3*                              | 2 - 9*   | 2 - 6*                                      |                                      | 1 - 6*                       |                                  | 9 - 38*                          |
| 11                    | 2* - 13*                           | 1 - 5*                               | 1 - 5*   | 3 - 13*                                     |                                      |                              |                                  | 7 - 36*                          |
| 12                    | 2 - 9*                             | 2* - 9*                              | 2 - 11*  | 3 - 22*                                     |                                      |                              |                                  | 9 - 61*                          |
| 13                    | 2* - 12*                           | 3 - 15*                              | 1 - 5*   | 5 - 22*                                     |                                      |                              |                                  | 11 - 54*                         |
| 14                    | 3* - 24*                           | 2 - 10*                              | 1 - 4*   | 3 - 15*                                     |                                      |                              |                                  | 9 - 63*                          |
| 15                    | 2 - 10*                            | 2 - 10*                              | 2 - 10*  | 4 - 22*                                     | 1* - 6*                              |                              |                                  | 11 - 58*                         |
| 18                    | 2* - 10*                           | 1 - 4*                               |  | 6 - 30*                                     |                                      |                              |                                  | 9 - 44*                          |
| 19                    | 1 - 5*                             | 3* - 19*                             |  | 5 - 25*                                     |                                      |                              |                                  | 9 - 49*                          |
| 20                    | 1* - 5*                            | 3 - 14*                              | 1 - 6*   | 5 - 28*                                     |                                      |                              |                                  | 10 - 63*                         |
| 21                    |                                    | 2* - 13*                             | 2 - 12*  | 5 - 26*                                     | 1 - 6*                               |                              |                                  | 10 - 57*                         |
| 22                    |                                    | 3* - 20*                             |  | 5 - 22*                                     |                                      |                              | 1 - 7*                           | 9 - 49*                          |
| <b>Totales</b>        | <b>22 (19.2%)<br/>117* (19.6%)</b> | <b>24 (21%)<br/>127* (21.2%)</b>     | <b>15 (13.1%)<br/>81* (13.6%)</b>              | <b>49 (42.9%)<br/>248* (41.7%)</b>          | <b>2 (1.7%)<br/>12* (2%)</b>         | <b>1 (.8%)<br/>6* (1%)</b>   | <b>1 (.8%)<br/>7* (1.1%)</b>     | <b>114 títulos<br/>9 min-58*</b> |

\*Encabezados de presentación expuestos en primera instancia. Como se sabe, en este escaparate se enuncian —mediante titulares— las noticias más importantes de la emisión. Así, el tema de Economía nacional fue el que mayor atención (seis ocasiones, 50%) en este sentido recibió. Le siguió el tema Elecciones (cinco, 41.6%), y por último el tema de Política nacional (con una referencia, 8.4%).

CUADRO 7.3. Clasificación temática de los titulares de periódicos utilizados en "México y el mundo en cabezas", según diario de procedencia. [(\*)Diarios empleados en primer término.]

| Tema/<br>Julio | Elecciones<br>Diarios-dura                        | Política in-<br>ternacional<br>Diarios-dura   | Economía<br>nacional<br>Diarios-dura        | Economía<br>internacional<br>Diarios-dura | Política<br>nacional<br>Diarios-dura      | Nota<br>roja<br>Diarios-dura             | Ciudad de<br>México<br>Diarios-dura | Totales                                      |
|----------------|---|---|---|---|---|--|-------------------------------------|--|
| 7              | 6 - 30 <sup>a</sup><br>La Jornada*                | 1 - 7 <sup>a</sup>                            |   |   |   |  |                                     | 7 - 42 <sup>a</sup>                          |
| 8              | 4 <sup>a</sup> - 24 <sup>a</sup><br>El Universal* |   | 1 - 15 <sup>a</sup>                         |   |   | 1 - 7 <sup>a</sup>                       |                                     | 6 - 36 <sup>a</sup>                          |
| 11             | 4 <sup>a</sup> - 30 <sup>a</sup><br>Excélsior*    |   |   | 1 - 8 <sup>a</sup>                        |   |  |                                     | 7 - 47 <sup>a</sup>                          |
| 12             | 4 <sup>a</sup> - 31 <sup>a</sup><br>Excélsior*    | 3 - 19 <sup>a</sup>                           |   |   |   |  |                                     | 7 - 60 <sup>a</sup>                          |
| 13             | 4 <sup>a</sup> - 32 <sup>a</sup><br>Novedades*    | 2 - 17 <sup>a</sup>                           | 1 - 9 <sup>a</sup>                          |   |   |  |                                     | 7 - 68 <sup>a</sup>                          |
| 14             | 3 <sup>a</sup> - 38 <sup>a</sup><br>La Jornada*   | 1 - 11 <sup>a</sup>                           | 2 - 18 <sup>a</sup>                         |   |   |  |                                     | 6 - 65 <sup>a</sup>                          |
| 16             | 2 - 14 <sup>a</sup>                               | 2 - 18 <sup>a</sup>                           | 1 - 10 <sup>a</sup>                         | 1 - 9 <sup>a</sup>                        | 1 - 10 <sup>a</sup><br>Excélsior*         |  |                                     | 7 - 58 <sup>a</sup>                          |
| 18             | 2 <sup>a</sup> - 13 <sup>a</sup><br>El Universal* | 3 - 20 <sup>a</sup>                           | 2 - 17 <sup>a</sup>                         |   |   |  |                                     | 7 - 60 <sup>a</sup>                          |
| 19             | 3 - 24 <sup>a</sup>                               | 3 - 20 <sup>a</sup>                           | 1 - 7 <sup>a</sup><br>Unomásuno*            | 1 - 5 <sup>a</sup>                        |   |  |                                     | 7 - 61 <sup>a</sup>                          |
| 20             | 1 - 7 <sup>a</sup>                                | 1 - 7 <sup>a</sup>                            | 4 - 24 <sup>a</sup><br>Unomásuno*           |   |   |  |                                     | 7 - 63 <sup>a</sup>                          |
| 21             | 1 - 9 <sup>a</sup>                                | 3 - 22 <sup>a</sup>                           | 1 - 7 <sup>a</sup><br>Novedades*            |   | 1 - 6 <sup>a</sup>                        |  |                                     | 6 - 44 <sup>a</sup>                          |
| 22             | 1 - 7 <sup>a</sup>                                | 2 - 19 <sup>a</sup>                           | 3 - 18 <sup>a</sup><br>El Universal*        |   |   |  |                                     | 6 - 40 <sup>a</sup>                          |
| <b>Totales</b> | <b>37 (46.2%)<br/>273<sup>a</sup> (48.6%)</b>     | <b>21 (26.2%)<br/>154<sup>a</sup> (26.3%)</b> | <b>16 (20%)<br/>113<sup>a</sup> (19.3%)</b> | <b>3 (3.7%)<br/>22<sup>a</sup> (3.7%)</b> | <b>2 (2.6%)<br/>16<sup>a</sup> (2.7%)</b> | <b>1 - 1.2%<br/>7<sup>a</sup> (1.1%)</b> |                                     | <b>80 titulares<br/>9 min-45<sup>a</sup></b> |

**CUADRO 7.4. Clasificación temática de los textos editoriales de algunos diarios de la ciudad de México empleados para la sección "La opinión de hoy".**

| Tema/Julio     | Elecciones<br>diarios                 | Política<br>internacional<br>diarios | Economía<br>nacional<br>diarios   | Economía<br>internacional<br>diarios | Política<br>nacional<br>diarios  | Ciudad de<br>México<br>diarios    | Totales                                  |
|----------------|---------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------|--------------------------------------|----------------------------------|-----------------------------------|--|
| 7              | Excélsior*, Unomásuno, El Día - 3     |                                      |                                   |                                      |                                  |                                   | 3 editoriales                            |
| 8              |                                       |                                      | El Universal* - 1                 | Excélsior - 1                        |                                  |                                   | 2 editoriales                            |
| 11             | Excélsior*, Unomásuno, La Jornada - 3 |                                      |                                   |                                      |                                  |                                   | 3 editoriales                            |
| 12             | Unomásuno* - 1                        | Excélsior, El Universal - 2          |                                   |                                      |                                  |                                   | 3 editoriales                            |
| 13             |                                       | Excélsior - 1                        | El Universal* - 1                 |                                      |                                  |                                   | 2 editoriales                            |
| 14             | La Jornada*<br>Excélsior - 2          |                                      |                                   |                                      |                                  |                                   | 2 editoriales                            |
| 15             |                                       | La Jornada* - 1                      |                                   |                                      |                                  |                                   | 1 editorial                              |
| 18             | El Universal* - 1                     | Unomásuno, Novedades - 2             |                                   |                                      |                                  |                                   | 3 editoriales                            |
| 19             | La Jornada* - 1                       | Unomásuno - 1                        | Excélsior - 1                     |                                      |                                  |                                   | 3 editoriales                            |
| 20             |                                       | Unomásuno - 1                        | El Universal* - 1                 |                                      |                                  |                                   | 2 editoriales                            |
| 21             | Excélsior* - 1                        |                                      | Unomásuno - 1                     |                                      | La Jornada - 1                   |                                   | 2 editoriales                            |
| 22             | Unomásuno* - 1                        |                                      | La Jornada - 1                    |                                      |                                  | El Universal - 1                  | 3 editoriales                            |
| <b>Totales</b> | <b>13 (43%)<br/>20* 37* (42.9%)</b>   | <b>8 (25.8%)<br/>12* 36* (26.2%)</b> | <b>8 (25%)<br/>8* 30* (19.7%)</b> | <b>1 (3.2%)<br/>12* 41* (29.6%)</b>  | <b>1 (3.2%)<br/>2* 3* (2.9%)</b> | <b>1 (3.2%)<br/>1* 36* (2.9%)</b> | <b>30 editoriales<br/>47 en su sépt.</b> |

\*Textos leídos en primer lugar (56%).



Un tema es la idea central de un discurso <sup>32</sup>, es decir, la materia de que trata un texto.

En el caso de un informativo, específicamente de la RU, una serie de noticias, comentarios editoriales y encabezados que hablan de diversas esferas de lo social, conforman la temática de la emisión. Como es de esperarse, el tema al que mayor tiempo se dedicó fue el electoral, y fue el más relevante de las emisiones analizadas.

El conjunto de temas que un noticiario o una publicación impresa presentan en sus partes más importantes constituirán un perfil del medio observado. Sin necesidad de realizar un análisis profundo, sabremos que el periódico capitalino *La Prensa* es una publicación con un predominio de temas policíacos.

Al diario le interesa distinguirse por ese motivo. Así, cada periódico, revista o emisión se diferencia de otras por el perfil temático que manifieste.

En nuestra materia, los noticiarios de Radio Universidad son servicios informativos eminentemente políticos. Los temas deportivos —que hace años se dejó de manejar allí y uno de cuyos lemas rezaba: "Los Pumas, la imagen de los universitarios en la cancha", en referencia al equipo de balompié Club Universidad—, judiciales, espectáculos, sociales, cultura, humor y, como sabemos, anuncios comerciales se encuentran excluidos de estas emisiones.

Hemos notado la existencia de un tema denominado "Nota roja" que, al parecer, carece de relación con la Radio UNAM y puede sorprender al lector, pues no es característica de la emisora difundir ese tipo de reportes. Sin embargo, ningún medio de información está exento de ellos. Sobre todo cuando está de por medio la vida humana, materia esencial del periodismo.

El rubro sólo abarca tres notas informativas, las cuales, a falta de implicación política o económica, presentan un alto contenido de "interés humano con la evidente tendencia hacia el tratamiento sensacionalista del tema" <sup>33</sup>. Al mismo tiempo, son despachos referidos a incendios y siniestros, y al "comportamiento criminoso de los individuos que viven en la sociedad" <sup>34</sup>.

Se trata de dos notas acerca del incendio de una plataforma petrolera en el Mar del Norte. Uno de esos despachos alcanzó (viernes 8 de julio) a ser

---

<sup>32</sup> Teun A. van Dijk, *Estructura y funciones del discurso*, p. 43

<sup>33</sup> José Luis Martínez Albertos, *op. cit.*, p. 366

<sup>34</sup> Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo, la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación*, pp. 251 y 252

destacada en la importante sección introductoria "Encabezados de presentación" debido a los 166 trabajadores muertos en el accidente.

La información restante correspondió al fallecimiento de 16 traficantes de cocaína durante un operativo policial en Río de Janeiro, Brasil.

El estudio de la información por temas es el que "aporta más enseñanzas y permite sacar el mayor número de conclusiones"<sup>35</sup>.

En siete temas hemos agrupado la información proporcionada por la RU durante las fechas estudiadas:

"Elecciones en México",  
"Economía nacional",  
"Política nacional",  
"Ciudad de México",

"Política internacional",  
"Economía internacional" y  
"Nota roja". (Ver los CUADROS  
7.1. al 7.4.)

Para mayor facilidad en el manejo del cúmulo de informaciones se han elaborado cuatro cuadros para cada uno de los géneros y formas periodísticas empleados por la emisora para dar cuanta del acontecer nacional y mundial.

Al clasificar los despachos por notas informativas (CUADRO 7.1.) encontramos que —al contrario de lo esperado— el mayor número de notas correspondió al tema "Política internacional", el cual alcanzó 25 por ciento (31 notas) más textos divulgados que "Elecciones en México".

No obstante, este último logró casi seis por ciento más tiempo de difusión que el empleado para el tema de "Política internacional".

Ahora bien, el que los temas "Elecciones en México" y "Política internacional" hayan alcanzado los más altos niveles de difusión, no significa que hayan resultado ser los más importantes para la Radio Universidad.

Resulta que, de acuerdo con el criterio periodístico de las informaciones más relevantes deben ser las que presiden una publicación o emisión —así como sucede en la técnica de la *pirámide invertida* para la redacción de una nota informativa (Rivadeneira<sup>36</sup>) (Fraser Bond<sup>37</sup>) (Martín Vivaldi<sup>38</sup>)— las noticias difundidas no siguieron ese cauce lógico.

---

<sup>35</sup> Jacques Kayser, *op. cit.*, p. 137

<sup>36</sup> Cfr., Raúl Rivadeneira, *op. cit.*, p. 222

<sup>37</sup> Cfr., Frank Fraser Bond, *op. cit.*, pp. 124-127

<sup>38</sup> Cfr., Gonzalo Martín Vivaldi, *Curso de redacción*, pp. 351 y 352

Esto es, en periodismo la relevancia de un hecho no sólo está dada por la abundancia de ángulos desde los que es abordado, sino por el orden, el momento, la oportunidad con que un informe es suministrado.

Así, la información u opinión que presida una sección será la más relevante del bloque presentado. Esos primeros sitios han sido destacados en los **CUADROS 2.2. y 5.**

Como se tenía en perspectiva, el tema electoral debió ocupar el primer lugar en buena parte de las doce secciones nacionales analizadas.

Sucedió lo inesperado: el tema que **mejor** presencia tuvo en los noticiarios de la RU fue el de "Economía nacional".

Las notas correspondientes a la economía mexicana, en siete de doce ocasiones encabezaron la sección nacional, que es la más importante del noticiario por cuatro motivos: por ser la primera sección noticiosa en salir al aire; por su prolongada duración; debido a que expone el mayor número de despachos en un solo bloque y porque, hay que recordar, la proximidad geográfica que argumenta Cristina Romo (*supra*. 3.1.4.).

El segundo lugar en presidir esta importante sección lo ocupó el tema de las elecciones con cuatro apariciones. Mientras que el tercer puesto correspondió a un parte sobre "Política nacional".

De modo que la "Política internacional" no figuró en estos tres significativos lugares pese a su reiterada y prolongada aparición a lo largo de las 12 emisiones observadas.

Se podría pensar: "Bueno, el tema de 'Elecciones en México' no ocupó la mayoría de los primeros lugares, pero qué tal el segundo, o el tercero...".

En sólo dos ocasiones de las 12 oportunidades, los reportes electorales fueron destacados en el segundo lugar de la sección nacional. Mientras, lo referente a la economía mexicana fue destacado las diez veces restantes.

En tercer lugar volvió a sobresalir la economía local con nueve apariciones, frente a tres notas electorales.

Del cuarto al sexto lugar se repitieron esos números. (Se menciona esto con el propósito de apreciar que la mejor posición de "Economía nacional" radicó en la cantidad de información suministrada en un solo bloque.)

A partir del séptimo puesto los reportes electorales comenzaron a adquirir vuelo. Aquí los números indican que cinco partes fueron electorales; cinco para economía local; una de "Política nacional"; y una para "Ciudad de México".

En el octavo sitio, "elecciones" progresó y alcanzó el 50 por ciento de la importancia de la información divulgada, con seis noticias. "Economía nacional" bajó a cuatro; "Política nacional" se mantuvo con una; y "Ciudad de México" presentó un escrito.

En novena posición "elecciones" superó la mitad de las veces al aparecer allí durante siete ocasiones. "Economía nacional" lo hizo cuatro veces, y "Política nacional" una vez.

En décima categoría predominaron los reportes electorales con ocho apariciones. Economía local decayó a uno, igual cantidad obtuvo "Ciudad de México"; mientras que "Política nacional" subió a dos.

En decimoprimer lugar elecciones tuvo 10 partes, y economía y política nacionales alcanzaron una cada uno.

En decimosegundo sitio elecciones y economía mexicana se repartieron la información en 10 y dos notas, respectivamente.

En decimotercera posición los comicios tuvieron 11 textos y "Ciudad de México" uno.

En lugar 14, ocho noticias fueron para "elecciones" (primera decaída) y dos para economía local.

En sitio 15 únicamente apareció el tema electoral, con siete despachos.

En el puesto 16 "elecciones" volvió a decaer, obtuvo una nota y reapareció el tema económico nacional con una y a ellos los superó "Política nacional" con dos textos.

Del lugar 17 al 22 elecciones no apareció debido a que esas posiciones correspondían ya a las informaciones de carácter internacional. Pero surgió, al parecer por accidente, el viernes 8 de julio en el lugar 23, cuando la RU divulgó un despacho —en la sección "Norteamérica en la noticia"— acerca de opiniones los diarios estadounidenses *The Washington Times*, *The New York Times* y *The Wall Street Journal* sobre los comicios presidenciales mexicanos.

Ahora bien, esta desproporción de información económica nacional destacada en mayor medida que la electoral no fue obra de la casualidad. Comparamos las dos principales vertientes de la información internacional, "Economía internacional" con "Política internacional", para observar si la contraposición se repetía. La información política fue manejada con mayor intensidad que el espectro económico.

Hablan los números: once de las 12 ocasiones que hubo reportes de estos tomas, once fueron políticos, mientras que sólo una vez fue económica.

Tal parece que el tema electoral fue encubierto o, mejor, las notas referentes al asunto electoral fueron escamoteadas por la emisora universitaria.

Se identificaron por lo menos dos mecanismos para realizar esto. Uno consistió en anteponer el tema económico nacional al también local, pero en esos momentos básico, tema electoral con la justificación probable de que el país vivía días muy difíciles a raíz de la crisis económica de más de una década.

Otro mecanismo fue no haber presidido la sección nacional con las notas electorales de primer orden en fechas consecutivas.

Un aspecto relacionado íntimamente con las otras notas son los "Encabezados de entrada" —y, por lo tanto, los de despedida— que eran la parte frontal, la primera plana o escaparate por el que desfilaban las noticias principales del informativo de Radio UNAM.

El CUADRO 7.2. (clasificación de los "Encabezados de presentación" por tema), sucedió casi lo mismo que en la agrupación temática por notas. Los comicios fueron destacados en primer lugar sólo en cinco de los 12 días analizados.

Estas cinco apariciones fueron consecutivas sólo los días 13 y 14 de julio, la víspera y el día que la Comisión Federal Electoral suministró las cifras oficiales del evento político. Las demás notas de primer orden fueron destacadas en días salteados.

El primer lugar en apariciones más destacadas correspondió al tema "Economía nacional" con seis títulos. Mientras, el lugar restante correspondió a "Política nacional".

Si confrontamos otra vez las dos vertientes internacionales predominantes —"Economía internacional" y "Política internacional"— para observar qué títulos fueron suministrados en primera instancia, se verá que lo político sob. salió con once cabezas y no ocurrió en clasificación por notas, donde lo económico (nacional) rebasó al tema electoral.

Se debe agregar que el día 11 de julio se anunció en primer término una nota electoral en los "Encabezados de presentación". Sin embargo, al llegar el momento de la sección nacional, se inició con una nota económica. Por ello, las cifras de primer sitio entre los CUADROS 7.1 y 7.2. no concuerdan.

Algo muy diferente ocurre cuando nos acercamos al CUADRO 7.3., que organiza por tema los encabezados de los siete diarios capitalinos consultados por la RU.

Las elecciones ocuparon el sitio predominante en siete de las 12 jornadas examinadas. El segundo lugar lo ocupó "Economía nacional" (cuatro despachos); y el tercero "Política nacional" (uno).

En general la información de este tipo fue proporcionada en el mismo orden que las notas informativas y los encabezados, tanto de entrada como de salida, primero lo nacional luego lo foráneo.

Aquí sí ocurrió una ordenación más relacionada con la lógica periodística: primero las notas más importantes y así sucesivamente. De seguro esta acción se debió a que ese trabajo implicó sólo una parte del esfuerzo habitual; consistió en seleccionar el encabezado que los locutores leerían, pues ello no implicaba la misma responsabilidad de codificar una cabeza o una nota, toda vez que de ante mano se sabía que los títulos utilizados, de alguna u otra forma ya habían superado una serie de *filtros* interpuestos en todo medio de información para impedir el paso de cualquier cosa desagradable a los ojos del gobierno mexicano.

En materia de editoriales, CUADRO 7.4., se presenta de manera más acentuada este caso.

En ocho ocasiones el tema electoral figuró en primer lugar de la sección "La opinión de hoy". Sin embargo, los cuatro días restantes no se divulgaron comentarios editoriales en torno a los comicios mexicanos.

Conviene señalar que 13 (43 por ciento) de los 30 editoriales se refirieron al tema electoral. En promedio hubo más de un editorial por emisión.

