

00424
106



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

CENTRO DE EDUCACIÓN CONTÍNUA

"PROYECTO DE PROMOCIÓN PARA UNA
ESTACIÓN DE MÚSICA CLÁSICA:
OPUS 94"

T E S I N A

QUE PRESENTA
LORENA EDITH ORTEGA ESQUIVEL
PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACIÓN

ASESOR:
MAESTRA FRANCISCA ROBLES



MEXICO, D.F.

2003

A



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



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 esta 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 Pau,
por ser mi razón de ser y hacer.*

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Lorena Edith

Ortega Esquivel

FECHA: 12 enero 2003

FIRMA: Lorena Ortega

A Dios.

A mis padres y a Sandilú, por creer en mí.

A mi asesora y amigos, por su apoyo mil gracias.

Enero de 2002

B

ÍNDICE

Introducción	1
1. Panorama general de la radio cultural en el D.F.	3
1.1. Definición y evolución de la radio cultural	3
1.2. Radio cultural pública	6
1.2.1. Secretaría de Educación Pública	7
1.2.2. Instituto Nacional Indigenista	11
1.2.3. Sistemas estatales de radio	12
1.2.4. Radio cultural universitaria	14
1.3. Radio cultural privada	18
2. La problemática de la radio cultural	20
2.1. Problemas de la radio cultural pública	21
2.1.1. Problemas internos	21
2.1.2. Problemas externos	24
2.2. Problemas de la radio cultural privada	26
3. Trayectoria de <i>Opus 94</i>	28
3.1. Surgimiento y situación actual	28
3.2. Análisis de la programación	30
3.3. Análisis del escucha	34
4. Propuesta de promoción para <i>Opus 94</i>	40
4.1. Actividades de promoción realizadas	41
4.2. Propuesta de promoción interna	43
4.3. Propuesta de promoción externa	46
Conclusiones	52
Fuentes consultadas	54
Anexos	58

INTRODUCCIÓN

Entendemos por cultura a toda expresión artística hecha por el hombre. El cine, la danza, la pintura, el teatro y la música son sólo algunos ejemplos de las múltiples manifestaciones culturales que utiliza el hombre para expresarse.

Lo cultural está constituido por todo el amplio mosaico de manifestaciones resultantes de la necesidad del hombre de expresarse, en nuestro caso, a través de la palabra, la música o el sonido.

Los espacios culturales dentro del ámbito radiofónico han sido históricamente pocos, comparados con los de la radio comercial.

Las estaciones no comerciales han sobrevivido durante poco más de cuatro décadas perfilándose en direcciones distintas y enfrentado todo tipo de problemas, en su gran mayoría resultado de las limitaciones legales bajo las cuales se rigen.

Hasta ahora mucho se ha hablado del tema sin que se haya concretado una solución, pero lo que es incuestionable es que el tema requiere no sólo de análisis, sino de acciones que permitan resolver realmente esta situación.

El presente trabajo no pretende descubrir una fórmula inexplorada para convertir en exitosa una estación de radio cultural, únicamente sugiere acciones concretas que no se han puesto en práctica en Opus 94 para ampliar su cobertura y aprovechar su auditorio.

Sabemos de las limitaciones de Opus 94 como estación permitida y estamos conscientes del enorme esfuerzo que realiza la estación para sobrevivir, pero también

creemos firmemente en que con voluntad y trabajo por parte de los directivos de la estación y con una buena organización del personal que en ella labora (productores, asistentes y prestadores de servicio social), pueden ponerse en práctica no sólo esta propuesta sino cualquier otro proyecto que pueda ser benéfico para la estación y que le permita aprovechar al máximo sus múltiples cualidades.

1. PANORAMA GENERAL DE LA RADIO CULTURAL EN EL D.F.

El presente capítulo tiene como objetivo mostrar un panorama general de la radio cultural en el Distrito Federal.

Inicialmente se plantea la definición de este tipo de radio y se proporcionan datos históricos que permiten observar de manera general los avances de las estaciones culturales desde sus inicios hasta nuestros días.

Posteriormente se habla de los dos tipos de radio cultural que operan en la actualidad en el cuadrante dentro del D.F. y se hace un breve recuento de sus estaciones y su evolución histórica.