En este marco, hubo tres días —el 7 de julio, un día después de la jornada electoral, el día 11 y la mañana del 14, cuando la RU reportó junto con todos los medios de información nacionales los resultados oficiales del evento político— en los que la totalidad de los editoriales divulgados por la emisora aludieron al asunto electoral.

"Economía nacional" apareció con tres editoriales emitidos en primer puesto. "Política internacional" por su parte, presentó en una sola ocasión un texto opinativo.

Un dato relevante: en los "Encabezados de presentación" los días 21 y 22 de julio los matutinos de Radio UNAM excluyeron el tema electoral de esa estratégica sección. El tema electoral no fue considerado para figurar en esa parte del programa.

Pues bien, esos días los comicios mexicanos fue el único tema que apareció en la sección "La opinión de hoy".

**Al respecto, sólo una pregunta: ¿cómo puede editorializarse sobre un tema que no ha sido destacado suficientemente, que ni siquiera figura en los lugares relevantes de la emisión?**

**La respuesta es que así se confirma nuestro resultado parcial de que la información electoral en Radio UNAM fue escamoteada.**

#### 4. ANÁLISIS ESTRUCTURAL. UNA APROXIMACIÓN EN TRES NIVELES

[...] [Contestando una llamada telefónica:] *No sé quién es Alberto, pero... eh... no, mira, yo no soy Matteo, y además tenemos la policía a la puerta...* [Otra voz en el fondo:] *¡Están entrando!* [El locutor:] *Ya entran, ya están dentro, tenemos las manos en alto [ruidos], el micrófono, tenemos las manos en alto [ruidos y gritos... silencio mortal].*

NARRACIÓN EN VIVO DEL ASALTO Y CLAUSURA DE RADIO ALICE  
POR LA POLICÍA DE BOLOGNA, ITALIA, EL 13 DE MARZO DE 1977.

El análisis estructural parte del contenido manifiesto de los mensajes, en este caso, del medio de la radiodifusión.

Según Casasús, esta manera de estudiar los medios consiste en "aislar y examinar los elementos que intervienen en el proceso de semantización del mensaje" <sup>1</sup>.

El principio enunciado conduce a la necesidad de definir uno de los conceptos centrales de este trabajo: la semantización de la información, la cual es explicada por Eliseo Verón como una serie de operaciones que se presentan en todos los medios de información de masas por las que "un hecho ocurrido en

---

<sup>1</sup> José María Casasús, *Ideología análisis de medios de comunicación*, p. 99



la realidad social es incorporado bajo formas de significaciones a los contenidos de un medio de comunicación de masas" <sup>2</sup>.

Casasús indica que la semantización es el proceso por el que "la realidad observada es apta para comunicarla a las masas" <sup>3</sup>.

La semantización es resultado de dos operaciones básicas que el emisor del mensaje efectúa: "La selección, dentro de un repertorio de unidades disponibles, y la combinación de las unidades seleccionadas para formar el mensaje" <sup>4</sup>.

El mensaje radiofónico representa una estructura lineal en virtud de que el tiempo es la forma concreta que sirve de vehículo a los contenidos, por lo que la radio cuenta con tres secuencias sonoras: la secuencia hablada, la musical y la de los efectos sonoros <sup>5</sup>.

Para expresarlo en términos de Casasús y Verón, citaremos que cada una de esas secuencias sonoras corresponde a las siguientes series informacionales que son "los procesos empíricos de transmisión de signos que obedecen a un código" <sup>6</sup>: la serie informacional lingüística, para la palabra hablada; la serie informacional no lingüística, que en el marco de la radio es la música —cuando se emite de manera autónoma, no fragmentada y yuxtapuesta a la palabra— y el ruido; y la serie informacional paralingüística, para los efectos sonoros (cortinas musicales, puentes, rúbricas, señales horarias).

Este apartado se encarga de la exposición de lo que cada una de esas series informacionales abarca y su incidencia en el proceso de semantización del mensaje periodístico.

#### 4.1. Procedimientos lingüísticos

##### El habla de Radio UNAM

Josefina Vilar <sup>7</sup> señala que la radio es habla pública y en ella caben todos los géneros de la literatura (poéticos, periodísticos y académicos) así como, en principio todos los actos de habla (preguntar, convencer, mentir, imprecisar). De

---

<sup>2</sup> Eliseo Verón, "Ideología y comunicación de masas", p. 143

<sup>3</sup> José María Casasús, *op. cit.*, p. 65

<sup>4</sup> Eliseo Verón, *op. cit.*, p. 144

<sup>5</sup> Miquel de Moragas i Spa, *Semlòtica y comunicació de masas*, p. 278

<sup>6</sup> José María Casasús, *op. cit.*, pp. 61 y 62

<sup>7</sup> Josefina Vilar, "El discurso radiofónico", p. 63

modo que para analizar el habla radiofónica, hay que recurrir a una perspectiva que aborde el fenómeno puro del habla: la lingüística que es, al mismo tiempo, uno de "los tres instrumentos intelectuales preferentes para intentar comprender el mundo", en tanto que construcción humana. Los otros dos instrumentos son la economía y el psicoanálisis <sup>8</sup>.

También debemos recurrir a la semiología, perspectiva que además de aludir la expresión hablada, presenta una vasta panorámica de los sistemas de signos en general, sobre todo porque la radio no sólo es voz, sino también efectos sonoros y música.

Así, la lengua, estructura superior del habla, es un sistema de signos que el cual sirve para establecer desde los más estables lazos sociales hasta la producción y transmisión de las más elaboradas teorías <sup>9</sup>.

El habla es la realización individual de una lengua. Así como la lengua española es la lengua oficial en la República Mexicana, existen realizaciones particulares de esa lengua según cada región geográfica. Pero además hay hablas por grupos sociales: De allí que el habla en general, es considerada como "medio de comunicación lingüístico de un grupo humano homogéneo desde el punto de vista sociocultural" <sup>10</sup>.

La selección y la combinación, las operaciones básicas de la semantización, responden, respectivamente, a dos estructuras fundamentales del sistema de una lengua: el paradigma, para la selección dentro de un conjunto de signos análogos, y el sintagma, para la combinación de ellos <sup>11</sup>.

Ahora surgen otros elementos por definir.

Se trata de signo que es un estímulo "cuya acción provoca en el organismo la imagen recordativa de otro estímulo", dice Guiraud, y ejemplifica: "La nube evoca la imagen de la lluvia, la palabra, la imagen de la cosa" <sup>12</sup>.

El signo lingüístico, por su parte, es "la asociación de dos imágenes mentales, una forma acústica o nombre, y un concepto o significado" <sup>13</sup>.

---

<sup>8</sup> Carlos Castilla del Pino, *Introducción a la hermenéutica del lenguaje*, pp. 12 y 13

<sup>9</sup> Cfr., Pierre Guiraud, *La semántica*, p. 34

<sup>10</sup> Jacques Roggero, *Diccionario de lingüística*, p. 91

<sup>11</sup> Cfr., Roman Jakobson, *Ensayos de lingüística general*, p. 38

<sup>12</sup> Pierre Guiraud, *op. cit.*, p. 34

<sup>13</sup> *Id.*, p. 165

La forma acústica del signo lingüístico es lo que en ese ámbito se conoce como **significante**, es decir, el soporte material del signo, lo percibido por los sentidos <sup>14</sup>.

Mientras, el concepto, la idea, se conoce como **significado**. Es la imagen mental evocada por el **significante** <sup>15</sup>.

A su vez, el **significado**, para ser comprendido, se bifurca: el **significado denotativo**, o **notativo** <sup>16</sup> y el **connotativo**.

La **denotación** "consiste en el significado más inmediato, más textual que posibilita una materia **significante**. Es el nivel del diccionario, donde cada término tiene asignado un cierto significado" <sup>17</sup>.

El **significado connotativo** es donde se juega el sentido de un mensaje.

Ocurre cuando el **significado denotativo** entra en interacción con el resto de las palabras o sintagmas que lo rodean. Así como una palabra tiene un significado inmediato, al mismo tiempo posee un significado más amplio que extrae del contexto y las circunstancias en que es emitido <sup>18</sup>.

"Hay **connotación** cuando la cara **significante** y la cara **significada** del signo se convierten al mismo tiempo en cara **significante** de otro signo." <sup>19</sup>

El **significado connotativo** es conocido también como **sentido**, el cual "depende de las relaciones de cada palabra con otras palabras del contexto y estas relaciones son determinadas por la estructura del sistema lingüístico. [...] La palabra **sentido** vuelve a encontrar así su etimología, ya que indica dirección, es decir, orientación hacia otros signos" <sup>20</sup>.

Es aquí donde la **semantización** adquiere su real dimensión pues ella "es un fenómeno que sólo puede localizarse en el nivel de la **metacomunicación**" <sup>21</sup>.

Con el manejo de los medios de difusión como hasta ahora se ha efectuado "asistimos en nuestro tiempo a una creciente **monopolización del sentido**"<sup>22</sup>. Ya que el **sentido**, la interpretación de la realidad, es impuesto por

---

<sup>14</sup> *Id.*

<sup>15</sup> *Id.*

<sup>16</sup> *Cfr.*, Luis J. Prieto, *Pertinencia y práctica*, pp. 64 y 103

<sup>17</sup> Daniel Prieto Castillo, *Retórica y manipulación masiva*, p. 34

<sup>18</sup> *Cfr.*, Jacques Roggero, *op. cit.*, p. 164

<sup>19</sup> Luis J. Prieto, *op. cit.*, pp. 63 y 64

<sup>20</sup> Pierre Guiraud, *op. cit.*, p. 27

<sup>21</sup> José María Casasús, *op. cit.*, p. 65

<sup>22</sup> Daniel Prieto Castillo, *op. cit.*, p. 35

una clase a otra en virtud de que las significaciones son las formas que revisten las diversas formas de interpretar el mundo.

Desde una perspectiva más amplia, Luis J. Prieto señala: "La connotación es un fenómeno concomitante de toda actividad humana". Más aún: la semantización no sólo existe en los mensajes de la información para las masas. Prieto cita a Roland Barthes, quien —en *Elementos de semiología* (p. 105)— habla de la semantización de los objetos de origen utilitario como los alimentos o el vestido. Se llama "semantización universal de los usos", es decir que los objetos de empleo común sirven también para significar <sup>23</sup>.

El contexto es tan necesario para desentrañar el sentido de un mensaje que también "hace posible dar carácter de significante a la construcción de escasa gramaticalidad, a las construcciones perifrásticas, incluso al silencio" <sup>24</sup>.

Ejemplo: "En la ciencia el silencio es también, en determinadas circunstancias, un testimonio elocuente; la falta de ciertos asertos en una situación definida implica la aprobación de los asertos contrarios, o, por lo menos, denota incapacidad para oponerse o imposibilidad de oponerse a los asertos contrarios" <sup>25</sup>.

Esto es lo mismo que decir que lo no dicho, junto a lo dicho, posee una amplia capacidad significativa, ya que para la interpretación lingüística del habla "no hay insignificantes, y la negatividad, bajo la forma que le sea posible ofrecerse, aparece como positividad, como significante también" <sup>26</sup>.

Para mejor ubicar el fenómeno de la radiodifusión es necesario mencionar que en el lenguaje, hablado o escrito, el mensaje asume una o varias funciones, según el interés del emisor.

Sin embargo, Daniel Prieto Castillo señala que las funciones del lenguaje se identifican "según dónde se ubique uno en el proceso de comunicación" <sup>27</sup>.

Estas son las funciones del lenguaje propuestas por el fonólogo ruso Roman Jakobson:

"a) referencial: el mensaje pretende denotar cosas reales;

"b) emotiva: el mensaje tiende a provocar reacciones emotivas;

---

<sup>23</sup> Luis J. Prieto, *op. cit.*, pp. 66 y 67

<sup>24</sup> Carlos Castilla del Pino, *op. cit.*, p. 21

<sup>25</sup> Adam Schaff, *La semántica*, pp. 149 y 150

<sup>26</sup> Carlos Castilla del Pino, *op. cit.*, p. 39

<sup>27</sup> Daniel Prieto, *op. cit.*, p. 39

"c) imperativa: el mensaje es una orden;

"d) fálica o de contacto: el mensaje finge la provocación de emociones, pero de hecho sólo pretende comprobar o confirmar el contacto entre los dos interlocutores;

"e) metalingüística: el mensaje tiene por objeto otro mensaje;

"f) estética: el mensaje reviste una función estética cuando se estructura de una manera ambigua y se presenta como autorreflexivo, es decir, cuando se pretende atraer la atención del destinatario sobre la propia forma, en primer lugar"<sup>28</sup>.

Para Josefina Vilar<sup>29</sup> la programación de la radio cumple básicamente con tres de las seis funciones del lenguaje de donde la autora distingue tres grandes grupos de géneros radiofónicos. Estos son: el informativo, que abarca la función referencial, de contexto o descriptiva; el persuasivo, cuya función dominante es la conativa, imperativa —para Eliseo Verón es normativa<sup>30</sup>—; y el artístico, donde la función principal es la poética o estética.

La autora no considera las funciones restantes —metalingüística, fálica y emotiva— como géneros *autónomos* en la radio. Ella niega que le parezcan *poca cosa*, sin embargo omite exponer cuál es el criterio para no considerar así las funciones enumeradas. Indica que la función metalingüística *le parece fundamental* porque es *bastante democrática*, pues permite una reflexión a emisores y receptores sobre el código empleado en el intercambio de mensajes.

No obstante, para nosotros, la función metalingüística está presente y aunque no sea intensamente reiterada ni por mucho tiempo permanezca en el discurso radiofónico, con dos ejemplos puede aclararse esto: se trata de los cursos de idiomas, en general, y el *Curso de redacción*<sup>31</sup> del maestro Luis Adolfo Domínguez que la Radio UNAM ha difundido. De acuerdo con Jakobson<sup>32</sup>, "todo proceso de aprendizaje de la lengua recurre ampliamente a las operaciones metalingüísticas".

---

<sup>28</sup> Umberto Eco, *La estructura ausente*, p. 160

<sup>29</sup> Josefina Vilar, *op. cit.*, p. 67

<sup>30</sup> Cfr. Eliseo Verón, *op. cit.*, p. 142

<sup>31</sup> Luis Adolfo Domínguez, *Curso de redacción I, II y III*, en Radio UNAM, Catálogo de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias, p. 80

<sup>32</sup> Roman Jakobson, *op. cit.*, pp. 357 y 358

El cuatro por ciento de la programación de Radio UNAM está conformada por cursos, en los que incluyen los de idiomas y el de Luis Adolfo Domínguez. (*supra* 2.1.1.)

Del mismo modo, la función fática está presente, según Josefina Vilar, aunque no exista alusión directa al canal de comunicación, emerge directamente de los recordatorios sobre las señales de transmisión de cada emisora. Sostenemos que tanto estas porciones de la emisión radiofónica, llamadas "identificaciones de canal", se presentan de dos formas: una, como lo acabamos de indicar, y la otra que se establece visualmente cuando el individuo perceptor observa el aparato receptor y confirma la frecuencia sintonizada.

Es más, la *Ley Federal de Radio y Televisión* en su ART. 76° establece que las emisiones radiofónicas deberán indicar cada media hora las frecuencias en que transmiten<sup>33</sup>. Es decir, por ley los emisores tienen la obligación de ejercer la función fática del lenguaje. De tal forma que sí existe en radio una presencia sistemática de la función fática.

Tampoco se encuentra ausente la función emotiva. Vilar señala que esta función siempre está presente "por el simple hecho de que la comunicación es un fenómeno humano, realizado por seres que tienen sentimientos que se expresan en relaciones sociales"<sup>34</sup>, pero para la autora esa función no le merece una consideración autónoma.

El argumento nos parece falaz, toda vez que, siempre según Jakobson, esta función —centrada en el destinatador— apunta a una expresión directa de la actitud del hablante ante aquello de lo que está hablando. Tiende, sigue Jakobson, a producir una impresión de una cierta emoción<sup>35</sup>. De esto Vilar no ofrece ejemplo. Nosotros sí: la función emotiva estriba en la euforia y el sentimiento de los locutores de las radios comerciales<sup>36</sup>. Ello constituye una expresión de una impresión sobre cierta emoción, verdadera o falsa, diría Jakobson; pero siempre presente, diríamos acá.

Otro ejemplo lo representa la actitud parsimoniosa y solemne de los locutores de la emisora universitaria durante la programación de la radio en general y a lo largo de los noticiarios en particular.

---

<sup>33</sup> Raúl Cremoux, *Legislación mexicana en radio y televisión*, p. 70

<sup>34</sup> Josefina Vilar, *op. cit.*, p. 68

<sup>35</sup> Roman Jakobson, *op. cit.*, p. 353

<sup>36</sup> Cfr. Miquel de Moregas, *op. cit.*, pp. 277 y 278

Ahora bien, "en las sociedades industriales, una de las funciones manifiestas de la comunicación, socialmente institucionalizada es la función informativa" <sup>37</sup>.

De ahí que en el periodismo la función del lenguaje predominante "es (o debiera ser) la referencial" <sup>38</sup> o descriptiva.

El mensaje referencial se caracteriza por ser moderadamente redundante y porque tiende a reducir la ambigüedad al mínimo y eliminar "la tensión informativa para no favorecer la contribución personal de destinatario" <sup>39</sup>.

Josefina Vilar distingue tres grandes vertientes de la función descriptiva en radio: la noticiosa (el periodismo), que debe informar rápido y de modo conciso ciertos acontecimientos; la científica, fruto de una reflexión más asentada y cuyo lenguaje se torna menos evidente y más abstracto; y la escolar, que informa para educar <sup>40</sup>.

Sin embargo, la autora indica que "es legítimo [que] detrás de cada acto informativo hay[a] una intención persuasiva" <sup>41</sup>. Esto, explica, debido al cúmulo de acontecimientos de los que se debe dar cuenta. Sólo unos cuantos son seleccionados y ordenados para su publicación, para informar.

Esta afirmación es apoyada por Eliseo Verón quien señala que "desde el punto de vista del estudio de la ideología encontramos mensajes cuya función aparente es descriptiva o referencial, y cuya función real no manifiesta es normativa" <sup>42</sup>.

El mismo autor distingue: "Cuando se trata de mensajes cuya función conativa (normativa, persuasiva) es manifiesta, cuando hay contenidos normativos que se comunican directamente preferimos hablar de propaganda y no de ideología" esencia del mensaje informativo <sup>43</sup>.

En la vertiente noticiosa, Vilar exalta tres géneros periodísticos y los enmarca como los más estables: la crónica, el reportaje y la entrevista. Sin embargo, no menciona las razones por las que la noticia o nota informativa es

---

<sup>37</sup> Eliseo Verón, *op. cit.*, p. 142

<sup>38</sup> Daniel Prieto Castillo, *op. cit.*, p. 40

<sup>39</sup> Umberto Eco, *op. cit.*, p. 193

<sup>40</sup> Josefina Vilar, *op. cit.*, p. 79

<sup>41</sup> *Id.*, p. 80

<sup>42</sup> Eliseo Verón, *op. cit.*, p. 142

<sup>43</sup> *Id.*

desdeñada, aunque no excluida pues la considera un "género propio" al que denomina "noticiero", sin entrar en más detalles.

Así, las funciones del lenguaje dominantes en periodismo son la conativa y la referencial.

La función conativa, persuasiva, es la que aparece con mayor frecuencia en los actos de propaganda y la publicidad <sup>44</sup>.

La distinción entre la propaganda y la publicidad queda establecida por las metas que persiguen estos modos de información masiva. La propaganda busca persuadir en relación a una serie de posiciones políticas. La publicidad es una forma de difusión que persigue influir en favor de la compra de un bien o servicio. Por lo que el fin de la publicidad es comercial y el de la propaganda es político <sup>45</sup>.

Aunque, en última instancia, la publicidad encierra una idea del mundo totalmente compatible con el orden social vigente, situación que la convierte en una variante de la propaganda.

Los mensajes propagandísticos o publicitarios suelen ser disfrazados de periodismo. Tal es el caso de las gacetillas.

Ya sea publicidad, propaganda o periodismo, todas estas manifestaciones aspiran a un propósito: persuadir. Esta es, al mismo tiempo, la meta de la retórica.

Retórica quiere decir *ciencia del habla* originalmente, pues "enseña a construir de manera artística el discurso" <sup>46</sup>. Esto puede ser mejor comprendido si partimos de los elementos que conforman esta *ciencia del habla*.

Para la autora mexicana Helena Beristáin, la retórica consiste en el "arte de elaborar discursos gramaticalmente correctos, olegantes y, sobre todo, persuasivos. Es además el arte de extraer especulativamente de cualquier asunto, una construcción de carácter suasorio" <sup>47</sup>.

Para Aristóteles la retórica es "la facultad de considerar en cada caso lo que cabe para persuadir" <sup>48</sup>.

---

<sup>44</sup> Josefina Vilar, *op. cit.*, p. 82

<sup>45</sup> Jean Marie Domenssch, *La propaganda política*, p. 8

<sup>46</sup> Ernst Robert Curtius, *Literatura europea y edad media latina*, t. 1, p. 99

<sup>47</sup> Helena Beristáin, *Diccionario de retórica y política*, p. 421

<sup>48</sup> Aristóteles, *Retórica*, p. 10



Esta sencilla pero sustanciosa definición permite la interpretación de que todos los hablantes utilizan la retórica. En general, todos aspiran a persuadir según la razón propia. Sólo algunos lo obtienen.

Umberto Eco identifica dos ramas en la retórica: una "como una técnica generativa, como posesión de mecanismos argumentales que permitan producir argumentaciones persuasivas basadas en una dialéctica moderada entre información y redundancia". La otra "como depósito de técnicas argumentales ya comprobadas y asimiladas por el cuerpo social. Esto es, como un depósito de soluciones ya codificadas, según las cuales la persuasión solamente confirma el código en parte, mediante una redundancia final"<sup>49</sup>. Es decir, el conjunto de frases hechas y opiniones adquiridas, acicates emotivos ya consumidos, pero que aún son eficaces para los oyentes desprevenidos<sup>50</sup>.

Suele identificarse la retórica con la segunda acepción. Tal es el caso de Daniel Prieto Castillo.

Prieto señala que el objetivo del mensaje retórico es persuadir, impactar al público, inclinarlo en favor de algo<sup>51</sup>.

El autor va más allá. Agrega que la función del lenguaje que predomina en retórica es la conativa y excluye la referencial.

Además desconoce la acepción lateral de Eco de la *ciencia del habla* al condenar el uso de la retórica ya que ella "apunta a conmover mediante lo que resulta verosímil, que no convencer según razón"<sup>52</sup>.

Compartimos la idea del autor de que la retórica en materia publicitaria "se refiere directamente a ejemplos a seguir presentados en algunos casos con cierto grado de sutileza y en otros de una manera francamente desembozada"<sup>53</sup>.

Y precisa que con este arte "se busca programar a nivel masivo las connotaciones, de uniformarlas. [...] Asistimos en nuestro tiempo, a una creciente monopolización del sentido"<sup>54</sup>.

Preferimos aceptar la retórica en las vertientes mencionadas por Eco. Renunciamos a concebirla como una forma unilateral de estructuración o

---

<sup>49</sup> Umberto Eco, *op. cit.*, p. 99

<sup>50</sup> *Id.*, p. 200

<sup>51</sup> Daniel Prieto Castillo, *op. cit.*, p. 40

<sup>52</sup> *Id.*, pp. 31 y 32

<sup>53</sup> *Id.*, p. 41

<sup>54</sup> *Id.*, p. 35

codificación de mensajes. Aunque esto no suprima la realidad: que la retórica como la entiende Prieto se encuentra, en general, en todas las presentaciones de los mensajes de los medios de información de masas.

Para su objetivo, la persuasión, la retórica cuenta con una serie de procedimientos para hacer creíble una argumentación. En retórica los argumentos son una especie de demostración que, a su vez, facilita el entendimiento para dar crédito a algo, para hacerlo verosímil.

Básicamente son dos: el entimema y el ejemplo.

El entimema es un razonamiento deductivo, un silogismo incompleto donde una de las premisas debe ser aportada por el interlocutor.

"Todos los insectos poseen seis patas. La avispa es un insecto." Tal es un entimema. El entimema es el más fuerte de los argumentos, dice Aristóteles <sup>55</sup>.

El ejemplo sigue el camino contrario, es un razonamiento inductivo que se basa en generalizaciones originadas en una figura ejemplar que reviste un modelo para que sea imitado <sup>56</sup>.

Si bien no son menos persuasivos los razonamientos mediante ejemplos, son más aplaudidos los razonamientos basados en entimemas <sup>57</sup>.

Para el que el mensaje retórico resulte más eficiente, la *ciencia del habla* hecha mano de otros elementos para adornar el mensaje y hacerlo más atractivo al oyente. Se trata de las llamadas figuras. Las figuras retóricas son un desvío de la expresión para lograr un efecto estilístico <sup>58</sup>.

Mas en el ambiente de los medios de difusión, Eco precisa: las figuras "no son sino embellecimientos gracias a los cuales el razonamiento parece algo nuevo, inusitado con una nota de información imprevista" <sup>59</sup>.

Existen decenas de figuras retóricas. Las más importantes son:

**Metáfora.** Figura importantísima <sup>60</sup> que se presenta como una comparación abreviada y elíptica. La metáfora ocurre cuando "una entidad está en lugar de otra en virtud de cierta semejanza" <sup>61</sup>.

---

<sup>55</sup> Aristóteles, *op. cit.*, p. 7

<sup>56</sup> Daniel Prieto Castillo, *op. cit.*, pp. 36 y 37

<sup>57</sup> Aristóteles, *op. cit.*, p. 13

<sup>58</sup> Helena Beristáin, *op. cit.*, pp. 211 y 212

<sup>59</sup> Umberto Eco, *op. cit.*, p. 196

<sup>60</sup> Helena Beristáin, *op. cit.*, p. 308

<sup>61</sup> Umberto Eco, *op. cit.*, p. 197

**Metonimia.** Consiste en nombrar un objeto mediante otro que guarda con el primero una relación de contigüidad <sup>62</sup>. Hay también metonimia cuando se toma la causa por el efecto, continente por contenido, el símbolo por lo simbolizado, lo abstracto por lo concreto, lo físico por lo moral <sup>63</sup>.

**Sinécdoque.** Es la representación de un término mediante otro cuando el segundo se encuentra en una relación de inclusión o de pertenencia lógica respecto del primero. Hay sinécdoque cuando se toma lo particular por lo general, lo singular por lo plural, el género por la especie, parte por todo, materia por objeto <sup>64</sup>.

De ahí que los objetos de la metonimia pueden ser considerados independientes uno del otro <sup>65</sup>.

**Antítesis.** Confrontación de dos sentidos. Su efecto es mayor cuanto mayor es la simetría de los elementos más antónimos en que se apoya <sup>66</sup>.

En el habla radiofónica, De Moragas menciona figuras como la ironía, la euforia y el énfasis del nombre propio.

La ironía es el empleo de una palabra con el sentido de su antónimo <sup>67</sup>.

La euforia está ausente de la bibliografía consultada. No obstante, ella, entendida como estado de ánimo más no como figura, es fácil de identificar en el cuadrante. Baste atender las transmisiones de las estaciones que difunden música tropical o ranchera, o recordar las emisiones de La Pantera de la Juventud, Radio 590, en las décadas de 1960 y 1970. Allí los conductores de los programas, hacían gala de un ánimo exagerado, eufórico, que puede ser ubicado en la función emotiva de las funciones del lenguaje.

El énfasis del nombre propio, figura acuñada por Miquel de Moragas <sup>68</sup>, consiste en destacar algún significado, en este caso de un apelativo. Respecto al énfasis solo, Helena Beristáin indica que es una figura que "subraya la intención de lo que se dice o aumenta su importancia, exagerándola" <sup>69</sup>.

Otras figuras frecuentes en el ámbito del periodismo en general son:

---

<sup>62</sup> *Id.*, p. 200

<sup>63</sup> James Finney, *Diccionario de lingüística*, pp. 121 y 122

<sup>64</sup> *Id.*, p. 167

<sup>65</sup> *Id.*, pp. 121 y 122

<sup>66</sup> Vital Gudbois, *Diccionario de lingüística*, p. 18

<sup>67</sup> Oswald Ducrot y Tzvetan Todorov, *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, pp. 318 y 320

<sup>68</sup> Miquel de Moragas, *op. cit.*, p. 278

<sup>69</sup> Helena Beristáin, *op. cit.*, p. 173

**Perífrasis.** Es la utilización de "una frase para decir lo que podría expresarse con una palabra" <sup>70</sup>.

**Elipsis.** Es la omisión de "expresiones que la gramática, la lógica exigen pero de las que es posible prescindir para captar el sentido. Este se sobreentiende del contexto" <sup>71</sup>.

**Anáfora.** "Es la repetición intermitente de una idea, ya sea con las mismas o con otras palabras. Los pronombres suelen cumplir esta función, pero también otras clases de palabras como los adverbios" <sup>72</sup>. "Se utiliza para insistir o hacer más claro un enunciado" <sup>73</sup>. En el noticiario analizado los encabezados de despedida son típicas anáforas.

**Silepsis.** "Ocurre como una falta de concordancia gramatical de género, persona, tiempo o número". Existe una concordancia *ad sensum* mas no formal<sup>74</sup>. Esta figura es frecuente en periodismo, sobre todo en materia de encabezados donde suele recurrirse al llamado presente histórico que es, al mismo tiempo, uno de los coeficientes de espectacularización identificados por Violette Morin <sup>75</sup>.

**Lítote.** Consiste en que "para mejor afirmar algo, se disminuye, se atenúa o se niega aquello mismo que se afirma; se afirma menos para significar más". Según algunos autores, la lítote "es una hipérbole, una ponderación al revés" <sup>76</sup>.

**Hipérbole.** Es cuando se subraya lo que se dice al ponderarlo con la clara intención de trascender lo verosímil. La hipérbole constituye una intensificación del sentido en dos posibles direcciones: "Aumentando el significado o disminuyéndolo" <sup>77</sup>.

**Redundancia.** Consiste en el empleo sistemático que hace la lengua de los signos superfluos que no aumentan la cantidad de información transmitida, pero "produce un efecto enfático [...], a mayor redundancia, menor información" <sup>78</sup>.

No obstante, la redundancia adquiere una "importancia capital en la red de comunicaciones de masa. Jakobson, lejos de encontrarla superflua le da una

---

<sup>70</sup> *Id.*, pp. 388 y 390

<sup>71</sup> *Id.*, pp. 162-164

<sup>72</sup> *Id.*, pp. 50 y 51

<sup>73</sup> Jacques Roggero, *op. cit.*, pp. 14 y 15

<sup>74</sup> Helena Beristáin, *op. cit.*, pp. 459-461

<sup>75</sup> Violette Morin, *El tratamiento periodístico de la información*, pp. 35-41

<sup>76</sup> Helena Beristáin, *op. cit.*, p. 302

<sup>77</sup> *Id.*, p. 251

<sup>78</sup> *Id.*, pp. 393 y 394, y 414 y 415

**función.** Considera que las características redundantes, del mismo modo que las **características distintivas** forman parte de las **características pertinentes**. Pierre Guiraud hace de esta función una condición *sine qua non* para la buena recepción del mensaje<sup>79</sup>.

Así, la retórica, empleada sistemáticamente, es uno de los medios de que se sirven los emisores de los medios de difusión para semantizar la información periodística.

La semantización está presente desde la elaboración de una nota periodística, por ejemplo, hasta la estructuración de un noticiero, un periódico, la programación de una televisora...

Las partes de la retórica se encuentran allí donde su presencia es imperceptible para el lector, escucha, televidente, desprevenido. Se transmite por connotación, metacomunicación. Se metacomunica.

En el nivel de la comunicación ocurre otra operación que constituye la organización del universo semántico, formada por "los actores, las funciones, las cualidades y los aspectos del acontecimiento" semantizado<sup>80</sup>.

La **temporalización**, primer elemento de la organización del universo semántico, consiste en hacer referencia a una secuencia de hechos de la cual forma parte el hecho central del que habla la nota.

La **contextualización** consiste en presentar un ámbito de la realidad más amplio "dentro cual se ubica el hecho central que motiva la nota".

La **explicación** es la mención manifiesta de las causas "sea cual fuese su tipo o grado de abstracción o generalidad".

La **circunstancialización** "es la operación consistente en presentar las situaciones concretas que anteceden inmediatamente al hecho central que lo siguen o que en general están inmediatamente asociados a él".

En la **descripción** se enumeran "los aspectos concretos del hecho central mismo (la hora, personas presentes). Abarca todas las referencias a elementos constitutivos del acontecimiento que se relata".

La **clasificación** se encarga de caracterizar un hecho "como miembro de una clase"<sup>81</sup>.

---

<sup>79</sup> Violette Morin, *op. cit.*, pp. 23 y 24

<sup>80</sup> José María Casasús, *op. cit.*, pp. 67 y 68

<sup>81</sup> Eliseo Verón, *op. cit.*, pp. 155-157

Otro nivel dentro del proceso de semantización es el de los operadores semánticos que son "categorías de uso muy institucionalizado en los medios masivos y de una enorme complejidad desde el punto de vista semántico porque están asociados a campos muy complejos de significados sociales [...]; son algo así como condensadores de significados" <sup>82</sup>.

Un operador semántico puede ser una palabra, un lema o un estereotipo. Es, por ejemplo, la marca de un producto como Coca Cola, el lema de algún gobierno, o bien alguna palabra extraída de la realidad social como la expresión *solidaridad*, muy utilizada por los medios de difusión para describir el comportamiento de los habitantes de la ciudad de México, luego de los terremotos de septiembre de 1985, retomada primero por el gobierno de Miguel de la Madrid y luego por el actual régimen de Carlos Salinas de Gortari, como designio de gran parte de sus políticas para los mexicanos pobres.

#### **4.2. Procedimientos paralingüísticos. Puentes con campanas características y cortinas musicales**

En la difusión por radio, además de los elementos lingüísticos, existen los factores paralingüísticos, que como las figuras en retórica, tienen la función de estimular la atención del oyente en uno u otro sentido para hacer más atractivo el mensaje. Emilio Prado en *Estructura de la información radiofónica* identifica tres factores incidentes en lo que él llama eficacia del mensaje radiofónico —en nuestro caso es la eficacia de la semantización del mensaje radiofónico—.

Se trata de la **claridad, la comprensibilidad y la audibilidad.**

La **claridad** está constituida por dos partes: la **claridad técnica** y la **claridad enunciativa.**

La **claridad técnica** consiste en una transmisión adecuada sin ruidos y "con una combinación acertada de los recursos expresivos del medio" <sup>83</sup>.

La **claridad enunciativa** abarca, a su vez, dos renglones: la **redacción** y la **locución.**

La **redacción**, uno de los aspectos básicos para la eficacia del mensaje radiofónico, es definida junto con la comprensibilidad, como el uso de códigos

---

<sup>82</sup> *Id.*, p. 180

<sup>83</sup> Emilio Prado, *Estructura de la información radiofónica*, p. 15

"asequibles a todos los niveles de culturales que componen la audiencia radiofónica" <sup>84</sup>.

La locución, por su parte, es dividida en cuatro aspectos: **vocalización, entonación, ritmo y actitud.**

El autor hispano recomienda que la "locución debe ser natural". Un texto, precisa, debe ser dicho, no leído. Hay que romper con la "expresión fría, impersonal, de máquina parlante" que presentan los locutores de radio <sup>85</sup>.

La expresión fría constituye, según Prado, una "arrogancia clásica (que) contribuye a establecer una barrera entre emisor y receptor, situando a aquél en un lugar inaceptable para el oyente que ve, así, agrandadas las dificultades de interacción que ya de por sí tiene la radio en su estructura actual" <sup>86</sup>.

Tal vez esta circunstancia es la que propicia el frecuente alejamiento de una gran masa del auditorio ante la programación de Radio Universidad de México. Sobre todo en el caso de los noticiarios porque los servicios informativos son leídos y no dan lugar a una mínima participación del locutor-lector y, mucho menos, del escucha.

La **vocalización** consiste en la pronunciación de "todas las sílabas o en atribuir a cada letra su sonido exacto" <sup>87</sup>.

Esta necesidad surge porque en radio el oyente no tiene posibilidad de pedir aclaraciones ni regresar a leer lo expresado.

Esta desventaja puede ser abatida mediante lo anotado por el autor y por una adecuada dosis de redundancia. Los noticiarios de Radio UNAM presentan todos los elementos a su favor en este sentido.

La **entonación** "debe describir una curva variable como la que [presentaría] la expresión oral cotidiana" <sup>88</sup>.

En cuanto al **ritmo**, la locución debe ocurrir como cuando uno habla, es decir, "articulamos las ideas con diferente velocidad, en función de lo que se nos va ocurriendo constantemente y de los estímulos que recibimos de nuestros interlocutores" <sup>89</sup>.

---

<sup>84</sup> *Id.*, pp. 16 y 22

<sup>85</sup> *Id.*, p. 16

<sup>86</sup> *Id.*, p. 15

<sup>87</sup> *Id.*, p. 18

<sup>88</sup> *Id.*, p. 19

<sup>89</sup> *Id.*, p. 20

La **actitud**, en materia de locución, es "la tendencia a expresarse amigablemente pero sin una afabilidad excesiva y ficticia que causaría efectos contrarios a los perseguidos" <sup>90</sup>.

En estos tres últimos aspectos, Radio UNAM al presentar sus noticiarios en una forma que denota que son leídos, expresa formas no cotidianas, un ritmo monótono y una actitud rayana en el burocratismo, por su inexpressividad.

La **audibilidad** se refiere a la necesidad de atraer la atención del oyente sin llegar a ser absorbentes. Se requiere dar tiempos de descanso al auditorio y permitirle pasar de un estado de escucha a otro de sólo oír <sup>91</sup>. En este sentido, tal vez, los noticiarios de las estaciones comerciales tengan una ventaja al permitir al oyente de un estado (actitud) de oír a otro de escuchar, ya que en el *Noticiero* de Radio UNAM analizado se transmitía sin pausas prolongadas. Difícilmente el oyente podría mantenerse escuchando todo el tiempo un noticiero de media hora efectiva de información. La ausencia de pausas que permitan cambiar de "actitud audible" impide que se mantenga la atención sobre el informativo.

Es el mismo caso que en las publicaciones impresas, donde el sentido implicado es la visión, cuando se recurre a un tipo de composición gráfica que presenta cantidades generosas de espacios en blanco —o bien el solo hecho de una clara definición del tamaño de una plana o una información— para propiciar si no un descanso, sí evitar la saturación de lector y, así, conservar su atención.

En la **audibilidad**, puesto que se trata de la necesidad de no saturar al oyente, encaja perfectamente el elemento retórico de la disposición de las partes del discurso informativo <sup>92</sup>.

La disposición es, quizá, una de las partes de mayor incidencia en la semantización de la información.

Ella involucra el orden en que la información es suministrada al oyente, la forma en que el mensaje periodístico esté articulado.

La semantización de la información se encuentra ya desde la articulación de un noticiero. La sola división patente, en caso de Radio UNAM, de un programa en secciones, responde a la operación semántica —en el nivel de la metacomunicación— llamada articulación.

---

<sup>90</sup> *Id.*, p. 21

<sup>91</sup> *Id.*, p. 22

<sup>92</sup> Eliseo Verón, *Construir el acontecimiento*, pp. 31 y 32



Casasús plantea que la articulación "consiste en las subdivisiones aparentes o explícitas que los emisores imponen al conjunto del material contenido en el medio. [...] Se trata del sistema de clasificación utilizado por cada medio para fraccionar el universo del cual se ocupa o sobre el cual informa" <sup>93</sup>.

Y explica que esta operación "constituye a veces una fórmula implícita o tácita de metacomunicar la importancia de determinados mensajes" <sup>94</sup>.

En materia de radiodifusión, la articulación suele presentarse por programas o por horarios.

En periodismo, en cuanto a noticias, la información principal es aquella que debe ser proporcionada en primera instancia.

Sucede lo mismo en el habla cotidiana: en general, decimos primero lo que más nos interesa.

En el caso de Radio UNAM, existen siete maneras de clasificación de la información o secciones, supeditadas a un orden de importancia, pero antes dependen de un orden geográfico:

-Introducción de encabezados de entrada (no contamos aquí con los encabezados de salida, pues son lo mismo que los de presentación);

-"Información nacional";

-"Centroamérica y el Caribe en la noticia";

-"Norteamérica";

-"Resto del mundo";

-"México y el mundo en cabezas".

Existe un solo sistema de clasificación de las opiniones, en la sección llamada "La opinión de hoy", donde la emisora transmite fragmentos de los puntos de vista institucionales de diferentes diarios de la capital de la República Mexicana.

En cada uno de los bloques noticiosos la emisora destaca en primer término una nota principal, la cual, a su vez, pertenece a un bloque del mismo tema que es el introductorio o el abridor de la sección.

Lo mismo sucede en la sección "México y el mundo en cabezas". No obstante, en la sección introductorio la difusora universitaria presenta una clasificación que toma las notas principales de cada bloque, con un predominio de los temas nacionales.

---

<sup>93</sup> José María Casasús, *op. cit.*, p. 67

<sup>94</sup> *Id.*

De allí que exista un orden jerárquico —de importancia— y geográfico en la clasificación y la exposición del material informativo. Por lo que la sección nacional es, debido a su ubicación en el servicio noticioso y su duración, la más importante de los noticiarios de Radio UNAM.

Al mismo tiempo, hay otras formas de clasificar la información según su relevancia. Se trata de disponer, ordenar, la información que no es de primera importancia junto a la verdaderamente importante.

Al ordenar el segundo tipo de reporte potencia al primero de dos formas: una, al estar la nota no importante junto a la importante, y dos, por estar dispuesta en el lugar —o el momento— donde suelen ser colocadas las notas importantes.

Así se semantiza también la información, pues se puede contrastar, equiparar dos o más temas, quedando el mensaje periodístico más y mejor precisado en cuanto a los intereses del emisor.

Los efectos sonoros también intervienen en el proceso de semantización de la información periodística.

Este recurso paralingüístico conforma un "amplio universo de posibilidades sonoras"<sup>95</sup>, que están clasificados en dos grupos:

**Efectos sonoros sustitutivos** de realidades o procesos físicos, como el caso del sonido que representa un tren en marcha, el galope de un caballo...

**Efectos sonoros no sustitutivos** que no corresponden a ninguna entidad física ni a ningún proceso físico, "como el caso de las señales horarias, las de concurso [...]"<sup>96</sup>.

En los noticiarios de Radio UNAM aparecen estos efectos no sustitutivos a los que hemos denominado "puentes con campanas características" porque ese sonido corresponde precisamente al utilizado para identificar la estación durante sus transmisiones. (CUADRO I.)

En el ámbito de los efectos no sustitutivos también se encuentra la música, que es "el sistema de superposición por excelencia. La música desempeña diversos papeles en la secuencia lineal de los signos", o sea del discurso radiofónico<sup>97</sup>.

La capacidad expresiva de la música rebasa a la radio, al grado de adelantarse a las experiencias más amargas para la humanidad.

---

<sup>95</sup> Miquel de Moragas i Spa, *op. cit.*, p. 276

<sup>96</sup> *Id.*

<sup>97</sup> *Id.*, p. 280

Hans Eisler el principal musicalizador de Bertold Brecht, a propósito de Arnold Schönberg, decía: "Mucho antes del descubrimiento de los aviones de bombardeo él [Schönberg] ha expresado los sentimientos de los hombres en los refugios antiaéreos" <sup>98</sup>.

Dentro del uso que la radio hace de la música, se distinguen la **música auxiliar** y la **música autónoma**.

La música auxiliar es la empleada para facilitar la continuidad de los signos "para pasar de un plano a otro en un guión radiofónico" <sup>99</sup>. Tal es el caso de las cortinas con música de una pieza de jazz-rock no expuesta totalmente y que permita pasar de una sección a otra del noticiario. (CUADRO 1.)

En el marco de la técnica radiofónica, la música se articula fácilmente con la voz humana o de otra unidad sonora y reaparece inmediatamente cuando estas unidades sonoras desaparecen <sup>100</sup>.