1.1. DEFINICIÓN Y EVOLUCIÓN DE LA RADIO CULTURAL

Según su definición estricta, cultura es: "Un conjunto de conocimientos adquiridos, o bien, un conjunto de estructuras sociales, religiosas, de manifestaciones intelectuales o artísticas que caracteriza a una sociedad". ¹

Es por ello que hay que precisar que todo uso y utilización de los medios que permita la expresión humana los transforma en culturales, es decir, en el sentido estricto de la expresión, todo medio y toda estación de radio es cultural en la medida que transmite mensajes de origen e interés para el hombre.

A propósito de los tipos de estaciones, el marco legal establece que: "El Ejecutivo Federal, por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, determinará

la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier índole².

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

Sin embargo, la ley no especifica a qué se refiere con "cultural", qué labores, objetivos o qué funciones debe de desempeñar éste y los otros tipos de radio ya mencionados. El artículo no precisa los términos "de experimentación, oficiales o de cualquier índole" y deja abierta la interpretación sin establecer los lineamientos o parámetros dentro de los cuales las estaciones de estos tipos de radio deban moverse.

Es por ello que muchos investigadores y especialistas de la comunicación prefieren referirse a las estaciones de este tipo como "no comerciales", o bien, como "radio no comercial"³.

En nuestro caso consideramos que el término puede manejarse indistintamente, siempre y cuando no se pierda de vista la definición del concepto.

¹ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Edit. Larousse. México, 2000. Pp.172.

² Secretaría de Gobernación. Ley Federal de Radio y Televisión. Artículo 13.

³ Romo, Cristina. La otra radio: voces débiles, voces de esperanza. Fundación Manuel Buendía. Instituto Mexicano de la Radio, 1990. Pp. 196.

De manera general, por radio cultural (o no comercial) se ha entendido, precisamente una forma de hacer radio cuyo funcionamiento difiere de la radio comercial, en cuanto a que sus contenidos no están comprometidos con la publicidad ni está sujeta a las conveniencias de la política económica de una empresa privada.

De ahí que la radio cultural sea un concepto diferente entre el modelo comercial y el estatal. Sus intereses se dirigen hacia aspectos socioculturales, con el fin de posibilitar la libre expresión de la sociedad civil.

En esta investigación se entiende como radio cultural a la radio que reúne algunas o todas las características presentadas en el siguiente cuadro, o bien que tiene un interés diferente al económico y lo refleja en sus contenidos y en su programación.

RADIO CULTURAL

PROGRAMACIÓN Y CONTENIDOS	LEGISLACIÓN	TEMÁTICA	OBJETIVOS
Riqueza de recursos creativos y experimenta nuevos formatos.	Funciona bajo el régimen de permisos.	Estimula la opinión y participación del público	No tiene fines lucrativos.
Tiene notable respeto por su audiencia, que se refleja tanto en sus contenidos como en sus programaciones.	En algunos casos obtiene financiamiento de patrocinadores.	Pone en común expresiones generadas en ámbitos distintos para ampliar el criterio de su público.	Su labor principal es difundir las distintas expresiones de la cultura.
Da más importancia al contenido que a la duración.	El Gobierno decide las condiciones en que se otorgan los permisos.	No sigue una línea ni un esquema definido por interés económico alguno.	Es un instrumento para vigorizar la labor social y conocer otros grupos.
Funciona como organizadora y vocera de eventos culturales y artísticos, campañas educativas y sociales.		A través de sus programas convoca a pensar, a darle a la palabra su justa utilidad.	No persigue tener una audiencia cautiva, su interés principal es servir a la gente.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Selecciona la música que transmite, tomando en cuenta la calidad y no la moda.		Los locutores hablan amistosamente de temas que interesan o afectan al escucha.	Tiene obligaciones de servicio, cultural, formativo e informativo.
En ocasiones sólo programa música de cámara para fomentar el gusto por los clásicos.		Los temas de sus barras programáticas se ajustan a los intereses del público.	Sus realizadores, colaboradores y patrocinadores comparten su interés por el bienestar social
Sus programas tocan temas diferentes sin encerrarse en un perfil ni tratar de complacer a un solo tipo de público.			Son un instrumento, una herramienta para reforzar la educación y la cultura en el país.-
Intentan realizar programas de entretenimiento significativos para el escucha.			La lucha no es por el rating sino por la calidad y la participación.

La vastedad de temas, contenidos y opciones programáticas que ofrece esta manera de hacer radio no permite hacer una catalogación estricta de todas las estaciones "culturales" que transmiten en todo el país, de manera que consideramos válido para este trabajo partir de la situación legal de la estación y de los contenidos de las estaciones para considerar "culturales" las estaciones que a continuación se enlistan: Radio Universidad, Radio Educación, XELA y *Opus 94*.

Es así como observamos que de acuerdo con la entidad que las opera, en México existen básicamente tres tipos de radio cultural: la pública, la universitaria y la privada.

1.2. RADIO CULTURAL PÚBLICA

La radio cultural pública es operada por el Estado a través de la Secretaría de Educación Pública (SEP), del Instituto Nacional Indigenista (INI), del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) y de los sistemas estatales de radio.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.2.1. SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA

Entre otras atribuciones, la Ley Federal de Radio y TV⁴ establece que la Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes funciones:

- I. Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;
- II. Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;
- III. Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión.

La Secretaría de Educación Pública participó como pionera de la radio cultural de nuestros días, y su evolución se puede observar claramente en el cuadro siguiente.

LA SEP Y LA RADIO CULTURAL

FECHA	SUCESO	PROPÓSITO
Noviembre 1924	La Secretaría de Educación Pública inicia su labor en la radio cultural al inaugurar la CZE, primer antecedente de la actual ⁵ Radio Educación.	Apoyar las tareas de la SEP: alfabetización, promoción cívica y difusión de la cultura, básicamente.
1931	La SEP instala la XFX para dar continuidad a la CZE. Ambas estaciones, la XFX y la CZE dieron origen a Radio Educación.	Implementar la "educación socialista", que buscaba "extender la educación para que abarcara al pueblo y dejara de ser el patrimonio de una élite privilegiada".

En este periodo, el Estado también participó en la radio cultural, a través de la emisora XEFO, del Partido Nacional Revolucionario (PNR). La XEFO empezó a transmitir el 1°

⁴ Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. 19 enero 1960.

⁵ Tzvi, Medin. Ideología y praxis política de Lázaro Cárdenas. Ed. Siglo XXI. México, 1990, p. 187

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

de enero de 1931, teniendo entre sus objetivos: "la incorporación espiritual de las masas proletarias por medio *del arte, de la literatura y la música*".⁶

RADIO EDUCACIÓN

En el cuadro siguiente puede apreciarse la evolución de esta estación, desde su surgimiento y hasta 1994, año en que entra en vigor el acuerdo 203, que hasta la fecha la rige.

EVOLUCIÓN HISTÓRICA DE RADIO EDUCACIÓN

AÑO	SUCESO
1924 (15 -07)	La SEP solicita a la Presidencia de la República un permiso para adquirir una estación de radio a fin de reforzar su labor.
1924 (30 -11)	Inauguración de la nueva estación: "CZE, Cultura y educación". ⁷
1940	Al término del régimen de Lázaro Cárdenas, la emisora suspende sus transmisiones.
1950 -1960.	Reinicia sus transmisiones bajo el mandato de López Mateos con la encomienda de mejorar las condiciones de enseñanza rural.
1968	La emisora adopta el nombre de XEEP Radio Educación y comienza a transmitir en la frecuencia que hasta la fecha utiliza.
1978	Firma del Acuerdo 22, en el que enfatiza su carácter de organismo desconcentrado.
1988	Se incorpora al Consejo Nacional para la Cultura y las Artes con la finalidad de apoyar la difusión y promoción de la cultura.
1994 (29 - 09)	La SEP emite el acuerdo 203, en el que puntualiza las funciones de Radio Educación, y que sustituye al Acuerdo 22. ⁸

De esta forma, el acuerdo 203 define a Radio Educación como un órgano administrativo desconcentrado de la SEP cuyas funciones son:

a) La operación de las emisoras actuales (XEEP y XEPPM), así como otras frecuencias que, eventualmente, le puedan ser asignadas.

⁶ Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)". En: Sánchez de Armas, Miguel Ángel (Coord.), Apuntes para una historia de la radio mexicana, s/f, mimeo.

⁷ Rosemberg Acuña, Ery, "Radio Educación cumple hoy 70 años como proyecto cultural", *El Financiero*, México, 15 de julio de 1994, p. 17.