De este modo, la música "resalta, matiza, delimita el significado de la secuencia vocal, pero no llega a completar el significado de aquella, es decir, no aporta nuevos elementos de significación, pues se limita a destacar los ya existentes en el texto oral <sup>101</sup>. Por eso se afirma aquí que un segmento de significación —puentes, cortinas, etc.— no puede explicarse solo, únicamente en relación al contexto, es decir, junto a la palabra. (vid. 3.1.1.2. y CUADRO 1.)

En este sentido se puede afirmar que la música auxiliar es un elemento redundante en el mensaje radiofónico.

"La música es —como la imagen y mucho más que ella— polisémica, en el sentido de admitir distintas significaciones, según sea el contexto en el que se desarrolla" <sup>102</sup>.

Por ello, la música auxiliar también funciona como telón de fondo, o en alguna de las formas en que es utilizada en la cinematografía, por ejemplo como música de evocación.

La **música de evocación** es la que "anuncia cierta atmósfera a venir, o que llena de un modo vacíos psicológicos" <sup>103</sup>.

---

<sup>98</sup> Hans Eisler, citado por Gerog Luckacs, *Significación actual del realismo crítico*, p. 45

<sup>99</sup> Miquel de Moragas, *op. cit.*, p. 280

<sup>100</sup> *Id.*

<sup>101</sup> *Id.*, p. 281

<sup>102</sup> *Id.*, p. 202

<sup>103</sup> Giorgio Gaslini, *Música total*, p. 62

La música como telón de fondo suele ser suministrada por la radio: "Para el hombre obligado a defenderse a de los múltiples estímulos acústicos de la vida actual, ha venido a constituir una costumbre el hecho de escuchar música como simple telón de fondo sonoro. La música llega a penetrar muy bien en el subconsciente del hombre y producirle ciertos efectos **conmovedores**. [...] [La música] es un medio infalible de sugestión metódica" <sup>104</sup>.

Esta actitud de quien atiende música como telón de fondo se repite con la radio en cuanto a su programación en general. Aquí la escucha de la radio como telón de fondo es identificada como una escucha intermitente, pues la programación de la radio no recibe una atención privilegiada [absoluta] por parte del auditorio en virtud de que éste "normalmente está haciendo o pensando en otra cosa" <sup>105</sup>.

La música utilizada por los noticiarios de Radio UNAM en cuanto a los efectos sonoros no sustitutivos abarca las a rúbricas y las cortinas para dar un mejor tránsito dentro de la estructura del servicio informativo.

La rúbrica, introduce, anuncia y evoca la finalización el programa. Las cortinas marcan la separación, término e inicio —el paso— entre cada sección del noticiario.

Para la rúbrica se empleaba una marcha de tipo militar, con una melodía de fanfarria. Mientras que para las cortinas se usó una pieza de jazz del compositor francés Jean Luc Ponty, que daba la sensación de cambio, rapidez, agilidad y, al mismo tiempo, movimiento armonioso, de traslado de una temática o ámbito, a otro.

A propósito de jazz, el compositor italiano Giorgio Gaslini explica: "El jazz supone una participación en todos los niveles, puesto que está formado por estilo, inteligencia, sensibilidad y sobre todo por sinceridad musical" <sup>106</sup>.

Por su parte, la música autónoma es la que se divulga en obras completas, así sea una sinfonía, una cumbia, una balada. Es la música que tiene como objetivo la exposición de su contenido intrínseco.

Por ello "se define como una unidad aislable" en el análisis del discurso radiofónico <sup>107</sup>.

---

<sup>104</sup> Fred Prieberg, citado por Giorgio Gaslini, *op. cit.*, p. 101

<sup>105</sup> Josefina Vilar, *op. cit.*, p. 29

<sup>106</sup> Giorgio Gaslini, *op. cit.*, p. 78

<sup>107</sup> Miquel de Moragas i Spa, *op. cit.*, p. 280

#### **4.3. Procedimientos no lingüísticos.**

##### **Un ruido de 31 segundos: aquí no pasa nada**

En radiodifusión los recursos no lingüísticos están constituidos, en general, por los ruidos y la música autónoma.

En el caso que nos ocupa, la música autónoma está ausente.

En cambio, hay ruido.

Estos elementos del mensaje radiofónico aunque posean un carácter no lingüístico no son menos significativos. Por su manera de hacerse presentes, es como adquieren sentido.

En los noticiarios de Radio UNAM analizados encontramos un solo caso de ruido en la transmisión. Ocurrió el 12 de julio cuando, durante un bloque de noticias sobre el tema electoral —entre una información referida al candidato presidencial del Frente Democrático Nacional, Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano, y antes de una nota sobre los reportes de la prensa extranjera sobre los comicios—, la transmisión se interrumpió unos 31 segundos.

Durante ese tiempo las voces de los locutores-lectores se alcanzan a escuchar como cuchicheos, algo imperceptible para el auditorio en general. (*vid.*

##### **3.1.1.2.)**

Por la forma de haber aparecido, este ruido —interpretado acá como interferencia— adquirió una relevancia capital dado el momento político que México vivía y por el momento noticioso divulgado por la emisora universitaria.

"Por radio puede transmitirse sólo música o sólo palabras, pero difícilmente sólo ruidos, ya que éstos necesitan anclarse en la significación de la enunciación lingüística o formar parte de la composición musical" <sup>108</sup>.

Si nos basamos en esta consideración para interpretar la única ocasión en que se registró ruido durante los noticiarios analizados, sacamos como conclusión que la interferencia en la transmisión del 12 de julio de 1988 fue deliberada, por parte de la emisora universitaria o de alguna instancia con capacidad técnica para obstaculizar las transmisiones. Una de ellas, el gobierno.

Por otra parte, los locutores-lectores, al no haber reportado nada al respecto ante el auditorio, se puede decir que se trató de un accidente sin más. Aunque también una reacción silenciosa de los locutores lectores ante un accidente puede esperarse de una estación tan rígida.

---

<sup>108</sup> Josefina Vilar, "El sonido radiofónico", p. 31

#### **4.4. Radio UNAM: entre el discurso oficial y el sensacionalismo.**

##### **Un tema y cinco notas clave**

Sobre la base de que el tema clave para este trabajo son las elecciones presidenciales mexicanas de julio de 1988, procedemos ahora a establecer el tipo de información sobre el que realizaremos el mayor acercamiento para completar el examen que comprende el análisis estructural.

En materia de noticias, sólo cinco son las notas informativas sobre las que volcamos nuestro esfuerzo desde ahora. El lector se preguntará por qué tan pocos reportes.

Del cúmulo de información vertida por la emisora universitaria en torno a los comicios (*vid.* 3.1.6.) y de acuerdo con los parámetros que hemos establecido (la importancia de un acontecimiento periodístico radica en el tiempo que le sea dedicado y, sobre todo, el orden que esa información guarde dentro de una emisión de este tipo), sólo en cinco notas, de un total de 12, a Radio Universidad Nacional Autónoma de México le interesó destacar en primer lugar la información electoral en su escaparate, la estratégica sección introductoria llamada aquí "Encabezados de presentación".

Son sólo cuatro notas con estos requisitos. Sin embargo analizaremos una más debido a que la correspondiente al 11 de julio si bien fue enunciada en los "Encabezados de presentación", a la hora de desarrollarla en la sección nacional, fue desplazada al sexto sitio en el orden de la información. Estudiaremos este caso aunque represente una reducción notable en la valoración de dicho reporte por parte de la emisora.

El resto de las cabezas principales, con el tema electoral como motivo central, si presentaron correspondencia entre la cadencia de la estratégica sección de "Encabezados de presentación" y la sección más amplia y nutrida del noticiario, "Información nacional".

El tema electoral recibió, además, un tratamiento en materia de encabezados de periódicos —sección "México y el mundo en cabezas"—, y otro en materia de editoriales —sección "La opinión de hoy"—; aunque en ninguno de estos casos el tratamiento fue tan intensivo, en todos los niveles de la producción del informativo, como en lo que se refiere a noticias. Ambos aspectos se tratarán en este apartado.

A continuación exponemos el análisis de los encabezados principales y sus correspondientes notas que manejaron el tema electoral.

De 12 emisiones registradas —todas inmediata y consecutivamente posteriores a los comicios presidenciales del 6 de julio de 1988— en cinco de ellas Radio UNAM presentó como su información principal los siguientes aspectos del proceso electoral mexicano:

**Lunes 11 de julio de 1988:**

"Protesta la oposición ante la Comisión Federal Electoral por la lentitud y entrega de los resultados" (*sic*).

**Miércoles 13:**

"El presidente Miguel de la Madrid se comprometió a mantener el orden público y la soberanía nacional en esta etapa del proceso electoral".

**Jueves 14:**

"Los resultados finales de las elecciones dan el 50 punto 36 por ciento a Salinas de Gortari, el 31 punto 12 a Cárdenas y el 17 punto 07 a Manuel Clouthier".

**Lunes 18:**

"Preocupa a los círculos financieros de Estados Unidos los resultados electorales de México".

**Miércoles 20:**

"La Presidencia de la República señala que las elecciones fueron insólitas y limpias".

Son cuatro los tipos de encabezamiento que Jacques Kayser identifica: indicativos, y explicativos, los menos frecuentes en el periodismo actual por ser más bien informativos; y los encabezados orientados y los sensacionalistas, los más frecuentes, cuyo rasgo central es su dinamismo y su falta de fidelidad a la nota <sup>1</sup>.

Todos estos factores inciden en el juicio del escucha, pues, como indica Kayser, "el dinamismo del contenido juega un papel esencial. El 'choc' inicial del lector, influye durablemente sobre su juicio " <sup>2</sup>.

---

<sup>1</sup> Jacques Kayser, *El diario francés*, p. 165

<sup>2</sup> *Id.*

Para analizar sistemáticamente los encabezados y las notas propuestos elaboramos los siguientes esquemas:

**Fecha:**

**Encabezado:**

**Nota:**

**¿Qué tipo de cabeza es?**

**¿La cabeza se apega al texto?**

**Esa misma información fue presentada por los periódicos *Excélsior*, *La Jornada*, y *El Nacional* de la siguiente forma:**

***Excélsior:***

**Número de columnas y ubicación**

***La Jornada***

**Número de columnas y ubicación**

***El Nacional***

**Número de columnas y ubicación**

**Disposición de la información en el cuerpo del noticiario**

**Disposición de la nota en el tiempo (fecha de publicación)**

**Ítems, operadores semánticos**

A continuación se presenta el examen realizado a varias notas y encabezados con base en el esquema propuesto.

Decidimos confrontar la aparición de las notas y encabezados de referencia ante tres diferentes diarios en una elección consciente de que *Excélsior* es el diario más amplio en su volumen y en contenido noticioso; *La Jornada* por ser un periódico leído en amplios círculos universitarios donde goza de gran aceptación; *El Nacional* por ser el diario del gobierno mexicano y cuya posición es, o debiera ser, la más oficialista en la prensa escrita del país.

**Fecha:**

Lunes 11 de julio de 1988

**Encabezado:** "Protesta la oposición ante la Comisión Federal Electoral por la lentitud y entrega de los resultados" (*sic*).



**Nota:**

**"Locutor-lector**

**Napoleón Glockner:**

"La oposición política protestó ante la Comisión Federal Electoral porque al dar a conocer los resultados parciales adjudica triunfos al partido en el poder.

**Reportero**

**Isaac Domínguez:**

"Ante los resultados que ha estado proporcionando la Comisión Federal Electoral, los partidos políticos de oposición han mostrado su total desacuerdo, debido a que, según el diputado Jorge Amador Amador, se están manejando en forma parcial y éstos deben de darse a conocer en su totalidad.

"Por su parte, la Comisión Federal Electoral, que ha estado sesionando toda la noche para dar a conocer estos resultados electorales, informó que habrá un receso y se reunirán por la tarde para desahogar los últimos resultados de estas elecciones presidenciales.

"Lo cierto es que la oposición política que ya logró varias posiciones, comienza a dar a conocer su descontento porque se han remitido, dicen, según, a robo de urnas en varias casillas electorales, donde afirman que ganaron, ha habido alteraciones de actas y afirmaron que hasta sorprendieron a un individuo rellenando urnas y lo demuestran con el veredicto de un acta notarial.

"Por lo pronto los resultados de la Comisión Federal Electoral van dando sorpresas y sobresaltos a muchos candidatos. Así, el Partido Acción Nacional ganó varias diputaciones en el Distrito Federal; el Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional, obtuvo varios escaños en el Senado. En conclusión, la oposición política salió fortalecida de esta lucha electoral.

"El Partido Revolucionario Institucional cedió ante el empuje de los electores varios distritos, no sólo en la Ciudad de México, sino también en varios estados de la República.

"Por el momento es todo, para Radio Universidad Nacional Autónoma de México, informa: Isaac Domínguez [108 segundos]."

**¿Qué tipo de cabeza es?**

Sensacionalista.

**¿La cabeza se pega al texto?**

Negativo.

**Esa misma información fue presentada por los periódicos *Excélsior*, *La Jornada* y *El Nacional* de la siguiente forma:**

*Excélsior* no la publicó, aunque este diario presentó un amplio panorama de cómo marcha hasta hoy el proceso electoral. Por ello, la nota de la emisora es enteramente de ella y prueba es que el reportero Isaac Domínguez dio lectura de la misma. No obstante, este reporte abarca algunos de los aspectos que presenta la información de *Excélsior* hoy en su primera plana <sup>3</sup>.

*La Jornada* tampoco presentó esta información; aunque sí dio cuenta del proceso electoral en la totalidad su primera plana.

*El Nacional* no publicó ni esta nota ni una información equivalente.

**Disposición de la información en el cuerpo del noticiario:**

La nota ocupa el sexto lugar de la sección principal, "Información nacional". Es la información inicial de un bloque de notas electorales pero viene después de un conjunto de cinco notas económicas consecutivas. Lo que significa una desarticulación en el manejo del tema electoral dentro del servicio informativo. Por otra parte, representa una valoración notablemente desfavorable hacia este despacho que, curiosamente, corresponde a un trabajo reporteril de la emisora. En adelante, no aparecen informes de reporteros de la difusora en relación a los comicios, que sean destacados en primera instancia.

**Disposición de la nota en el tiempo (fecha de publicación):**

---

<sup>3</sup> *Excélsior*, 11 de julio de 1988, p. 1

Es el quinto día después de las elecciones y la vez primera que un encabezado electoral es destacado como el principal del noticiario. Aunque, como hemos dicho, esto no fue ratificado en el cuerpo del noticiario.

**Ítems:**

"Protesta la oposición";

"Comisión Federal Electoral" (CFE); y

"resultados".

"Protesta la oposición" es el operador semántico de la cabeza, la parte más significativa ya que es el lugar que concentra el dinamismo del titular, justo en el momento en que la emisora decide destacar como principal el tema electoral tras cinco días de realizados los comicios. Es significativa pues es una expresión muy de acuerdo con lo que un amplio sector de la población esperaba escuchar en medios como la radio: la postura de la oposición política mexicana ante la ausencia de unos resultados electorales muy anunciados por la propia CFE.

Es significativa la cabeza porque es la única ocasión en que Radio UNAM dio voz en primer término a la oposición, abriendo aparentemente una brecha en los medios para que dejara de escucharse el discurso oficialista abrumadoramente reproducido por periódicos, revistas, la radio y la televisión.

No obstante, al confrontar este encabezado con su origen, una nota informativa del reportero de la RU Isaac Domínguez, dispuesta en sexto lugar de la sección de "Información nacional" —apartado más importante del servicio noticioso—, el encabezado carece de sustento.

Puede observarse la ausencia de concordancia entre por lo menos dos niveles de la información. Por un lado, la nota, elaborada por Domínguez, y por otra, la cabeza y la introducción de la nota, efectuadas por la redacción de la RU.

Una cosa es que la oposición, como dice el reportero, haya "mostrado su total desacuerdo" por la forma parcial en que la CFE ha estado proporcionando los resultados, así como que la oposición "comience a mostrar su descontento" -por tres motivos: robo de urnas en varias casillas electorales, alteraciones de actas y el relleno de urnas, acción en la que fue sorprendido un individuo- y otra muy distinta lo que dicen la cabeza y la introducción de la nota que la oposición protestó por dos motivos.

Según la cabeza por "la lentitud y entrega de los resultados", y según la introducción porque al "dar los resultados parciales [la CFE] adjudica triunfos al partido en el poder".

En realidad, de acuerdo con la nota —base de toda cabeza e introducción—, la oposición "comenzó" a mostrar su descontento por la difusión de resultados parciales, es decir, por la ausencia de resultados globales.

Las acciones que la cabeza e introducción adjudican a la oposición, dos protestas, no ocurrieron, de acuerdo con la nota. Por eso decimos que el encabezado es sensacionalista.

Hay sensacionalismo ya que las protestas, acciones mencionadas por la mesa de redacción de la emisora y no por el reportero, vienen a ser más bien un "total desacuerdo" con la CFE por parte de la oposición y un incipiente descontento por diversas formas de fraude electoral que, vistas en conjunto, son casos aislados.

El ítem "Comisión Federal Electoral" es el operador semántico de contextualización que permite al escucha precisar el tema de que trata la nota en cuestión.

En todos los encabezados se presentó por lo menos una expresión que permitió ubicar el asunto de que trataba la nota.

El tercer ítem en este encabezado es el operador semántico "resultados", el objeto por el que electores y candidatos se lanzan a la liza política en busca del triunfo. Este día, el 11 de julio, aún no hay resultados globales.

Estos fueron prometidos por el gobierno, la CFE, antes de los comicios, pero aún no llegan.

*"Hubo un nuevo receso, en espera de esos resultados, y José Newman Valenzuela, director del Registro Nacional de Electores, insistió —en plática con varios reporteros— que esa misma tarde [miércoles 6 de julio], poco después de las 18 horas, se conocerían los 'resultados oficiales, preliminares pero confiables', de la elección de Presidente de la República. Explicaba:*

*"Un complejo mecanismo de información y procesamiento de datos en computadora permitirá disponer de un muestreo suficientemente indicativo de las votaciones en las 54 mil 641 casillas instaladas en todo el país"<sup>4</sup>.*

---

<sup>4</sup> Elias Chávez, "Se cayó el sistema" afloran las dudas. Jornadas de titubeos del secretario de Gobernación", en *Proceso*, número 610, p. 22

Finalmente, el 45 por ciento de las actas electorales fue ocultado <sup>3</sup>.

Este es el quinto día después de las elecciones presidenciales mexicanas; los resultados brillan por su ausencia y Radio UNAM —en el marco de la primera y principal información de cada día—, no ha situado al radioescucha en la esencia del proceso electoral: los resultados. No porque no los haya, sino porque periodísticamente hay que andar tras ellos.

Esta es la primera ocasión que la emisora coloca, en uno de los lugares fundamentales y en primer orden tanto el tema electoral como el aspecto noticioso de los resultados.

Estos son sólo tres ítems localizados pues la cabeza es confusa a partir de la expresión "lentitud y entrega de los resultados". En todo caso la cabeza debiera decir:

"Protesta la oposición ante la Comisión Federal Electoral por la lentitud en la entrega de los resultados".

En conclusión, se trata de una nota con un aparente manejo positivo para la oposición política mexicana, pero con un tratamiento (semantización) exagerado por parte de la redacción de la emisora (cabeza e introducción). Lo que redundó en sólo un espejismo de tratamiento responsable de la información y dio una idea vaga del accionar político de la oposición.

**Fecha:**

miércoles 13 de julio de 1988.

**Encabezado:**

"El presidente Miguel de la Madrid se comprometió a mantener el orden público y la soberanía nacional en esta etapa del proceso electoral."

**Nota:**

**"Locutora-lectora**

**Sabrina Gómez:**

"México está inmerso en un proceso electoral renovado de importancia histórica, con lo que se marca el inicio de una nueva etapa del sistema político nacional, por ello es imprescindible que todos los partidos en disputa por la

---

<sup>3</sup> Lorenzo Meyer, "Aún no llega la democracia electoral. Subsiste la incredibilidad", en *Excelsior*, miércoles 17 de abril de 1991, pp. 1 y 23

primera magistratura de la nación actúen en la defensa del voto con base en la democracia y la legalidad y no con intenciones de desestabilización.

**"Locutor-lector**

**Napoleón Glockner:**

"Lo anterior fue afirmado por el presidente Miguel de la Madrid durante la celebración del día del abogado que tuvo lugar ayer en el Palacio de Bellas Artes, quien indicó además que los resultados que dé a conocer hoy la Comisión Federal Electoral respecto al cómputo de los votos en ningún momento deben ser considerados como inexactos o manipulados porque son cifras que se basan en la ley constitucional [*44 segundos*]."

**¿Qué tipo de cabeza es?**

Orientada

**¿La cabeza se apega el texto?**

No, pues la nota se refiere a una serie de declaraciones del presidente mexicano acerca de los comicios. Si bien de ella se trasluce o se desprende una amenaza a quienes pongan en duda el proceso electoral, en ningún momento se dice en la nota que De la Madrid se comprometió "a mantener el orden público y la soberanía nacional".

**Esa misma información fue presentada por los periódicos *Excélsior*, *La Jornada* y *El Nacional* de la siguiente forma:**

*Excélsior* además de haber publicado esta información la consagró como la nota principal del día. Asimismo, este encabezado de *Excélsior*<sup>6</sup> fue presentado por el noticiero matutino de Radio UNAM en su sección "México y el mundo en cabezas".

*La Jornada* también incluyó esta información. No fue la nota principal del día, pero sí figuró en la primera plana del diario, donde el tema electoral predominó totalmente<sup>7</sup>.

---

<sup>6</sup> *Excélsior*, miércoles 13 de julio de 1988, p. 1

<sup>7</sup> *La Jornada*, miércoles 13 de julio de 1988, pp. 1 y 6

*El Nacional* publicó esta información como *Excélsior*, la nota principal <sup>4</sup>.

**Disposición de la información en el cuerpo del noticiario:**

Es el primer reporte del noticiario. Es la primera vez que la RU hace concordar el encabezado con una nota para convertirlos en los elementos periodísticos principales de la emisión.