⁸ <http://www.uam.mx/difusion/comcul/acuerdos/acuti5.html> SEP. Acuerdo número 203, septiembre 29 de 1994, consultado 9 de febrero de 2000.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

b) El diseño, la producción, la evaluación y difusión de la programación de sus contenidos, conforme los planes de trabajo.

c) La integración y administración de una fonoteca, propia de la estación.

d) Otorgamiento de asistencia técnica y producción radiofónica a otras emisoras mexicanas no lucrativas, que así lo soliciten.

e) Difusión de programas informativos y analíticos.

f) Promoción de la investigación científica y técnica, lo referente a radiodifusión.

A continuación se muestra un concentrado de su programación que permite apreciar la manera en la cual, a través de sus programas, Radio Educación refleja su perfil.⁹

PROGRAMACIÓN RADIO EDUCACIÓN¹⁰

NOTICIAS	EDUCATIVOS	SERVICIO	MUSICALES	INFANTIL	INFORMATIVOS
Avance informativo (cápsulas)	¿Quién canta?	Del campo y la ciudad	Música para charlar	Ponte las pilas y muévete	Cartelera
Pulso de la mañana	México, cultura de culturas	Dejemos de ser pacientes	Conciertos sinfónicos		En el ruedo
Serv.Notic.de Radio Francia internacional	Datos para una historia	Sexualidad en tu propia voz	Mi álbum musical		México, tierra adentro
Pulso de la tarde	Gramática inolvidable	El fin justifica los medios	Sonidos de la Huasteca		Hoy en el 1060
Enfoque (BBC)	Hospital de la palabra		Todo se escucha en silencio		Su casa y otros viajes
Pulso de la noche	Circo, maroma y libros		Beatágora		Tiempo y espacio

⁹ Para mayor detalle véase Anexo 1

¹⁰ Datos obtenidos de la página en internet www.radioeducación.edu.mx. [consultado 26 de mayo de 2002].

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Pulso sabatino	El cervantino al aire		El chahuiztle		Entrecruzamientos
Pulso dominical	Comentarios culturales		No hagan ruido		En el fondo somos así
	El teatro en México		Por sus obras los conoceréis		Foro del Colegio de México
	Gente de cien		El cervantino al aire		
	Postales sonoras		Música sin fronteras		
			Orquesta sinfónica		

La programación, como puede apreciarse, es muy variada, y abarca desde el género musical al infantil, pasando por una amplia gama de opciones que responden a los intereses de sus escuchas.

En cuanto a su auditorio, es diverso al componerse por mujeres y hombres de todas las edades: de la niñez a la tercera edad. Además, es escuchada por personas de distintas ocupaciones, como "empleados de gobierno, obreros técnicos, amas de casa, taxistas y comerciantes, (...) estudiantes, docentes, profesionistas y trabajadores de la cultura".¹¹

Por lo que se refiere al alcance de su señal, la de amplitud modulada (1060 khz), llega principalmente al área metropolitana del Distrito Federal (en donde se concentra la mayor parte de su audiencia); en la provincia, la misma señal abarca —total o parcialmente— los estados de México, Morelos, Guanajuato, Tlaxcala, Puebla, Hidalgo, Querétaro, Michoacán, Guerrero y Oaxaca.

¹¹ Anónimo. El perfil actual de Radio Educación. S/fecha. Fotocopia.

La señal de onda corta (6185 khz) llega a países de todo el orbe, tanto de nuestro continente como de África, Asia, Europa y Oceanía, según lo demuestran las cartas enviadas a la estación por radioescuchas de diferentes países.

1.2.2. INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA

Por su parte, el Instituto Nacional Indigenista también buscó espacios en la radio.

En la década de los setenta, el Instituto Nacional Indigenista (INI) propuso la creación de un sistema de radios comunitarias indígenas, con el objetivo de utilizar a la radio "como un medio para apoyar los programas de trabajo [del INI] en las regiones interétnicas de nuestro país [como] un vehículo educativo e impulsor del desarrollo social, económico, político y cultural de los pueblos".¹²

En la línea de tiempo siguiente se muestra su evolución y avances.

1979 "La voz de la montaña"	1982 "La voz de la mixteca" "La voz de los purépechas" "La voz de la sierra tarahumara"	1987 "La voz de la frontera sur"
1992 "La voz de los cuatro pueblos"	1991 "La voz de la chinantla" "La voz de la sierra de zangalica"	1990 "La voz de la sierra Juárez" "La voz de las huastecas"
1994 "La voz del valle" "La voz de la sierra norte" "La voz de la costa chica"		1996 "La voz del corazón de la selva" "La voz de los tres ríos"
1999 "La voz del pueblo de Hñahñú" "La voz del gran pueblo"		1997 "La voz de los vientos" "La voz de la sierra oriente"

¹² Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la radio mexicana (1920-1998)". En: Sánchez de Armas, Miguel Ángel (Coord.), Apuntes para una historia de la radio mexicana, s/f, mimeo

Posteriormente, en 1996, el INI reportó que "el Sistema de Radios Comunitarias Indígenas (SRCI) opera en 13 estados del país, sus 16 emisoras transmiten en 28 lenguas indígenas, algunas de ellas con variantes dialectales".¹³

Su señal se origina de distintas frecuencias de amplitud modulada con una potencia que va desde los 3 hasta los 10 kilowatts, cubriendo más de 700 municipios en los que se concentran más de 4 millones de indígenas".¹⁴

Así, al finalizar 1999, el INI operaba "20 radiodifusoras indígenas que transmiten en 31 lenguas y también en español, con una cobertura cercana a 6 millones de radioescuchas indígenas".¹⁵

Las estaciones del SRCI son multilingües, es decir transmiten en más de un idioma; el español y el idioma de la etnia o etnias que habitan en su área de cobertura; su perfil programático está compuesto por programación musical (étnica y mestiza), programas de información (salud, alfabetización, nutrición, capacitación, ecología, etc.); de servicio (mensajes entre comunidades); y de difusión cultural (cultura y tradiciones indígenas).

1.2.3 SISTEMAS ESTATALES DE RADIO

Los sistemas estatales de radio son los sistemas públicos de cada entidad federativa. Actualmente estos sistemas están organizados en la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales, la cual afirma que "la mayoría de esos medios

¹³ Para mayor detalle véase Anexo 2

¹⁴ Universidad Autónoma de Campeche, "Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas", consultado el 9 de febrero de 2000. http://www.uacam.mx/ini/fono_04.htm

¹⁵ Universidad Autónoma de Campeche, "Instituto Nacional Indigenista", consultado el 9 de febrero del 2000. <http://www.uacam.mx/ini/acerca.htm>

operan en condiciones financieras adversas, con equipo obsoleto y falta de recursos humanos y técnicos".¹⁶

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) es parte de los sistemas estatales de radio y es el que opera en el Distrito Federal. Tuvo como antecedente al Grupo RTC- Radio, un grupo radiofónico formado por las estaciones XEB, XEMP y XERPM. Obsérvese en el cuadro siguiente su evolución histórica.

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

AÑO	SUCESO
1979	Adquisición del Estado a Grupo Radio Fórmula de las estaciones XEB, XEMP y XERPM, así como la XELAC, hasta entonces propiedad de la Promotora Radiofónica del Balsas.
1979 - 1983	El grupo RTC- Radio funcionó bajo la jurisdicción de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC) de la Secretaría de Gobernación.
1983 (25 marzo)	Creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER), formado por las estaciones XEB, XEMP, XERPM, XELAC (grupo RTC- Radio) y por la estación XHOF-FM (Departamento del Distrito Federal).

Dentro del IMER y adelantándonos un poco a la información que se presentará posteriormente, debemos mencionar que se encuentra *Opus 94*, estación radiofónica que transmite bajo las siglas XHIMER, en la frecuencia de 94.5 megahertz en FM, con una potencia de 50,000 watts y que es motivo del presente trabajo.

Opus 94 difunde, principalmente, "un panorama musical que abarca un milenio y al mundo entero, englobado en la llamada música de concierto o clásica"¹⁷. En menor medida, también transmite música de distintos países, así como jazz.