Esa nota precede a una serie de despachos desligados del proceso electoral. Se trata de seis reportes sobre economía nacional y uno sobre política nacional (una denuncia de un investigador de que sectores empresariales y eclesiásticos mexicanos han emprendido una campaña contra los libros de texto gratuitos).

Vista en conjunto, la nota electoral inicialmente enunciada quedó aislada del resto de sus semejantes (siete notas electorales colocadas después de la declaración pro libro texto gratuito). Esto merece la interpretación de que a la nota inicial —pese a su escasa duración— se le concedió un nivel de significación superior en detrimento del resto de los reportes electorales. Debido a esta fragmentación o dispersión, un escucha común al atender la primera nota electoral y luego las siete notas consecutivas sobre otros temas, simplemente piensa que la información electoral se ha agotado hasta el momento.

No sólo eso. En los "Encabezados de presentación" el reporte electoral inicial es enunciado seguido de tres titulares de economía nacional. Para ese momento ha sido borrado todo indicio de información electoral mencionado en un principio.

**Disposición de la nota en el tiempo (fecha de difusión):**

Esta es la primera cabeza y nota informativa que la emisora universitaria destaca en primera instancia, después de siete días de celebradas las elecciones presidenciales.

Independientemente del encabezado del día 11 analizado esta es la primera nota principal destacada en los dos niveles exigidos aquí.

**Ítems:**

- "Proceso electoral renovado de importancia histórica";
- "Es imprescindible que la defensa del voto se haga con base en la democracia y la legalidad y no con intenciones de desestabilización";

---

<sup>4</sup> *El Nacional*, miércoles 13 de julio de 1988, p. 1

-"[Los resultados que presentará la CFE] en ningún caso deberán ser considerados como inexactos o manipulados".

-"[Los resultados] son cifras que se basan en la ley constitucional"; y

-"Orden público" y "soberanía nacional".

El primer ítem identificado presenta, como los cuatro restantes y todos los conceptos de la nota, interpretaciones del jefe máximo de México sobre el proceso electoral. La declaración presidencial suena fuerte, pero omite explicar por qué éste es un proceso electoral de importancia histórica.

Todo proceso electoral posee una importancia histórica. La omisión de dicha explicación es una de las desventajas que el radioescucha padece al enfrentar la reproducción de un discurso oficial; el cual, al no recibir tratamiento periodístico, explicativo, simplemente resulta aburrido.

El segundo ítem presenta la primera parte de una figura retórica fundamental, una antítesis, en la que se confrontan las ideas: el presidente llama a los partidos para que actúen en defensa del voto "con base en la democracia y la legalidad", en oposición a proceder "con intenciones de desestabilización".

El tercer ítem es el desarrollo intensivo de la antítesis identificada: los resultados que hoy, 14 de julio, presentará la CFE "en ningún caso deberán ser considerados como inexactos o manipulados".

Por un lado se encuentran el actuar "con base en la democracia y la legalidad" (tercer ítem) y la instancia gubernamental CFE (cuarto ítem) que es la parte que representa a la democracia y la ley, (ella es quien prepara y efectúa las elecciones).

Del otro lado se encuentra actuar "con intenciones de desestabilización" y la parte que materializa esa acción: "considerar" los resultados como "inexactos y manipulados". Es, decir quienes estarían fuera de la ley.

El tercer ítem, además, remata con la razón que impide interpretar los resultados —la piedra de toque para establecer la antítesis— de la CFE "como inexactos o manipulados": los resultados "se basan en la ley constitucional".

De esta forma, la CFE está planteada como una instancia neutral. Lo neutral se asocia con lo justo, lo legal. Por lo tanto, lo legal es lo válido. Así, la CFE dice la verdad, aunque incumpla el compromiso de entregar resultados a tiempo.

El cuarto ítem es el del encabezado. Es precisamente lo que hace al titular del tipo orientado:

"Mantener el orden público y la soberanía nacional".



Este último factor fue omitido en la nota, pese que constituye una amenaza velada a todo el que dude del proceso electoral —en un momento que existen más motivos para impugnar los comicios—, principalmente a la oposición.

En conjunto, estas son las ideas que se contrastan en la antítesis del discurso de Miguel de la Madrid, reproducido como la nota informativa principal del noticiario matutino de Radio UNAM, el miércoles 13 de julio de 1988:

Por una parte se encuentran

- "Mantener el orden público y la soberanía nacional", elemento informativo ubicado en el encabezado y, aunque se omitió respaldarlo en el cuerpo del noticiario, constituye una amenaza.)

- "Democracia y la legalidad".

- "Comisión Federal Electoral", cuyos resultados se basan en la "ley constitucional".

Frente a:

"[Actuar con] intenciones de desestabilización"; y

"considerar inexactos o manipulados [los resultados electorales]".

**Fecha:**

Jueves 14 de julio de 1988.

**Encabezado:**

"Los resultados finales de las elecciones dan el cincuenta punto treinta y seis por ciento a Salinas de Gortari; el treinta y uno punto doce a Cárdenas; y el diecisiete punto cero siete a Manuel Clouthier".

**Nota:**

**Locutora-lectora**

**Leticia Montaña:**

"La Comisión Federal Electoral dio a conocer que la votación total en los pasados comicios fue de treinta y ocho millones setenta y cuatro mil novecientos veintiséis votos, con una abstención del cuarenta y ocho punto cuarenta y dos por ciento.

**Locutor-lector**

**Napoleón Glockner:**

"El PRI obtuvo nueve millones seiscientos cuarenta y un mil trescientos veintinueve sufragios, cincuenta punto treinta y seis por ciento; Cárdenas, cinco millones

novecientos cincuenta y seis mil novecientos ochenta y ocho, correspondiente al treinta y uno punto doce por ciento; el PAN, tres millones doscientos sesenta y siete mil ciento cincuenta y nueve, lo que es el diecisiete punto cero siete por ciento; Gumersindo Magaña, el uno punto cero cuatro por ciento del total: y, finalmente, Rosario Ibarra el cero punto cuarenta y dos por ciento.

**Leticia Montaña:**

"Ante tal situación, informa la Comisión Federal Electoral, los partidos Revolucionario de los Trabajadores y Demócrata Mexicano pierden su registro electoral al no haber acumulado el porcentaje que se requiere para mantener su membrete.

**Napoleón Glockner:**

"El organismo electoral informó además que el PRI contará con 260 diputaciones y la oposición con 240, mientras que el Senado tendrá sesenta escaños para el partido en el poder por cuatro representantes del Frente Democrático Nacional [73 segundos]."

**¿Qué tipo de cabeza es?**

Indicativa.

**¿La cabeza se pega al texto?**

Totalmente.

**Esa misma información fue manejada por los diarios *Excélsior*, *La Jornada* y *El Nacional* de la siguiente forma:**

De *Excélsior* fue la nota principal <sup>9</sup>.

*La Jornada* dedicó enteramente su primera plana a este evento <sup>10</sup>.

*El Nacional*, como *Excélsior*, presentó esta información como su principal<sup>11</sup>.

---

<sup>9</sup> *Excélsior*, jueves 14 de julio de 1988, p. 1

<sup>10</sup> *La Jornada*, jueves 14 de julio de 1988, p. 1

<sup>11</sup> *El Nacional*, jueves 14 de julio de 1988, p. 1

**Disposición de la información en el cuerpo del noticiario:**

Es la primera nota de la sección de "Información nacional". Al mismo tiempo, preside un bloque continuo de ocho notas electorales.

**Disposición de la nota en el tiempo (fecha de publicación):**

Es la segunda ocasión consecutiva que la emisora publica como principal una nota de carácter electoral.

No sólo es la nota más importante del noticiario, sino que es la más importante para el país. El hecho marca el destino de casi 80 millones de mexicanos para los próximos seis años.

Es justo la nota esperada desde la madrugada del seis de julio, cuando Jorge de la Vega Domínguez, secretario general del PRI proclamó en el cuartel general del partido la victoria de Carlos Salinas de Gortari.

Obviamente, una nota como esta es la esperada en todos los países donde se realizan elecciones para renovar gobierno. Sólo que en México la espera duró una semana.

Es el tema que día a día hasta por lo menos hoy, jueves 14 de julio, Radio UNAM debió publicar en primera instancia e incumplió, pues durante una semana el país vivió una incertidumbre política, por la carencia de resultados electorales y por las impugnaciones de fraude electoral reclamadas principalmente por la oposición.

**Ítems:**

"La Comisión Federal Electoral dio a conocer que la votación total en los pasados comicios...";

"el PRI obtuvo...";

"Cárdenas...";

"El PAN...";

"Gumersindo Magaña...", y

"Rosario Ibarra..."

Estos ítems están íntimamente ligados a la estructura de la nota. Ella está articulada de tal forma que da a entender que es totalmente indicativa, pues en ningún momento declara abiertamente quién es el triunfador y quiénes los derrotados.

Tampoco muestra indicios de beneplácito por la victoria priísta.

Simplemente aporta datos: tal partido, tantos votos, tal porcentaje, etc. De modo que el escucha saca sus cuentas y obtiene el resultado.

El manejo de la información, así, posee la connotación de la imparcialidad. Ya el día anterior, al reproducir las palabras de Miguel de la Madrid, Radio UNAM destacó, por encima de todo, que la CFE era la instancia legal —sinónimo de neutralidad, imparcialidad y democracia—, cuyos resultados debían permanecer al margen de la duda.

Encontramos que existe un manejo elíptico de la información, por la manera de brindar los datos, friamente. También hay una figura retórica importante, la litote, en la que al decir menos se significa más; por lo que decimos que Radio UNAM, al presentar el escueto reporte de la CFE, el informe adquiere la connotación de que Salinas de Gortari ganó y el resto de los contendientes perdieron; dos de ellos además se van a casa porque alcanzaron un porcentaje insuficiente para mantener su registro electoral.

La nota comporta una estructura fría, manifestada por frecuentes y aparentemente incuestionables apariciones de números. Cada uno de los cuatro párrafos habla de cifras: millones, el primero y el segundo; el tercero, si bien omite precisar un número, sí reporta la pérdida de registro del PDM y el PRT, justamente por eso, por carecer de cifras altas; el cuarto párrafo vuelve con las cifras, cientos y decenas. Cifras, cifras...

Para completar el cuadro, el reporte del *Noticiero* universitario indica también el grado de abstencionismo: 48.42 por ciento, cifra que —curiosamente— no es presentada en millones, como el número total de votos. El verdadero triunfador fue, entonces, el abstencionismo.

**Fecha:**

Lunes 18 de julio de 1988.

**Encabezado:**

"Preocupa a los círculos financieros de Estados Unidos los resultados electorales de México".

**Nota:**

"Locutora-lectora

**Sabrina Gómez:**

"El problema de la deuda externa en América Latina en los próximos cambios presidenciales en Latinoamérica, en donde toman fuerza los candidatos izquierdistas, están provocando que en la región se lleve a cabo una

radicalización sobre la política para negociar el débito foráneo de los países endeudados del área.

**"Locutor-lector**

**Napoleón Glockner:**

"Lo anterior fue advertido con preocupación por círculos políticos y financieros de Estados Unidos, quienes al analizar los resultados preliminares de las elecciones mexicanas, precisaron que el Revolucionario Institucional está en decadencia, en el sentido de que por primera vez, luego de 57 años de triunfo, pierde fuerza ante el Frente Democrático Nacional, encabezado por Cuauhtémoc Cárdenas.

**"Sabrina Gómez:**

"En tanto, trascendió en Venezuela, Argentina y Brasil, en donde están próximos a realizarse comicios electorales [sic] para elegir nuevos presidentes, que el camino que tome México respecto a su política de renegociación de adeudo será la pauta a seguir en toda la región, situación que inquieta a todos los economistas norteamericanos, al grado de pensar en mayores facilidades y créditos para las naciones endeudadas [62 segundos]."

**¿Qué tipo de cabeza es?**

Sensacionalista.

**¿La cabeza se pega al texto?**

Sí. Esto comporta una contradicción, puesto que si la cabeza se pega al texto, no tiene por qué ser sensacionalista. Sin embargo, tanto la nota como su cabeza son sensacionalistas pues se basan en datos equivocados.

**Esa misma información fue presentada por los diarios *Excélsior*, *La Jornada* y *El Nacional* de la siguiente forma:**

***Excélsior* y *El Nacional* la omitieron.**

*La Jornada*<sup>12</sup> publicó algo en su página 3 con las siguientes características:

---

<sup>12</sup> *La Jornada*, lunes 18 de julio de 1988, p. 3

Se trata de la información principal de la sección "El país". Es un encabezado a tres columnas en dos niveles de un tamaño regular, 30 puntos, y con un antetítulo al mismo ancho de 14 puntos.

La nota ocupa la mayor parte de la página y está desplegada a cuatro columnas, el ancho de las planas de *La Jornada*.

El reporte comparte el espacio de la página 3 con el trabajo del cartonista estelar del diario, Magú, a dos columnas; y dos notas sobre los comicios: una de la agencia italiana ANSA, a dos columnas, y otra de Prensa Latina a una columna.

Escribe *La Jornada*:

## **Desconcertó a analistas el resultado de los comicios en México Temor en EU por una radicalización en AL sobre el problema de la deuda**

En *La Jornada* se lee: al ser "la deuda una importante cuestión de política interna en México, la pérdida por parte del partido gobernante de su virtual hegemonía monolítica en ese país en las últimas elecciones sorprendió a expertos en asuntos latinoamericanos, quienes ahora creen advertir que se avecina una ola de cambios políticos en la región".

El despacho, de la agencia británica Reuter, toma implícitamente como base la conclusión de las elecciones mexicanas al decir que el PRI *perdió su virtual hegemonía política* y no al contrario, como presentó Radio UNAM —que además calla de qué agencias provienen sus textos—: que hay temor en Estados Unidos por el avance de la izquierda, pero que ese temor está fundamentado en un análisis de *los resultados preliminares* de las elecciones mexicanas.

Lo de menos sería eso, un examen sobre dicha base; pero no es el caso. La nota corresponde al lunes 18 de julio, cinco días después de que la CFE dio a conocer los resultados finales de los comicios.

### **Disposición de la información en el cuerpo del noticiero:**

Esta nota forma parte de un conjunto fragmentado de cinco reportes electorales. Es la principal y precede a todo el servicio noticioso y antecede temáticamente a cinco notas económicas y una de política nacional. Luego viene otro bloque de dos notas,

una de economía nacional y otra sobre aspectos urbanos de la Ciudad de México. En total son 13 despachos.

Una vez más, como en la nota analizada, la información estelar fue aislada de su conjunto, mediante el recurso de la fragmentación.

**Disposición de la nota en el tiempo (fecha de publicación):**

Han pasado tres días desde que la RU publicó una nota electoral como principal (jueves 14 de julio), precisamente los resultados finales de las elecciones. Ha pasado un día, para efectos de la periodicidad del noticiario, que la emisora no destaca información electoral, el viernes 15 de julio.

**Ítems:**

Existen, sin duda, varios ítems en esta información. Empero, uno es la clave para explicar la relación o la ausencia de ésta con su titular, destacado en la sección introductoria del noticiario.

Se trata de la expresión "resultados preliminares de las elecciones mexicanas" que echa por tierra tanto el encabezado como la nota en general. Por ese ítem la cabeza es sensacionalista y el paquete nota-encabezado es convertido en una información falsa; o por lo menos vieja, para efectos periodísticos.

La cabeza de la Radio UNAM habla de que "preocupa a los círculos financieros de Estados Unidos los resultados electorales de México", mas no de "los resultados preliminares" de esas elecciones, como expresa la nota.

Dicho ítem destruye la argumentación, la estructura de la nota porque es la base que sustenta los temores de los círculos políticos y financieros de Estados Unidos. Si los resultados finales ya se divulgaron hace días no hay nada que temer en Estados Unidos. El PRI ganó y eso es lo que importa a "los círculos financieros".

**Fecha:**

Miércoles 20 de julio de 1988.

**Encabezado:**

La Presidencia de la República señala que las elecciones fueron insólitas y limpias.

**Nota.**

**Locutor-lector**

**Napoleón Glockner:** "La Presidencia de la República señala que las elecciones presidenciales, recientemente efectuadas, fueron insólitas y limpias.

**Locutora-lectora**

**Sabrina Gómez:** Y comentó que los resultados son de gran importancia para la vida moderna del país, reiterando que son producto evidente de la participación de la ciudadanía. [16 segundos]"

**¿Qué tipo de cabeza es?**

Sensacionalista.

**¿La cabeza se pega al texto?**

Sí.

**Esa misma información fue presentada por los diarios *Excélsior*, *La Jornada* y *El Nacional* de la siguiente forma:**

*Excélsior* y *El Nacional* no la publicaron. En el caso de *Excélsior* la ausencia de esta información resultó extraño, pues su columna "Frentes políticos", que suele divulgar información gubernamental, guardó silencio toda vez que en la edición de ese día dedicó un buen espacio tanto al tema electoral como a las actividades del presidente Miguel de la Madrid.

*La Jornada*: la publicó en la página 5, pero no la destacó en su primera plana. Es la nota principal de la página 5 <sup>13</sup>:

**Despacho de Efe sobre un documento oficial**

## **Los resultados de las elecciones, insólitos y producto de la limpieza**

---

<sup>13</sup> *La Jornada*, miércoles 20 de julio de 1988, p. 5



Es una nota que, obviamente, ocupa la parte más importante y la mayor superficie de la página.

**Disposición de la información en el cuerpo del noticiario:**

Es el primer despacho de un bloque de 14.

Es la primera de un bloque de cuatro notas electorales suministradas, una vez más, por separado. Primero la nota en cuestión, luego nueve reportes —ocho de economía nacional y uno acerca de la Ciudad de México—, luego tres despachos electorales, para cerrar con un informe más de economía nacional.

**Disposición de la información en el tiempo:**

Pasó un día (el martes) sin información electoral dispuesta como principal. Esta es la quinta y última ocasión que la emisora universitaria destaca, en primera instancia, el tema electoral en los noticiarios de la muestra: hasta el 22 de julio.

**Ítems:**

"Presidencia de la República;

"Las elecciones presidenciales [...] fueron insólitas y limpias";

"comentó que los resultados son de gran importancia para la vida moderna del país"; y

"[...] Reiterando que [los resultados] son producto evidente de la participación de la ciudadanía".

La Presidencia de la República es la máxima instancia política del país, sobre todo en México, donde tiene una connotación de absolutismo. Es la máxima autoridad que está por encima de todo. Aun de la ley. Lo que esa instancia diga es lo que se debe hacer.

Radio UNAM, como el miércoles 13 de julio, vuelve a abrir sus micrófonos, casi en directo, a la máxima autoridad del país.

Esta vez se trata de poner punto final al proceso electoral, a dos semanas de haberse realizado las votaciones, cuyos resultados apenas ocho días después fueron conocidos, y señala que la máxima expresión de la democracia en el mundo fue, en México, "insólita y limpia".

El discurso oficial regresa. La emisora no indica cuándo ni cómo ni dónde el presidente de la república expresó tales conceptos.

En este reporte no se hace referencia al nombre del presidente. Aunque a seis años de haber tomado el mando y que a diario los medios hablen de que

Miguel de la Madrid Hurtado es el presidente mexicano, Radio UNAM despersonaliza la información y deja abierta la interpretación de que no es una persona la que habla, sino una entidad histórica.

"[La Presidencia de la República] comentó que los resultados son de gran importancia para la vida moderna del país [...]."

El segundo párrafo de la nota, leído por Sabrina Gómez, comienza con un "y", conjunción que permite continuar con la narración, e indica que continuamos escuchando a la institución presidencial.

Existe en este fragmento del texto un elemento que constituye una sustitución, acaso una metonimia. La Presidencia de la República dijo que "los resultados son de gran importancia para la vida moderna del país".

En efecto, todo resultado electoral para primer mandatario posee consecuencias que repercuten en la totalidad del país. Pero "los resultados" es, en este caso, un operador semántico que sustituye a la expresión "triunfo del Partido Revolucionario Institucional" —o algo equivalente—, el partido de quien ostenta el cargo presidencial y del candidato triunfador, según la Comisión Federal Electoral.

"Reiterando [la Presidencia de la República] que los resultados son producto evidente de la participación de la ciudadanía".

Con el gerundio "reiterando", Radio UNAM pretende recordar al escucha algo de lo que no informó. De acuerdo con esta nota, la RU dentro de los días posteriores al 6 de julio, reportó que la Presidencia de la República expresó que los resultados electorales son producto evidente de la participación ciudadana. Por ello, la radio ahora lo *reitera* a su auditorio.

Este no fue el caso. Tal vez la institución presidencial sí opinó eso y luego lo reiteró, pero la RU lo omitió.

La expresión de que los resultados "son producto evidente de la participación de la ciudadanía" remite a la sabiduría popular: lo que se ve no se juzga. Lo evidente es simple: los ciudadanos votaron y el resultado allí está.

En resumen, la nota simbólicamente pone punto final al proceso electoral por el puesto de Primer Mandatario de la nación, de acuerdo con la versión oficial, reproducida por la emisora universitaria. Y afirma simbólicamente: no hubo fraude electoral, todo transcurrió "insólita[mente]" con normalidad.

#### **4.4.1 Las notas que pudieron ser principales y no fueron**

Para terminar de redondear este apartado presentamos a continuación una selección de textos extraídos de los mismos noticieros de donde salieron las cinco informaciones principales analizadas.

Esta selección tiene la característica central de que todas esas informaciones pudieron haber ocupado el primer lugar dentro de la emisión donde fueron presentadas.

Esta decisión tiene su antecedente en una investigación del autor argentino Eliseo Verón, quien establece que "las estructuras de la comunicación no pueden determinarse sino por diferencia: las características de un mensaje se ponen de manifiesto cuando lo comparamos con otros mensajes reales o posibles, y este es el único camino para reconstruir las operaciones mediante las cuales los distintos mensajes han sido construidos" <sup>14</sup>.

Como sabemos, el primer día la cabeza principal fue "Protesta la oposición ante la Comisión Federal Electoral por la lentitud y entrega de los resultados", cuya nota de procedencia fue enviada al sexto sitio de la información nacional y en primer lugar fue colocado un reporte económico.

Ese mismo día, 11 de julio, la emisora universitaria presentó una nota cuyo origen seguramente fue cablegráfico, que reproducía conceptos de un reportaje de *The New York Times* que se centaban en el presidente mexicano y su actitud ante los comicios.

La nota:

##### **Locutora**

**Sabrina Gómez:** "El silencio del presidente Miguel de la Madrid respecto a los resultados preliminares de los comicios del pasado seis de julio constituye un signo de indecisión y pérdida de liderazgo.

##### **Locutor**

**Napoleón Glockner:** "Lo anterior fue precisado por el rotativo estadounidense *The New York Times* en reportaje que publicó ayer sobre los comicios presidenciales que se efectuaron en México.

---

<sup>14</sup> Eliseo Verón, "Ideología y comunicación...", p. 148

**Sabrina Gómez:** "Señala además que las elecciones para renovar el poder ejecutivo en la nación mexicana marcan la aparición de un proceso de transición, en virtud de que por primera vez un partido de oposición, el Frente Democrático Nacional, figura como el adversario con mayor apoyo popular.

**Napoleón Glockner:** "Sin embargo, el *New York Times* en su reportaje hace hincapié en que será hasta el trece del presente mes cuando se conozca el resultado final del cómputo electoral, lapso que al llegar definirá el rumbo político de México [48 segundos]."<sup>15</sup>

Sin duda, se trata de una información de un alto contenido político y, por eso, una nota que en el ambiente mexicano constituye un ataque a la institución presidencial, la más alta jerarquía del país, alguien intocable y, debido a ello, esa información pasó a ocupar el lugar número 13 de la sección nacional.

Este despacho debió ocupar el primer lugar en la emisión noticiosa. Toca aspectos esenciales de este proceso electoral: los resultados y el organizado de los comicios: el gobierno.

La información principal del día 11 también habla de los resultados. Pero su forma de abordarlos se centró en protestas de la oposición y en informes de la CFE sobre resultados parciales, sin mencionar la alarmante ausencia de los resultados globales.

El encabezado de la información que sugerimos sería:

Según el *New York Times*, el presidente mexicano muestra indecisión y pérdida de liderazgo por los comicios del 6 de julio.

La segunda nota analizada, cuya cabeza es: "El presidente Miguel de la Madrid se comprometió a mantener el orden público y la soberanía nacional en esta etapa del proceso electoral", se enfrenta —desde nuestra perspectiva— a tres notas que pudieron ser las principales de la emisión noticiosa del miércoles 13 de julio.

1. El arzobispo de Hermosillo, Sonora, duda de la limpieza del proceso electoral.

Nota:

---

<sup>15</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del lunes 11 de julio de 1988

- Napoleón Glockner:** "Las irregularidades de los pasados comicios empañaron el ejemplo de madurez política de la ciudadanía y ponen en duda la limpieza del proceso electoral, declaró el arzobispo de Hermosillo, Sonora, Carlos Quintero Arce, y urgió a las autoridades para que aclaren la situación porque, de lo contrario, el pueblo dudará de los resultados definitivos.
- Sabrina Gómez:** "Agregó que de no escuchar el reclamo de los ciudadanos podría conducir al totalitarismo, cosa que los mexicanos no deben permitir, por lo que es necesario hacer valer los derechos que la legislación les confiere.
- Napoleón Glockner:** "Por último el arzobispo Quintero Arce dijo que el apoyo de la Iglesia no se reducirá a los partidos políticos, sino que se extenderá a todos los que se quejen por las irregularidades en las votaciones. Asimismo, justificó también la resistencia civil como último recurso de protesta contra una ley injusta o contra una tiranía, como lo hicieron Gandhi y Martin Luther King [*56 segundos*]." <sup>16</sup>

Esto constituye una abierta injerencia de la iglesia católica en los asuntos públicos nacionales. Que le sea prohibido, en estos días es, de dominio público; pero que un sacerdote haya transgredido esa norma, ¡es noticia y de las más importantes!

Otra información es una nota muy parecida a la publicada como principal por Radio UNAM el lunes 18 de julio. Se trata de un reporte, probablemente de agencia internacional de noticias, que dice:

Nota:

- Sabrina Gómez:** "La fuerza con que cuenta en estos momentos la oposición en México, demostrada desde el pasado seis de julio durante las elecciones presidenciales, preocupa a los políticos y banqueros de Estados Unidos, quienes temen

---

<sup>16</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del miércoles 13 de julio de 1988

un posible cambio en la política financiera mexicana de llegar a la presidencia Cuauhtémoc Cárdenas.

**Napoleón Glockner:** "La mayoría de los diarios norteamericanos han destacado desde hace días que México ya no es un país pasivo ante los cambios de poderes Ejecutivo y Legislativo, en virtud de que el Partido Revolucionario Institucional ha entrado en una etapa de desestabilización provocada por la fuerza de la oposición.

**Sabrina Gómez:** "Hasta el momento todos los círculos financieros estadounidenses han externado que de triunfar Cárdenas las relaciones entre México y Estados Unidos variarían, aunque no especificaron en qué sentido cambiarán [*45 segundos*]." <sup>17</sup>

¿Por qué esta nota, llegada antes que la publicada como principal el lunes 18, fue omitida el miércoles 13, si para el lunes 18 ya era noticiosamente vieja?

En este caso, cabe la interpretación de que Radio UNAM se interesó más en dar fuerza al pensamiento presidencial, no obstante lo reiterativo del mensaje delamadrinado.

Un tercer reporte que pudo, pero no llegó, es un despacho, también de agencia, aparecido en el lugar 15 de la emisión del día 13.

Se trata de un reporte en el que algunos medios de información ponen en duda la credibilidad del proceso electoral mexicano. Su relevancia radica en que constituye una de las maneras en que desde el extranjero miran a México.

Es allí donde estriba la importancia de la siguiente nota:

**Napoleón Glockner:** "La prensa española insiste en cuestionar el triunfo priísta de las pasadas elecciones, reiterando que se encuentra en el aire la existencia de fraude.

**Sabrina Gómez:** "Por su parte, la Radio Nacional Española se refirió a las elecciones ocurridas en México y al rumbo que la situación está tomando, destacando que lo anterior fue el mayor fraude en toda la historia de México.

---

<sup>17</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del miércoles 13 de julio de 1988

**Napoleón Glockner:** "En tanto, la embajada de México en España dio a conocer un boletín de prensa en donde aclara el recuento de los votos y presentó declaraciones del secretario de Gobernación, Manuel Bartlett, en donde rechaza que exista ocultamiento de datos por parte de la Comisión Federal Electoral.

**Sabrina Gómez:** "A su vez, el *The New York Times* (*sic*) afirmó, mediante un artículo, que cuando se celebra una elección competitiva, cuyo resultado se encuentra determinado de antemano, quienes salen perdiendo son la credibilidad y la legitimidad [*51 segundos*]." <sup>18</sup>

Como se ve, entre los medios informativos que plantean la duda se encuentra nada menos que el influyente *New York Times*.

Justamente esta información fue ubicada en el último lugar de la sección nacional.

La tercera nota analizada —jueves 14 de julio— presentó los resultados finales proporcionados por el organismo gubernamental Comisión Federal Electoral.

Dichos resultados fueron divulgados la noche del miércoles 13. Para la mañana del 14 de julio, la radio y la TV comerciales habían ya presentado la información.

Por ello, la nota analizada pudo haber quedado en otro lugar. Es decir, publicarla, pero en otro lugar menos el principal. Allí pudo haber aparecido lo siguiente:

Nota:

**Sabrina Gómez:** "En el seguimiento que ha tenido la prensa española del proceso electoral mexicano no han importado las tendencias conservadoras o de avanzada, prácticamente todos los periódicos de ese país se han extrañado de los trabajos de la Comisión Federal Electoral y esta semana, en contraste con la anterior, la información al respecto ha comenzado a decaer.

---

<sup>18</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del miércoles 13 de julio de 1988

**Napoleón Glockner:** "Publicaciones como el periódico *ABC* y el *Diario 16* manifiestan, en su cobertura del proceso electoral de nuestro país, una clara decepción por los mecanismos que, según afirman los mencionados diarios, el Partido Revolucionario Institucional en alianza con las autoridades ha utilizado en detrimento de la credibilidad en la limpieza de los pasados comicios.

**Sabrina Gómez:** "El *Diario 16* hace un señalamiento especial, al publicar una nota titulada "Las cifras siguen bailando", el cual indica que los resultados oficiales se parecen sospechosamente a los que dio a conocer hace un par de días de forma confidencial el secretario de Gobernación, Manuel Bartlett [59 segundos]." <sup>19</sup>

De este despacho, seguramente de agencia internacional, llama particularmente la atención el último párrafo, de donde se desprende que en el extranjero los resultados electorales se supieron antes que en México.

No sólo eso:

¿Cómo la CFE pudo adelantar dos días (11 de julio) los resultados, si hasta la noche del 13 de julio se conocieron?

Este planteamiento explica la presencia del citado artículo del *New York Times* difundido en la emisión matutina anterior del *Noticiero* de Radio UNAM.

El comentario establece, según Radio UNAM:

"Cuando se celebra una elección competitiva, cuyo resultado se encuentra determinado de antemano, quienes salen perdiendo son la credibilidad y la legitimidad".

Tal vez, tanto el artículo del *Diario 16* como el del *NYT*, aludan a un boletín de la embajada mexicana en España "donde aclara —dice la citada nota 15 de Radio UNAM del 13 de julio— el recuento de los votos" y rechaza, en palabras del secretario de Gobernación y presidente de la CFE, Manuel Bartlett, "que exista ocultamiento de datos".

La cuarta nota analizada ("Preocupa a los círculos financieros de Estados Unidos los resultados electorales de México") se enfrentó a un reporte muy

---

<sup>19</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del jueves 14 de julio de 1988



importante, pues representaba un acto político de gran envergadura: la convergencia de dos fuerzas políticas aparentemente irreconciliables, el conservador Partido Acción Nacional y la coalición izquierdista Frente Democrático Nacional.

Nota:

**Napoleón Glockner:** "El Partido Revolucionario Institucional está violando la voluntad popular de la nación mexicana al atribuirse un triunfo en los comicios presidenciales, aseveró Manuel J. Clouthier, candidato presidencial por el Partido Acción Nacional.

**Sabrina Gómez:** "El panista agregó que el gobierno, de permitir la ascunción al Poder Ejecutivo del candidato priísta, constituiría un ataque sin precedentes a la Constitución, así como a la democracia nacional. Por ello, dijo Clouthier, debe reconocer que el ganador es Cuauhtémoc Cárdenas y no Salinas de Gortari, como se insiste en hacer creer, puntualizó [35 segundos]." <sup>20</sup>

Reconocer el triunfo cardenista constituiría el preámbulo de una alianza que habría acorralado al régimen. La información era de mucha importancia tanto por razones ideológicas e históricas, como por razones periodísticas: casi todos los diarios pasaron por alto este reporte. Para *La Jornada*, en la página cinco, fue la nota principal. La información, del enviado Ricardo Alemán, fue anunciada en la primera plana del diario y su despliegue se presentó en la página 5. En el informe, fechado en Hermosillo, Sonora, no se reconoce abiertamente el triunfo de Cárdenas, pero se expone la propuesta de Clouthier de un referéndum nacional para que "los ciudadanos determinen si deben realizarse o no nuevas elecciones" <sup>21</sup>.

La quinta nota analizada fue la declaración presidencial de que las elecciones fueron insólitas y limpias. Esta información pudo haber sido sustituida por un despacho de Isaac Domínguez donde se denuncia el gobernador del norteño

---

<sup>20</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del lunes 18 de julio de 1988

<sup>21</sup> Ricardo Alemán, "Se recrudecerá la represión, dice Clouthier. Acción suicida del gobierno al negar la voluntad popular", en *La Jornada*, lunes 18 de julio de 1988, p. 5

estado de Coahuila, Eliseo Mendoza Berrueto, por aplicar represalias a ejidatarios organizados que apoyaron la candidatura presidencial de Cuauhtémoc Cárdenas.

**Sabrina Gómez:** "El gobernador de Coahuila fue acusado por la Unión de Ejidatarios Lázaro Cárdenas de negarles créditos por haber apoyado la candidatura de Cuauhtémoc Cárdenas.

**Reportero**

**Isaac Domínguez:** "El gobernador de Coahuila, Eliseo Mendoza Berrueto, fue acusado por la Unión de Ejidatarios Lázaro Cárdenas de presionar a las autoridades de BANRURAL para que no les concedan los créditos que les permitirán levantar sus cosechas y poder continuar con sus labores productivas en beneficio de la nación.

"La unión de ejidatarios mencionada señala que estas medidas del gobernador son represalias por haber apoyado al ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas, candidato a la Presidencia de la República y también por haberse salido de la Confederación Nacional Campesina.

"Los campesinos de esta unión ponen de manifiesto que esta actitud del gobernador Mendoza Berrueto demuestra que su llamado a la pluralidad política sólo es de palabra, porque en la realidad es furibundo priista, al bloquear los préstamos a la Unión de Ejidatarios Lázaro Cárdenas.

"Por otra parte, los ejidatarios señalan que el gobernador se ha convertido en uno de sus peores enemigos al negarles estos créditos y lo que logra es que se destruyan las cosechas y dañe seriamente hectáreas, en estos momentos que la nación requiere mayor producción de alimentos.

"Por último, la Unión de Ejidatarios Lázaro Cárdenas reafirma su apoyo al ingeniero Cuauhtémoc Cárdenas Solórzano y manifiesta que se apega a la libertad política y a la democracia que debe de existir en México y hará frente a las presiones del gobernador de Coahuila.

Por el momento es todo. Para Radio Universidad Nacional Autónoma de México, informa: Isaac Domínguez [99 segundos]."<sup>22</sup>

Este despacho, frente a la declaración presidencial de que las elecciones fueron "insólitas y limpias" y "producto evidente de la participación de la ciudadanía", pudo haber figurado como principal, debido a que constituye el efecto, el castigo a quienes se negaron a votar por el partido oficial, el PRI. Al mismo tiempo representa un reconocimiento tácito de que ese partido perdió los comicios presidenciales.

Hubo también una información que, si hubiese sido tomada en serio, habría cabido como principal.

Nota:

- Napoleón Glockner:** "A partir de la segunda quincena de agosto entrará en operación la línea 9 del Metro, en su tramo de Centro Médico a Tacubaya, informó Gerardo Ferrando Bravo, director del Sistema de Transporte Colectivo.
- Sabrina Gómez:** "Asimismo, precisó que al término del presente sexenio **estarán en función 50 mil millones de kilómetros construidos [sic]**, con lo cual se cumple el objetivo de la presente administración por ofrecer mayores vías de comunicación y transporte en el Distrito Federal.
- Napoleón Glockner:** "Sin embargo, reconoció Ferrando Bravo que las obras de construcción del Tren Ligero, Santa Marta-Pantitlán no se concluirán como estaba previsto, debido a que hubo una importante reducción del financiamiento para su elaboración [37 segundos]."<sup>23</sup>

---

<sup>22</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del miércoles 20 de julio de 1988

<sup>23</sup> Emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM del miércoles 20 de julio de 1988. Negritillas mías, MGA.

#### **4.4.2. Titulares y editoriales de diarios de la ciudad de México**

Por otra parte, los encabezados electorales de diarios de la Ciudad de México empleados en la sección "México y el mundo en cabezas", (CUADRO 7.3.) sí presentaron el tema electoral en primer término al contrario de las secciones de "Información nacional" y "Encabezados de presentación", donde sobresalió el tema económico nacional (CUADROS 7.1. y 7.2.)

Resulta edificante observar cómo se comportó el tabloide especializado en temas económicos *El Financiero* durante las jornadas posteriores a los comicios presidenciales.

*El Financiero* publicó durante seis días consecutivos (7, 8, 11, 12, 13 y 14 de julio) el tema electoral como noticia central <sup>24</sup>.

En cuanto a los editoriales electorales de diarios capitalinos, al haber sido mutilados, no fueron expuestos por la RU en su justa dimensión. Es suficiente remitir al lector ante el CUADRO 7.4., que refiere la temática y el orden en que se difundieron dichos comentarios institucionales.

En "La opinión de hoy", la lectura de párrafos de editoriales, sin título, están lejos de aproximar al oyente a los puntos de vista institucionales de los diarios empleados.

Por último, es preciso mencionar los aspectos paralingüísticos de la emisión.

En las emisiones radiales la claridad se divide en técnica y enunciativa (4.2.).

En el caso que nos ocupa, la claridad técnica fue buena, contó con sólo una falla: el ruido de 31 segundos que se atravesó en la emisión del martes 12 de julio, cuando era enunciada una serie de notas electorales (3.1.1.2.). Por lo demás las once emisiones restantes fueron perfectamente recibidas.

La claridad enunciativa, la cual se divide en redacción y locución presentó las siguientes características.

Los locutores-lectores de Radio UNAM poseen una magnífica vocalización que resulta demeritada por la entonación, el ritmo y la actitud que asumieron durante las emisiones noticiosas.

---

<sup>24</sup> *El Financiero* 7, 8, 11, 12, 13 y 14 de julio de 1988, siempre primeras planas

Debido a que los locutores denotaron que los despachos que difunden fueron leídos, ello los alejaba del escucha que prefería, por naturaleza, atender una plática que una lectura.

La entonación y el ritmo en la emisión radiofónica debe ser presentada a manera de diálogo.

La actitud de los locutores de la emisora universitaria, en el caso que nos ocupa, aparecieron, así, distanciados del radioescucha; fueron demasiado parsimoniosos. Las emisiones noticiosas carecieron de una entonación que resultase familiar opuesta a la lectura de noticias.

Se registró una ocasión (la nota 13 del 8 de julio) en la que la locutora Yuriria Contreras cometió un error en su lectura, al decir que la candidata presidencial por el Partido Revolucionario de los Trabajadores (PRT), Rosario Ibarra, había declarado que el triunfo en los comicios correspondía al PRI. La locutora aclaró improvisando:

**Nota:**

**Locutora**

**Yuriria Contreras:** "Sí. Corrijo: lo que dijo la señora Rosario Ibarra es que el verdadero ganador en los pasados comicios fue el Frente Democrático, no el Partido Revolucionario Institucional."

Ello permitió un acercamiento, aunque incidental, con el público; algo muy necesario en la emisora.

Las informaciones, en general, fueron redactadas en códigos asequibles a todos los niveles sociales y culturales. Esto conduce a pensar que en materia de redacción la emisora realizó lo adecuado.

La audibilidad, junto con la redacción, es el factor de eficacia del mensaje radiofónico que más relación tiene con la retórica. La audibilidad, como en retórica la disposición de las partes del discurso, sirve de base para decidir qué información debe encabezar el servicio noticioso.

Sucedió, como hemos visto: la emisora prefirió los temas económicos por encima de los electorales en la parte más importante del servicio informativo, "Encabezados de presentación" y en "Información nacional".

Antes del día en que la Radio UNAM diera a conocer los resultados oficiales (jueves 14 de julio), se habían destacado sólo dos de cinco ocasiones la información de este tipo, eludiendo el tema electoral y, con él, el momento histórico que vivía el país.

## 5. VALORACIÓN IDEOLÓGICA

*Nada de lo que se construye  
hoy en el mundo escapa al sentido.*

ROLAND BARTHES, "LA IMAGINACIÓN DEL SIGNO"

Con base en lo hasta aquí analizado —especialmente lo referido al tema y notas clave—, cabe plantearse qué postura ideológica, qué visión del mundo expresó Radio UNAM a través de sus noticiarios inmediatamente posteriores a las elecciones presidenciales de julio de 1988.

Básicamente, se registró un manejo progubernamental de la información suministrada al auditorio. Pero, antes que esto, se registró un desdén por destacar como principal la información electoral, cuando existían motivos de sobra para que ese tema no sólo apareciera en primer término en los noticiarios y por largo tiempo, sino que fuese tratado profusamente.

La actividad periodística es, ante todo, un ejercicio de interpretación, pues al dar cuenta de los acontecimientos más relevantes de la sociedad, establece el sentido de esos actos, los interpreta. En periodismo, interpretar implica, como hemos dicho, tomar una serie de decisiones (mecanismos de semantización de la información) para dar cuenta de los hechos noticiables.

Dichas decisiones constituyen actos ideológicos que dependen de las circunstancias materiales y espirituales que rodean a quienes sustentan un medio de información y, en su caso, a una persona o un grupo.

La situación que enmarque a un medio en una sociedad permeará a éste de una ideología, de una serie de valores y formas de concebir el mundo, pertenecientes a los poseedores de esos medios, de una semántica.

La ideología es un nivel de significación, dice Eliseo Verón <sup>1</sup>.

Ésta radica en el sentido, en la connotación de los mensajes. De esta forma, la ideología no se comunica, se da en el nivel de la metacomunicación. es decir, en el nivel de la organización de los mensajes.

La connotación —producto de las operaciones de semantización— se encuentra en todas las actividades humanas. Por lo tanto, lo humano es ideológico.

Es innegable que la ideología es consubstancial a todo medio de información, pero, al mismo tiempo, es immanente a todo hecho humano.

Las operaciones periodísticas son, en esta perspectiva, una serie de actos ideológicos.

Ese "nivel de significación [la ideología] puede estar presente en todo tipo de mensajes. No debe pensarse que las declaraciones de un funcionario de gobierno, por ejemplo, constituye un material más ideológico que una revista de modas" <sup>2</sup>.

Por ello, las noticias y sus portadores —periódicos, etc.— también son susceptibles de interpretación. Más aún, de una lectura ideológica, ya que, principalmente como medio de información encierra una organización en sus mensajes.

En el presente caso, Radio UNAM comportó una serie de características que pueden dar cuenta fiel de su ideología en el plazo estudiado.

El objetivo de la emisora en materia de noticias, en 1988, consistía en "analizar y explicar la realidad social, política, económica cultural y científica que vive el país" <sup>3</sup>.