¹⁶ Valenzuela, Angélica. En la indigencia radio y TV educativa. El Universal. Sección Cultura. 12 de mayo de 1997, p. 14.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Dentro de la labor de radiodifusión cultural ejercida por *Opus 94*, es importante la participación activa del auditorio. Además, se transmiten los conciertos ejecutados en la ciudad de México, y se invita a participar a compositores e intérpretes mexicanos, a fin de que haya contacto entre éstos y el público radioescucha. Como lo hemos dicho, su programación se orienta principalmente hacia la música clásica y a la difusión cultural.

De lunes a viernes se difunden cápsulas culturales, relacionadas con las artes en México y en el mundo, abarcando temas como literatura, música, danza y cultura en general; los programas transmitidos son de índole musical, orientados, como se ha dicho, a la música clásica.

En adición, se transmite el noticiario Antena Radio, difundido también por las demás estaciones agrupadas en el IMER y el noticiero "Detrás de la noticia", dentro de la programación de *Opus 94*.

1.2.4. RADIO CULTURAL UNIVERSITARIA

Por otra parte, la radio cultural universitaria es operada por instituciones de educación media superior y superior.

La participación de estas instituciones en la radio cultural empezó en la década de 1930, como puede apreciarse en la siguiente tabla, y continúa ampliándose, dado que son muchas las universidades que poco a poco implementan sus estaciones radiofónicas como apoyo para las carreras de comunicación, informática o ingeniería.

¹⁷ Instituto Mexicano de la Radio, "Opus 94", consultado el 5 de febrero de 2000. <http://www.imer.gob.mx/estaciones/opus.html>

RADIO CULTURAL UNIVERSITARIA

ANO	ESTACION	UNIVERSIDAD
1937 (14 -06)	XEXX	Radio Universidad Nacional Autónoma de México.
1938 (28-06)	XEXQ	Radio Universidad de San Luis Potosí. Opera en la frecuencia de los 1460 kilohertz en AM. Transmite "diversos programas educativos y culturales, entre los cuales destacan programas de la RAI italiana y La Voz de Alemania" ¹⁸ .
1943	XERUV	Radio Universidad Veracruzana (XERUV) obtiene, a través de una asociación cultural, un permiso de transmisiones. Más tarde el permiso fue transferido a la Universidad Veracruzana. ¹⁹
1953	XEUG	Radio Universidad de Guanajuato ²⁰
1973	XHUAQ	Radio Universidad de Querétaro ²¹
1996	Radio UAP	Benemérita Universidad del Estado de Puebla
1998	Radio Universidad de Chihuahua	Universidad Autónoma de Chihuahua
1998	Radio Universidad de Baja California	Universidad Autónoma de Baja California
1988	Radio U. de Chapingo	Universidad Autónoma de Chapingo ²²

En 1995, operaban 11 emisoras universitarias en amplitud modulada (AM) y 3 en frecuencia modulada (FM), y a fines de 1999 operaban en el país 21 emisoras culturales universitarias.

En la década de 1990, el Sistema Nacional de Institutos Tecnológicos (SNIT), se incorporó a la radio cultural con la apertura de cinco estaciones: Radio Tecnológico de

¹⁸ Universidad Autónoma de San Luis Potosí, "Radio y televisión universitaria", consultado el 9 de febrero de 2000. <http://www.uasp.mx/retu/index.html>

¹⁹ Universidad Veracruzana, "Radio Universidad Veracruzana. Carta programática", consultado el 7 de febrero de 2000. <http://www.coacade.uv.mx/difusion/comsoc.html>

²⁰ Universidad de Guanajuato, "X.E.U.G. Radio Universidad de Guanajuato", consultado el 7 de febrero de 2000. http://www.ugto.mx/Radioug/Radioug_b.html

²¹ Universidad Autónoma de Querétaro, "Universidad Autónoma de Querétaro", consultado el 9 de febrero de 2000. <http://www.uaq.mx>

²² "Radio UAP amplía su potencia", *El Nacional*, Sección estados, 13 de enero de 1998, p.22; "La SCT autorizó estación de radio a la UACH", *El Financiero*, sección negocios, 14 de mayo de 1998, p.35; y "La SCT autoriza a la UABC para que opere una radiodifusora". *El Universal*, Sección 1A, 13 de octubre de 1998, p.25.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Tijuana, Radio Tecnológico Durango, Radio Tecnológico Celaya, Radio Tecnológico Mérida y Radio Tecnológico de Saltillo.