En este marco, se puede ver que una parte del objetivo se cumplió, Nos referimos al CUADRO 6., la clasificación de la información por origen al suministrar

---

<sup>1</sup> Eliseo Verón, "Ideología y comunicación de masas: la semantización de la violencia política", p. 141

<sup>2</sup> *Id.*

<sup>3</sup> Fernando Ortega Pizarro, "Desde Gobernación se impone línea a Radio Universidad", en *Proceso*, 603, mayo 23 de 1988, p. 14



una cantidad mayoritaria de notas locales al responder al criterio periodístico-radiofónico de la proximidad. Sin embargo, en cuanto a la clasificación temático-noticiosa se vio claramente que lo inmediato en lo político no es tan prioritario como en materia geográfica.

Se optó por un lado en decidir a favor de lo próximo en el espacio, pero no a lo próximo en el tiempo, más exactamente, el tiempo político. Allí no sólo se perdió el acontecimiento, sino que el radioescucha y, sobre todo, la emisora en lo que se refiere a credibilidad.

Un tratamiento con una tendencia neutral. Aunque sí se incluyeron notas informativas con valor periodístico importante, en la parte fundamental del noticiario, se dio un manejo con una tendencia aparentemente neutral.

En cuanto a las notas clave, el objetivo de la RUNAM quedó aún más lejano de su cumplimiento. Se ha anotado aquí cómo una mínima parte de las informaciones fue resaltada en el momento político más relevante de los últimos seis años de la historia nacional.

Se han identificado los mecanismos de básicos semantización (articulación, selección, combinación y fragmentación) mediante los que la emisora dio a conocer distintos aspectos del importante acontecimiento político.

En primera instancia se presentó un elevado número de notas informativas.

En este nivel cuantitativo de la información periodística también comporta una forma de organización de los mensajes, un nivel ideológico. Esto es, la cantidad mayor o menor de noticias indica, en relación a un hecho noticioso, qué tipo de noción o imagen se desea generar en el auditorio, tanto en el nivel institucional como en el informativo.

Es aquí donde aparece el primer mecanismo de semantización llamado articulación (las divisiones explícitas o implícitas de los mensajes de un medio).

La articulación de los servicios informativos analizados antagonizó con las formas de exponer la información periodística en otros medios. Sobre todo los impresos, donde —debido a la posibilidad de manejar el ámbito visual-espacial— es posible efectuar clasificaciones muy específicas. Radio UNAM en sus noticiarios presentó una serie de divisiones aún más precisas.

En el material analizado aparece la sección "Centroamérica y el Caribe en la noticia", la cual constituye una división interesante y totalmente ausente, como tal, en los diarios. Esto sí en el periódico en que se desea confrontar estas observaciones cuanta con una clasificación básica y explícita de sus contenidos (América, Europa, etc.). Lo que puede aparecer —en los diarios como *Excelsior*—

es información relativa a esa región americana que será presentada dentro de una clasificación más amplia referida a todo el hemisferio.

Esta forma de exposición de los hechos noticiables resulta ser positiva a nuestro entender, pues la clasificación-orden de la información por origen es algo de lo que adolece la generalidad de los medios. En el caso de Radio UNAM denota conocimiento periodístico.

Estas clasificaciones pueden ser vistas desde dos ángulos por lo menos: es bueno que existan para ubicar, en la transmisión, de una vez, la información sobre un área específica; también es bueno porque manifiesta que la emisora posee información en abundancia. Es malo porque al contar con semejantes segmentos, los emisores —en ocasiones— se ven obligados a satisfacer esos tiempos aún con información poco relevante, o bien, irrelevante.

Ante una carga informativa como la generada en las "insólitas y limpias"<sup>4</sup> elecciones de julio de 1988. Bien se pudo haber sacrificado alguna de esas secciones —así como sucedía cuando existían las emisiones de mediodía y noche del *Noticiero*, donde se prescindía de "México y el mundo en cabezas" y de "La opinión de hoy"—. Ese tiempo pudo haberse dedicado a otras informaciones electorales.

Paralelamente, se observó un excesivo empleo de la nota informativa.

Se detectó que en sus noticiarios, la emisora aplicó el criterio según el cual a mayor cantidad de noticias, mejor servicio informativo.

En aras de cumplir con semejante apreciación, se registró una parcial selección de la información y se condujo en ocasiones a producir programas con algunas noticias que no lo eran; sobre todo en las secciones internacionales, las cuales, sumadas, recibieron un tratamiento (presencia, atención) casi 10 por ciento superior al recibido por el tema electoral. (Ver CUADRO 7.1. Notas informativas por tema.)

Ejemplos: "Gran descontento en Guatemala por el alza de productos básicos", indicaba el quinto encabezado del *Noticiero* de julio 8 de 1988, pero al llegar la hora de la lectura de la noticia en la sección correspondiente, el "gran descontento" guatemalteco no apareció ni se describieron acciones que pudieran calificarse así.

La guerrilla salvadoreña informó que habrá un nuevo paro general del transporte", encabezado del 15 de julio que presentaba al Frente Farabundo Martí

---

<sup>4</sup> Palabras del presidente Miguel de la Madrid, según el noticiero matutino de Radio UNAM, 20 de julio de 1988.

para la Liberación Nacional como un ente arbitrario, pues en el texto quedaba justificado el por qué de la acción: protestar por la creciente represión gubernamental en el Estado centroamericano. En este caso, la cabeza se quedó corta ante el texto presentado.

El miércoles 13 de julio, el séptimo encabezado del servicio noticioso decía: "El Movimiento 19 de Abril anunció la pronta liberación de [Álvaro] Gómez Hurtado". Dos días después, el viernes 15, se indicaba en el mismo séptimo lugar la misma nota: "El Movimiento 19 de Abril anunció la pronta liberación de Álvaro Gómez Hurtado".

Al manejar grandes cantidades de información, la emisora parecía semejar diarios como *Excelsior* o *El Universal*, los de mayor masa noticiosa en México.

Es válido emplear únicamente la nota informativa como vehículo de las informaciones de las que es prioritario dar fe. Es la mejor manera de introducir los acontecimientos a la sociedad sobre todo en un medio como la radio. Constituye una de las maneras fundamentales de despertar el interés de los ciudadanos ante los hechos de la realidad.

Esta apreciación está basada en la idea de que los medios de información de masas son complementarios. Esto es, que cada uno de ellos puede abordar diferentes aspectos de la realidad social conforme a sus potencialidades técnicas y perspectivas políticas, y que, vistos en conjunto comportan una panorámica de los temas periodísticos. Esta visión, aunque siempre será parcial, no dejará de constituir una base de primer orden para comprender la convivencia humana.

Si este género periodístico hubiese sido empleado en menor medida, habría brindado una perspectiva más precisa, tanto en el ámbito nacional —aspecto dominante en ese momento político—, como de las relaciones internacionales.

En consecuencia, lo que la emisora universitaria ofreció fue un prolongado noticiario con la apariencia, en cuanto a duración y número de notas, de un servicio informativo abundante, variado y completo en secciones o clasificaciones. Sin embargo, en toda esa masa informativa superclasificada se perdió el elemento central: el proceso electoral del 6 de julio de 1988.

Otro factor que aumentó el número de articulaciones del *Noticiero* matutino de Radio UNAM fue la sección de "México y el mundo en cabezas". Aquí, ya fue expuesto, se daba lectura a un promedio de siete encabezados de primera plana de una serie de diarios capitalinos.

El problema se encuentra en que la sección es muy atractiva y útil, mas no como se la ha empleado sin consignar siempre con precisión de qué características

y calidad es el encabezado utilizado. Se trata de mencionar los ejes especiales, como la dimensión y el emplazamiento, conferidos a la información seleccionada para ser leída al auditorio: si es una información principal; si ella viene acompañada de elementos laterales; si aparecen fotografías; si hay alguna porción de la primera plana dedicada exclusivamente a un tema determinado, etc. Todo ello debe ser consignado. Recordar que se trata de la emisora universitaria y como tal su misión de servir debe ser total, completa, y muy por encima de las radios comerciales.

El elemento identificado aquí es la enorme contradicción surgida entre las secciones "Encabezados de presentación" y "México y el mundo en cabezas". En la lectura de titulares de diarios, la estación sí presentó en primer término los titulares electorales, mientras que sucedió al revés en los encabezados de entrada.

Se prefirió manejar en la sección "México y el mundo en cabezas" el tema electoral como principal en siete de los 12 titulares que fueron difundidos.

Se comprobó que en el marco de las notas principales de la RU, el tema electoral fue el menos recurrente.

Ahora bien, se identificó asimismo una cantidad suficiente de información electoral, aunque no se reconoce en ello un comportamiento periodístico apegado al momento político que vivía la nación mexicana.

Esto es, si bien la emisora difundió mucha información electoral, la forma en que fue presentada, organizada (el cómo lo dijo), no resultó ser del mismo tenor. Aunque cuantitativamente resultó ser el tema dominante, como era de esperarse, ello resultó insuficiente para la gravedad del momento político nacional que se vivía.

Un primer hecho significativo se registró en el escaparate del servicio noticioso, la sección introductoria, donde dicha trayectoria cuantitativa no se vio reproducida.

El hecho de haber difundido información electoral en gran escala representa un interés notable por el tema y la riqueza de éste; pero, por haberla suministrado de manera fragmentada —con yuxtaposiciones de información básicamente económica—, quiere decir que esta distribución temática restó importancia a lo electoral.

### **5.1. Noticias que no lo son o más allá del contexto**

Otro recurso de la emisora para evadir el tema electoral fue mediante la fragmentación de los temas a difundir. Ello ocurrió desde la sección introductoria hasta el desarrollo del servicio noticioso.

La primera fragmentación vino cuando el momento político era el indicado para presentar en primer orden la información electoral; pero ocurrió lo contrario: la sección introductoria reportó en primer término sólo en cinco ocasiones notas de contenido electoral. En cambio, destacó informaciones económicas carentes de tal relevancia aun en los diarios especializados.

Así, la información económica sirvió de parapeto a la emisora para evadir el tratamiento en primera instancia, del tema electoral.

Mediante el número de notas económicas destacadas (sobreevaluadas) la emisora escamoteó la importancia de la información electoral y desvió la atención en unas circunstancias —como en todas las elecciones presidenciales— históricas para México.

En la mayoría de las 12 emisiones estudiadas, el tema económico fue recurrente, esencial, para RU. Aun durante la jornada del 7 de julio, primer día de reportes relativos a los comicios.

Informar que el gobierno de México "prevé reducir su deuda externa entre 8 mil y 10 mil millones de dólares a través de tres programas de renegociación"<sup>5</sup>, puede ser noticia siempre y cuando esa previsión sea un hecho concreto y no un plan. Esa fue la principal "noticia" que el Noticiero de Radio UNAM dio a conocer el jueves 7 de julio de 1988.

Antes de decir que "el PRI vivió las elecciones más difíciles de su historia"<sup>6</sup>, Radio UNAM prefirió comenzar más allá del contexto. Alejarse totalmente del hecho central de la vida nacional en los últimos seis años y reportar al auditorio los planes que tenía el saliente secretario de Hacienda, Gustavo Petricioli.

Ello constituye una forma de ocultar, o por lo menos restar, importancia al proceso electoral mexicano junto con todas sus contradicciones, por el siguiente motivo:

Un reporte económico, correspondiente a un anuncio de una fuente oficial, es una declaración que corresponde a un proyecto. No es un hecho, no es una

---

<sup>5</sup> En la emisión matutina del *Noticiero* de Radio UNAM, jueves 7 de julio de 1988.

<sup>6</sup> *Id.*

realidad. Se trata de una información, sí, mas no de una noticia cuya importancia debió llevarla hacia el final del servicio noticioso.

La nota posee valor periodístico, pero la emisora básicamente se apegó a su determinación implícita de reproducir el discurso oficial sin reparos.

Este predominio económico puede ser contrastado con el comportamiento del diario especializado *El Financiero*, el cual dedicó al tema electoral su espacio principal todos los días <sup>7</sup>, desde el 7 hasta el 17 de julio de 1988.

El segundo tipo de fragmentación ocurrió en el desarrollo, en el cuerpo del servicio noticioso: esto se presentaba desde los encabezados de presentación donde, entre otras, se incluían notas electorales y su exposición sucedía casi al final de la sección de información nacional. Esto es, que al anunciar una información en los encabezados de presentación se quería decir que ésta representaba un grado importante de interés dentro del criterio periodístico de la emisora. Sin embargo, no ocurría así en el tratamiento de las notas electorales; hubo incongruencia ante el resto de los reportes de la estratégica sección nacional.

La emisora fragmentó lo que debió ser presentado como bloque en la articulación general del programa noticioso. Esto es, se presentó información electoral separada de un núcleo temático; es decir, la exposición de todas las notas electorales en un solo bloque.

Independientemente de que hayan existido o no presiones por parte de alguna instancia gubernamental o de la propia Rectoría de la UNAM para con la RU —como las denunciadas en el semanario *Proceso*— la postura de la emisora fue oficialista. Así, Radio UNAM reprodujo la ideología dominante, la de la clase en el poder.

El número de notas electorales destacadas como principales presentaron dos tendencias; proclividad a divulgar tal cual el discurso oficial y, dos, el manejo sensacionalista de la información. El manejo sensacionalista se dio al no existir correspondencia entre el contenido de la información de una noticia y el encabezado que la emisora disponía para tal reporte. El encabezado "decía más" que la noticia, y hubo una ocasión en que hasta ocurrió al revés (julio 18 de 1988; *vid.* 4.4.).

El manejo sensacionalista ocurrió tanto en el tratamiento del discurso gubernamental como en el generado por la oposición. Ello en detrimento de

---

<sup>7</sup> *El Financiero* publicó durante seis días consecutivos el tema electoral como acontecimiento principal.

suministrar y recrear datos respecto al objeto central y definitorio de todo proceso electoral: los resultados.

Uno de los hechos identificados como más significativos fue la dicotomía ausencia-presencia de la información sobre los resultados electorales.

La primera ocasión que Radio UNAM planteó como principal el tema electoral, se reproducía una denuncia de miembros de la oposición política nacional de que la Comisión Federal Electoral (CFE), al proporcionar resultados, adjudicaba triunfos al partido estatal, PRI, en vez de reportar desde un principio la ausencia de resultados electorales y todos los acontecimientos relacionados con esto, así como lo alarmante de esa situación, toda vez que existía una promesa por parte del gobierno mexicano de proporcionar datos del proceso electoral casi de inmediato.

De ahí que Radio UNAM el criterio periodístico fue manejado contra lo esperado, opuesto a lo lógico.

De manera especial se destacaron otras dos ausencias en el marco de la información principal.

No haber consignado en primer lugar el tema electoral, por lo menos durante los días posteriores a los comicios hasta el día en que los diarios dieron a conocer los resultados oficiales (14 de julio de 1988).

No haber patentizado, como eje fundamental de operaciones, tanto de los comicios como del programa noticioso, la dicotomía ausencia-presencia de los resultados electorales; y, a partir de allí, desarrollar un despliegue periodístico que derivara en reportes que constituyeran una propuesta diferente al trabajo divulgado, tanto por la RU como por los medios restantes.

No haber llevado hasta un máximo nivel (principal) informaciones como las fuertes críticas de la prensa extranjera al presidente Miguel de la Madrid Hurtado o al secretario de Gobernación, Manuel Bartlett Díaz. Ello redundó en un trabajo periodístico deficiente o, más bien, insuficiente.

Esta tercera ausencia fue parcial, ya que dichas críticas fueron difundidas, aunque sin ser destacadas.

Esto porque ¿qué efecto puede tener divulgar una información de manera aislada cuando al mismo tiempo, otras, la generalidad de las estaciones del cuadrante y la televisión, presentaban el discurso oficial como lo único que había que informar? Ninguno.

Por el contrario, la mayoría de las informaciones tuvo un efecto de un reforzamiento aún mayor del discurso oficial, donde la variedad radicaba en las

diferentes fuentes gubernamentales, de tal forma que el oficialismo apareciera como un monolito impermeable a cualquier versión ajena a su verdad.

El problema estriba en que es suficiente informar en primera instancia del discurso oficial en otras emisoras. En Radio UNAM —debido a su situación como institución educativa de vanguardia— no. Urge dar juego a otras posiciones dentro del marco de la parte principal del *Noticiero*.

Es como si hubiese existido temor por parte de la emisora de aludir directamente aspectos del tema electoral en su parte frontal el *noticiero*.

Así se conformaría de alguna forma la versión de Proceso de que existía para Radio UNAM una lista de 14 temas prohibidos: Corriente Democrática, partidos de oposición, problemas sindicales, huelgas, manifestaciones, movimientos obreros en general, presos políticos, contaminación ambiental, Laguna Verde, críticas al presidente, protestas de investigadores universitarios, el STUNAM, y todo lo que afectara la imagen del rector <sup>8</sup>.

El hecho de haber divulgado de esta forma los reportes periodísticos referentes a las elecciones hizo de la emisora universitaria —en este caso— una más en el cuadrante. Por ser la difusora de la máxima institución académica de México la RU debiera estar al margen de disputas políticas y presentar otro ángulo de la noticia. No necesariamente una noticia de "oposición", sino una perspectiva más amplia que implique una superación del nivel periodístico-noticioso de la estación, por ende, de su auditorio, y sobre todo del resto de las emisoras comerciales. Pero la difusora universitaria se alineó con el gobierno y con su partido, el PRI.

Puede haber estaciones que estén con el gobierno, pero es un mal indicio que todas lo estén y, peor aún, por la fuerza, si es que éste fue el caso.

La apertura debe existir en la RU por el bien de la nación. Si la emisora tiene un objetivo en materia de noticias que lo cumpla, sino, que lo redefina.

---

<sup>8</sup> Fernando Ortega Pizarro, "Cesces, regaños y suspensión de programas. Desde Gobernación se impone línea a radio Universidad", en *Proceso* 603, mayo 23 de 1988, pp. 12-14



## CONCLUSIONES

Tras este recorrido, que ha intentado ser exhaustivo, por el *Noticiero* —uno de los programas más interesantes, debido a su amplitud y a su transmisión en vivo que ha producido Radio Universidad Nacional Autónoma de México—, es innegable la existencia de carencias en la realización de este prontuario periodístico. En función del momento en que ocurrieron estas emisiones, lo necesario habría sido transformar sobre todo el fondo de la producción de los servicios informativos.

El hecho de cambiar la forma de un servicio informativo es insuficiente. El problema estriba en que si la actitud de la difusora ante la información periodística no varía con rumbo a servir noticiosamente al oyente, aunque el formato de la emisión pase de la lectura de noticias a plática de éstas, nada habrá cambiado. Nada habrá pasado.

Es como el periódico *El Nacional*, que pese a que durante el sexenio salinista retornó del tamaño estándar al "moderno" tabloide, la información es la misma, reportes de corte oficialista, información aséptica, por delante.

Aunque estamos conscientes de que el *Noticiero* matutino de Radio UNAM fue sustituido por *Presencia universitaria*, ello no resta validez a este estudio, toda vez que una aproximación a un servicio informativo de una emisora de la importancia de la RU en un momento crucial para la nación mexicana —las elecciones presidenciales de julio de 1988—, siempre resulta edificante pues queda el registro para los anales de la radio en México y los de la emisora en cuestión.

Si lo esperado era, en toda elección lo es, conocer los resultados finales

como efecto del ejercicio de la democracia, había que ser consecuentes: cercar el tema y sacarle el mayor provecho; pero al parecer pudo más el oficialismo, pues aunque la información electoral estaba allí, no ocupó el lugar que el acontecimiento y sus consecuencias merecían.

Una elecciones sin resultados siquiera preliminares a 24 horas de efectuadas y a casi 11 años del siglo XXI, se ven muy sospechosas. Esa era la clave y, al sentir su presencia, aprovecharla periodísticamente al máximo.

La emisora universitaria, en esa ocasión, perdió la oportunidad de dar un gran salto en materia noticiosa. Habría que preguntarse ahora si un planteamiento de esa naturaleza existió o tal vez se buscó sólo dar seguimiento a una actitud noticiosa oficialista y ser consecuentes con el resto de la maquinaria informativa en la casi totalidad de los medios a favor del partido del gobierno.

Se puede afirmar que Radio Universidad Nacional, en el caso analizado, se negó a rebasar un límite impuesto o autoimpuesto: ese límite es lo que bien se podría identificar como la conciencia real, y el hecho de rebasar tal límite hubiese constituido un avance en dirección a la conciencia posible<sup>1</sup>.

El trabajo que este noticiario implicaba es digno de ser rescatado. Es decir, la forma, el principio inspirador del programa es explotable aún, porque está diseñado para brindar una visión panorámica completa, global, con énfasis en los acontecimientos más próximos al oyente en el tiempo y el espacio.

El problema, insistimos, es de actitud ante la información, de que si hay un tema importante, éste debe ser la vanguardia del servicio noticioso (por el momento se carece de mejores maneras de informar al auditorio). Con mayor razón si el acontecimiento es el que decidirá el futuro de decenas de millones de mexicanos. No hay que desdeñar el tema principal o pretender tapar el sol con un dedo.

Esto lleva a pensar que el comportamiento periodístico de la RU en este evento no estuvo a la altura de la institución que representa.

Puede también afirmarse en este contexto que estos servicios noticiosos no por provenir de la RU estuvieron al servicio del oyente ni mucho menos del tema, en ese momento, más relevante para la nación.

Es aceptable que haya estaciones que estén con el gobierno, pero es un mal indicio que todas lo estén y, peor aún, por la fuerza.

Por el bien del país, la apertura debe llegar a la emisora universitaria.

---

<sup>1</sup> Cfr. Lucien Goldmann, "La importancia del concepto de conciencia posible para la comunicación".

Nosotros no sugerimos que los medios deban ser iguales. Hoy, los hace iguales su oficialismo. Radio UNAM, en el caso analizado, prácticamente resultó ser igual al resto de las emisoras comerciales.

Veamos un punto positivo de que la RU carezca de anuncios comerciales —aunque ello le impida hacerse de recursos, tan necesarios ante "el limitado presupuesto de la emisora" y en consecuencia "el deplorable estado en que se encuentra su equipo de transmisiones"<sup>2</sup>—: eso puede ayudar a ganar auditorio pues un lema podría afirmar que "aquí tenemos sólo noticias sin interrupciones", como no ocurre en las emisoras comerciales.

En todo caso, el proyecto del *Noticiero* puede ser incrementado con una sección de telefonemas provenientes del auditorio. Transformar el tiempo dedicado además de la información en un momento de servicio a la sociedad. En el capítulo 3.1.3. hemos hablado de cómo podría ser la sección de "México y el mundo en cabezas" de tal forma que el servicio noticioso ofrezca un reporte como ninguna emisora lo hace sobre la prensa nacional.

Que "desarrollar una opción de telefonemas resulta muy caro". No importa. TELMEX, la poderosa empresa telefónica, puede muy bien suministrar un par de líneas para este propósito, a cambio de una serie de programas, por ejemplo, relativos a la historia de la telefonía en México, producidos por la Radio UNAM. Que "el STUNAM se opondrá"; hay que buscar que el Sindicato de Telefonistas de la República Mexicana (STRM) apoye la iniciativa y por la vía de la solidaridad sindical se lleva a cabo el intercambio. Nadie saldría perjudicado y, ante todo, el público, la empresa y la institución resultarían beneficiados.

Como esa existen otras muchas fórmulas para resolver los problemas presupuestarios de la Radio Universidad Nacional Autónoma de México.

---

<sup>2</sup> Carlos Martínez Rentería, "Radio UNAM trabaja con medios anticuados", en *El Universal en la cultura*, 5 de agosto de 1988, p. 1

## BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, Martín, *Ciencia del lenguaje y arte del estilo*, t. I y II, Madrid, Editorial Aguilar, duodécima edición, 1980, 1739 pp.
- ALTHUSSER, Louis, *La filosofía como arma de la revolución*, México, Cuadernos de Pasado y Presente, decimoséptima edición, 1988, 146 pp.
- ALVA de la Selva, Alma Rosa, *Radio e Ideología*, México, Ediciones El Caballito, primera edición (actualizada) 1986, 143 pp.
- ARISTÓTELES, *Retórica*, Madrid, Instituto de Estudios Políticos, primera edición 1953, 245 pp. (Colección Clásicos Políticos)
- ALBERT, Pierre, y André Jean Tudesq, *Historia de la radio y la televisión*, México, Fondo de Cultura Económica, primera edición, 1988, 176 pp. (Breviario 338)
- BARBERO, Jesús Martín, *Comunicación masiva: discurso y poder*, Quito, Ediciones CIESPAL, primera edición, 1978, 249 pp. (Colección Intiyán)
- BARTHES, Roland, "La imaginación del signo", en Antonio Paoli, *La comunicación*, pp. 129-136
- BAVARESCO de Prieto, Aura M., *Las técnicas de la investigación. Manual para la elaboración de tesis, monografías, informes*, México, Southwestern Publishing Co., Grupo Editorial Iberoamérica, cuarta edición, 1986, 302 pp.
- BERELSON, Bernard, "Análisis de contenido", en VV. AA., *Análisis de contenido*, pp. 34-114.
- BERISTÁIN Díaz, Helena, *Diccionario de retórica y poética*, México, Porrúa, segunda edición, 1988, 508 pp.

- BLAKE, Reed H., y Edwin O. Haroldsen, *Taxonomía de conceptos de la comunicación*, México, Nuevomar, cuarta reimpresión, 1987, 169 pp.
- BRECHT, Bertold, "Teoría de la radio", en VV. AA., *De las ondas rojas a las radios libres*, pp. 48-61.
- CASASÚS, José María, *Ideología y análisis de medios de comunicación*, Barcelona, Editorial Mitre, 1985, 206 pp.
- , "Evolución y análisis de los géneros periodísticos", en *Estilo y géneros periodísticos*, pp. 11-97.
- CASTILLA del Pino, Carlos, *Introducción a la hermenéutica del lenguaje*, Barcelona, Ediciones Península, 1974, segunda edición, 222 pp. (Colección Historia, Ciencia y Sociedad, 94)
- CEBRIÁN Herreros, Mariano, *Diccionario de radio y televisión. Bases de una delimitación metodológica*, Madrid, Alhambra, primera edición, 1981, 375 pp.
- CERVANTES, José Antonio, *Glosario de términos publicitarios, mercadológicos y afines*, México, Ediciones de Comunicación, primera edición, 1984, 103 pp. (Colección Comunicación)
- CIMAZ, Jacqueline, "No nacemos no-lectores, nos hacemos no-lectores", en VV. AA., *El poder de leer*, pp. 99-108.
- COMISIÓN Federal Electoral, *Código Federal Electoral*, México, Talleres Gráficos de la Nación, 1987, 272 pp.
- CREMOUX, Raúl, *Legislación mexicana en radio y televisión*, México, Universidad Autónoma Metropolitana Unidad Xochimilco, 1982, 191 pp.
- CURIEL, Fernando, "La radio en México: testimonio (o confesión de parte)", en *La prensa y radio en México*, México, Cuadernos del Centro de Estudios de la Comunicación, número 1, UNAM, FCPyS, 1978, 57 pp.
- , *La telaraña magnética o el lenguaje de la radio*, México, Editorial Oasis, primera edición, 1983, 140 pp. (Colección Alfonso Reyes, número 3)
- , *La escritura radfónica. Manual para guionistas*, México, UNAM, FCPyS, 1984, 168 pp.
- CURTIS, Ernst Robert, *Literatura europea y edad media latina*, t. I, México, Editorial Fondo de Cultura Económica, primera edición, 1975, 489 pp. (Colección Lengua y Estudios Literarios)
- DE LA GARZA, Luis Alberto, presentación a "El papel de los medios de comunicación en los procesos electorales", en VV. AA., *Las elecciones federales de 1988 en México*, pp. 235-241.

- DE MARIA y Campos, Armando, *Periodismo en micrófono*, México, Ediciones Botas, 1938, 229 pp.
- DE MORAGAS i Spa, Miquel, *Semiótica y comunicación de masas*, Barcelona, Ediciones Península, segunda edición, 1980, 369 pp. (Colección Historia, Ciencia y Sociedad, 126)
- DOMENACH, Jean Marie, *La propaganda política*, Buenos Aires, Editorial Universitaria de Buenos Aires (EUDEBA), 1962, 135 pp.
- DUCCROT, Oswald, y Tzvetan Todorov, *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, México, Editorial Siglo XXI, quinta edición, 1975, 421 pp.
- ECO, Umberto, *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*, Barcelona, Editorial Lumen, primera edición, 1978, 510 pp.
- , "Una nueva era en la libertad de expresión", en *De las ondas rojas a las radios libres*, pp. 213-230.
- ENGELS, Federico, *Anti-Dühring*, México, Editorial Grijalbo, 1982, 488 pp.
- ENZENBERGER, Hans Magnus, *Elementos para una teoría de los medios de comunicación*, Barcelona, Editorial Anagrama, segunda edición, 1974, 74 pp. (Cuadernos Anagrama número 35)
- FERNÁNDEZ Christlieb, Fátima, *Los medios de difusión masiva en México*, México, Juan Pablos Editor, segunda edición, 1984, 330 pp.
- , "La industria de radio y televisión. Gestación y desarrollo", en *Nueva Política*, vol. 1, número 3, julio-septiembre de 1976, pp. 237-248.
- FINNEY, James, Vital Gadbois y otros, *Diccionario de lingüística*, dirigido por Georges Mounin, Barcelona, Editorial Labor, 1982, 249 pp.
- FRASER Bond, Frank, *Introducción al periodismo. Estudio del cuarto poder en todas sus formas*, México, Limusa, segunda edición, 419 pp.
- GANDY, Ross, *Introducción a la sociología histórica marxista*, México, Editorial Era, 1986, 319 pp. (Serie Popular, 58)
- GASLINI, Giorgio, *Música total. Intuiciones, vida y experiencias bajo el espíritu del 68*, Barcelona, Editorial Anagrama, 1976, 120 pp. (Serie Informal, 29)
- GIMÉNEZ, Gilberto, "Teorías sobre las ideologías. Estado actual de la cuestión", en VV. AA., *El discurso político*, pp. 65-90.
- GUIRAUD, Pierre, *La semántica*, México, Fondo de Cultura Económica, segunda edición, 1982, 142 pp. (Breviario 153)
- GOLDMANN, Lucien, *La creación cultural en la sociedad moderna*, Barcelona, Editorial Fontamara, primera edición, 1980, 170 pp. (Colección Ensayo Contemporáneo)

- GOMEZJARA, Francisco, y Nicolás Pérez R., *El diseño de la investigación social*, México, Fontamara, cuarta edición, 1982, 360 pp.
- GRANADOS Chapa, Miguel Ángel, *Examen de la comunicación en México*, México, Ediciones El Caballito, 1981, 224 pp.
- GUTIÉRREZ Espíndola, José Luis, y María Petra Lobato Pérez, "Información radiofónica: el mundo en tres minutos", en VV. AA., *Perfiles del cuadrante*, pp. 149-164.
- HARNECKER, Marta, *Los conceptos elementales del materialismo histórico*, México, Siglo XXI Editores, 5ª edición, 1989, 215 pp.
- ISLAS Huidobro, María del Carmen, "*Monitor*", *el noticiario ¿confiable de la radio?*, México, tesis de licenciatura, ENEP Aragón/UNAM, 1986, 183 pp.
- ISRAEL, Joachim, *Teoría de la alienación*, Barcelona, Ediciones Península, 1977, 468 pp.
- JAKOBSON, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Barcelona, Editorial Seix Barral, segunda edición, 1981, 406 pp.
- KAPLÚN, Mario, *Producción de programas de radio. El guión-la realización*, Quito, Ediciones CIESPAL, 1978, 460 pp. (Colección Intiyán)
- KAYSER, Jacques, *El diario francés*, Barcelona, Editorial ATE, segunda edición, 1979, 190 pp.
- KEDROV, M.B., y A. Spirkin, *La ciencia*, México, Editorial Grijalbo, 1986, 157 pp.
- LEINERO, Vicente, y Carlos Marín, *Manual de periodismo*, México, Editorial Grijalbo, primera edición, 1986, 315 pp. (Colección Tratados y Manuales)
- LUKÁCS, Georg, *Significación actual del realismo crítico*, México, Editorial Era, cuarta edición, 1977, 182 pp. (Biblioteca Era Ensayo)
- MARX, Carlos, y Federico Engels, *La ideología alemana. Crítica de la novísima filosofía en las personas de sus representantes Feuerbach, B. Bauer y Striner, y del socialismo alemán en las de sus diferentes profetas*, México, Ediciones de Cultura Popular, 1974, 746 pp.
- MARTÍNEZ Albertos, José Luis, *El mensaje informativo*, Barcelona, Editorial ATE, 1977, 329 pp. (Colección Libros de Comunicación Social)
- , *Curso general de redacción periodística*, Barcelona, Editorial Mitre, 1984, 645 pp.
- MEJÍA Barquera, Fernando, *La industria de la radio y la televisión y la política del Estado Mexicano (1920-1960)*, vol. I, México, Fundación Manuel Buendía, 1989, 195 pp.

- MEJÍA Prieto, Jorge, *Historia de la radio y la televisión en México*, México, Octavio Colmenares Editor, 1972, 323 pp.
- MONCADA Ibar, Daria, *Radio UNAM; testimonios*, México, tesis de licenciatura, UNAM, FCPyS, 1982, 190 pp.
- MORIN, Violette, *El tratamiento periodístico de la información*, Barcelona, Editorial ATE, 1974, 163 pp.
- NEWMAN, John F., *Periodismo radiofónico*, México, Editorial Limusa-Wiley, primera edición, 1966, 187 pp.
- OGDEN, C.K., e I.A. Richards, *El significado del significado*, Barcelona, Paidós, 1984, 372 pp.
- ORTIZ, Efrén, *Periodismo: escritura y realidad*, México, Universidad Veracruzana, primera edición, 1985, 320 pp.
- OSMAŃCZYK, Edmund Jan, *Enciclopedia mundial de las relaciones internacionales y Naciones Unidas*, México/Madrid, Fondo de Cultura Económica, 1976, 1236 pp. (Sección de Obras de Política y Derecho)
- PAOLI, J. Antonio, *La comunicación*, México, EDICOL, primera edición, 1977, 197 pp.
- PASQUALI, Antonio, *Comunicación y cultura de masas*, Caracas, Monte Ávila Editores, cuarta reimpresión de la primera edición, 1986, 611 pp. (Colección Estudios)
- PRADO, Emilio, *Estructura de la información radiofónica*, Barcelona, Editorial ATE, 1981, 106 pp.
- PRIETO Castillo, Daniel, *Discurso autoritario y comunicación alternativa*, México, Edicol, primera edición, 1980, 211 pp.
- , *Retórica y manipulación masiva*, México, Edicol, primera edición, 1979, 187 pp. (Colección Comunicación)
- PRIETO, Luis J., *Pertinencia y práctica. Ensayos de semiología*, Barcelona, Editorial Gustavo Gili, 1977, 156 pp. (Colección Comunicación Visual)
- RADIO UNAM, *Catálogo de la Fonoteca Alejandro Gómez Arias*, compilación de Abel Sosa Vaca, México, UNAM, segunda edición, 1988, 241 pp.
- ROJAS Soriano, Raúl, *Guía para realizar investigaciones sociales*, México, UNAM-FCPyS, cuarta edición, 1979, 274 pp. (Textos Universitarios)
- ROMO Gil, María Cristina, *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*, México, Editorial Diana/Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Occidente (ITESO), primera edición, 1987, 120 pp.



- SALGADO Andrade, Eva, *Evastones, 2a. edición. Semantización periodística de la realidad*, tesis de licenciatura, México, UNAM, 1983, 257 pp.
- SELSER, Gregorio, y Rafael Roncagliolo, *Trampas de la información y neocolonialismo. Las agencias de noticias frente a los países no alineados*, México, Instituto Latinoamericano de Estudios Transnacionales, 1979, 211 pp.
- SCHAFF, Adam, *Introducción a la semántica*, México, Editorial Fondo de Cultura Económica, primera edición 1969, 402 pp. (Sección de Obras de Filosofía)
- TAUFIC, Camilo, *Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político*, México, Editorial Nueva Imagen, sexta edición, 1979, 215 pp.
- TOUSSAINT, Florence, "La radiodifusión universitaria nacional 50 años de persistencia", en VV. AA., *Perfiles del cuadrante*, pp. 80-84.
- UNESCO, *Un solo mundo voces múltiples. Comunicación e información en nuestro tiempo*, México, Fondo de Cultura Económica/UNESCO, 1980, 508 pp.
- VAN DIJK, Teun A., *Estructuras y funciones del discurso. Una introducción interdisciplinaria a la lingüística del texto y a los estudios del discurso*. México, Siglo XXI Editores, 5ª edición, 1988, 161 pp.
- VARIOS autores, *Análisis de contenido. Selección de lecturas*, México, Centro de Estudios Interdisciplinarios de Apoyo a la Docencia-Secretaría del Personal Académico, ENEP Acatlán, UNAM, s/a, 198 pp.
- VARIOS autores, *De las ondas rojas a las radios libres. Textos para la historia de la radio*, Barcelona, Gustavo Gili, 1981, 289 pp. (colección Mass Media)
- VARIOS autores, *El discurso político*, México, UNAM/Nueva Imagen, primera edición, 1980, 342 pp.
- VARIOS autores, *El poder de leer. Técnicas, procedimientos y orientaciones para la enseñanza y aprendizaje de la lectura*, Barcelona, GEDISA, primera edición, 1978, 336 pp.
- VARIOS autores, *Perfiles del cuadrante. Experiencias de la radio*, México, Editorial Trillas, primera edición, 1989, 314 pp.
- VARIOS autores, *Lenguaje y comunicación*, Buenos Aires, Editorial Nueva Visión, 1976, 229 pp.
- VARIOS autores, *El sonido de la radio. Ensayo teórico-práctico sobre producción radiofónica*, México, Universidad Autónoma Metropolitana Xochimilco/Plaza y Valdés/Instituto Mexicano de la Radio, primera edición, 1988, 214 pp.

- VARIOS autores, *Las elecciones federales de 1988 en México*, México, UNAM/FCPyS, primera edición 1988, 491 pp. (Colección Procesos Electorales, 4)
- VARIOS autores, *Estilo y géneros periodísticos*, Barcelona, Editorial Ariel, primera edición 1991, 186 pp.
- VERÓN, Eliseo, "Ideología y comunicación de masas; la semantización de la violencia política", en VV. AA., *Lenguaje y comunicación*, pp. 133-191
- , *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente en la central nuclear de Three Mile Island*, Buenos Aires, GEDISA, primera edición, 1983, pp. 201. (Colección Libertad y Cambio)
- VILAR, Josefina, "El discurso radiofónico", en VV. AA., *El sonido de la radio*, pp. 52-84.
- , "El sonido radiofónico", en *El sonido de la radio*, pp. 24-51.
- VIVALDI, Gonzalo Martín, *Géneros periodísticos. Reportaje, crónica, artículo (análisis diferencial)*, Madrid, Editorial Paraninfo, tercera edición, 1981, 394 pp.
- , *Curso de redacción. Del pensamiento a la palabra. Teoría y práctica de la composición y del estilo*, Madrid/México, Editorial Paraninfo/Ediciones Prisma, 1981, 495 pp.

## HEMEROGRAFÍA

- CHÁVEZ, Elías, "Se cayó el sistema' afloran las dudas. Jornadas de títubeos del secretario de Gobernación", en *Proceso*, número 610, México, 11 de julio de 1988, pp. 18-23.
- El Día*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- FELAP, informe "Asesinatos México", Secretaría General de la Federación de Periodistas Latinoamericanos, México, febrero 3 de 1993, 21 pp.
- El Financiero*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- El Heraldo de México*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- El Nacional*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- El Universal*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.

- Excélsior*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- GARCÍA, Elvira, "En el sismo, la radio y la TV otra vez", en *La Jornada*, 28 de abril de 1989.
- GÓMEZ Leyva, Ciro, "El otoño de una primavera", en *Este País*, número 1, México, abril 1991, pp. 35-37.
- GONZÁLEZ, Ana María, "Oye Radio UNAM menos de 1 por ciento de los radioescuchas", en *La Jornada*, 1 de agosto de 1988, p. 17.
- , "Abandonado el proyecto original de Radio UNAM", en *La Jornada*, 2 de agosto de 1988, p. 25.
- La Jornada*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- MARTÍNEZ Rentería, Carlos, "Radio UNAM trabaja con medios anticuados", en *El Universal y la cultura*, 5 de agosto de 1988, p. 1.
- MEYER, Lorenzo, "Aún no llega la democracia electoral. Subsiste la incredibilidad", en *Excélsior*, miércoles 17 de abril de 1991, pp. 1 y 23.
- Novedades*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- ORTEGA Pizarro, Fernando, "Desde Gobernación se impone línea a Radio Universidad", en *Proceso*, número 603, México, mayo 23 de 1988, pp. 12-14.
- Unomásuno*, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 18, 19, 20, 21 y 22 de julio de 1988, México, DF.
- VELASCO Ugaldé, Enrique, "Urge un debate nacional. Las concesiones que vencen en 1989", en *Revista Mexicana de Comunicación*, número 4, México, marzo-abril 1989, pp. 12-27.
- VERA, Rodrigo, "Al cobijo del Estado. La radio, un negocio de catorce familias", en *Proceso*, número 756, 29 de abril de 1991, pp. 6-11

## **AUDIOGRAFÍA**

- NOTICARIO**, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Sabrina Gómez y Napoleón Glockner. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el jueves 7 de julio de

- 1988 a las 8 horas, con una duración de 32 minutos con 51 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Yuriria Contreras y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el viernes 8 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 30 minutos con 56 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Napoleón Glockner y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el lunes 11 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 31 minutos con 39 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Sabrina Gómez y Napoleón Glockner. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el martes 12 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 34 minutos con 6 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Napoleón Glockner y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el miércoles 13 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 32 minutos con 35 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Sabrina Gómez y Napoleón Glockner. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el jueves 14 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 32 minutos con 44 segundos.  
México, DF.
- NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Sabrina Gómez y Napoleón Glockner. Controles a cargo de Ignacio Bil

Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el viernes 15 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 32 minutos con 44 segundos. México, DF.

*NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Napoleón Glockner y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el martes 19 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 31 minutos con 51 segundos. México, DF.

*NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Sabrina Gómez y Napoleón Glockner. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el miércoles 20 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 31 minutos con 46 segundos. México, DF.

*NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Napoleón Glockner y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el jueves 21 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 35 minutos con 48 segundos. México, DF.

*NOTICARIO*, Radio UNAM, AM y FM. Producción de Ivette Sosa, Lidia Barrera, Jorge Arturo Cruz, María Elena Martínez y Bolívar Hernández. Locución de Napoleón Glockner y Sabrina Gómez. Controles a cargo de Ignacio Bil Chávez. Programa periodístico-noticioso. Transmitido el viernes 22 de julio de 1988 a las 8 horas, con una duración de 34 minutos con 4 segundos. México, DF.

## **FUENTES VIVAS**

ENTREVISTA con el señor Bolívar Hernández, director de noticiarios de Radio Universidad durante 1988, el 13 de septiembre de 1990, en la sede de la agencia gubernamental NOTIMEX.

ENTREVISTA con Rafael Pérez, director de noticiarios de Radio UNAM, celebrada el 20 de junio de 1985, en la redacción de la emisora.

- ENTREVISTA con don Carlos Illescas, coordinador artístico de Radio UNAM, la mañana del 11 de octubre de 1990 en la sede de la radio universitaria.**
- ENTREVISTA con el auxiliar de Mantenimiento de Radio UNAM Cecilio Castro González, quien respondió todos nuestros planteamientos, el 14 de septiembre de 1989, por órdenes del subdirector de operaciones de Radio UNAM, Eusebio Mejía.**
- ENTREVISTA con el director de noticiarios de Radio UNAM Rafael Pérez, la tarde del 20 de junio de 1985 en la emisora.**
- ENTREVISTA con el ex encargado de las investigaciones de audiencia de radio y televisión de la Asociación Nacional de Anunciantes de México (ANAM), Jorge Juan Hernández Pérez, el 17 de abril de 1991 en las oficinas de la asociación.**