Las instituciones de educación superior privadas también participan en la radio cultural universitaria, tal es el caso de la Universidad Iberoamericana.

A principios de la década de 1980, la Ibero formuló el proyecto de crear una estación radiofónica con el objeto de abrir un espacio de comunicación para su comunidad. Así surgió "Radio Ibero", una estación universitaria experimental, con una potencia y cobertura muy limitadas.²³

En la actualidad existen otras universidades que cuentan con sus propias estaciones radiofónicas, como el Tec de Monterrey y la Universidad del Valle de México, entre otras, que transmiten dentro de sus instalaciones o vía internet permitiendo la práctica de los conocimientos y aptitudes de sus estudiantes en distintas áreas (comunicación, informática, etc.).

El Instituto Politécnico Nacional, por su parte, cuenta con un espacio en el cuadrante de FM (95.7) pero sus transmisiones no son constantes, de manera que no ha podido identificarse ni consolidarse dentro del gusto del público radioescucha.

Por ser el caso más representativo y el único que se ha mantenido constante dentro del cuadrante del Distrito Federal, a continuación se presenta un concentrado de los datos más representativos, así como la evolución histórica de Radio Universidad, estación perteneciente a la Universidad Nacional Autónoma de México.

RADIO UNIVERSIDAD ²⁴

AÑO	SUCESO
1937 (14 -06)	Acto de inauguración de la XEXX, "Radio Universidad". Alejandro Gómez Arias fue el primer director de la emisora, que instalaría sus estudios en Justo Sierra número 16. En sus inicios transmitía 4 horas diarias.
1939	Se abre una nueva frecuencia para ampliar el alcance de Radio Universidad representada por la XEYU, que funcionaba en onda corta y por la banda internacional. En total ambas emisoras transmitían 7 horas diarias.
1954	La transmisión semanal ascendió a 54 horas a la semana. En este periodo su programación estaba formada por música clásica, notas informativas, y programas extranjeros.
1957	Su programación era suficiente para cubrir 96 horas semanales.
1959	Radio Universidad inaugura la XEUN-FM en el 96.1 megahertz, frecuencia modulada, con 1 000 watts de potencia.
1960	Bajo la dirección del maestro Max Aub desarrolló una "propuesta radiofónica alternativa con la participación de intelectuales como Carlos Monsiváis, Carlos Illescas, Juan Vicente Melo, José Emilio Pacheco y Ricardo Guerra." ²³
1976	Inauguración de las instalaciones de Adolfo Prieto que ya contaban con fonoteca, discoteca, cuatro estudios de grabaciones, así como el sistema de transmisión en Frecuencia Modulada estereofónica con 50 000 watts de potencia.
1986-1995	"En esta época Radio UNAM produjo radioteatros, programas experimentales, programas de crítica política, programas de crítica cultural (cine, teatro, artes plásticas, etc.), programas de comentarios (bibliográficos y musicales), programas de entrevistas y series de música de vanguardia." ²⁴
1996	Define con más cuidado los contenidos de sus estaciones y destinó el AM para programas hablados (de análisis y de debate, o bien de divulgación e interés juvenil), y FM para música clásica y los programas especializados de crítica y análisis cultural.

Posteriormente, a finales de 1996 y principios de 1997, Radio UNAM incorpora el uso de las nuevas tecnologías para aumentar la recepción y emisión de señales radiofónicas (instaló una antena de recepción vía satélite para captar señales de Francia, Inglaterra y Holanda y abrió dos direcciones en Internet para emitir sus señales:

<http://www.unam.com.mx/radiounam/FM>

y

<http://www.unam.com.mx/radiounam/AM>.

²³ "Radio Ibero", *Ladrillo* (publicación de la Universidad Iberoamericana), no. 133, otoño, 10 de noviembre de 1997, p. 3.

²⁴ Datos obtenidos de la página www.unam.mx/radiounam, consultado 27 de mayo de 2000,

²⁵ Alcaraz, José Antonio. *Año del 61, muy presente lo tengo yo*. *Gaceta UNAM*. Suplemento especial: Radio UNAM 50. Op. cit. p.16

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

1.3. RADIO CULTURAL PRIVADA

Finalmente, la radio cultural privada es operada por grupos radiofónicos comerciales; este tipo de radio cultural tiene su antecedente en la estación del periódico El Mundo, dirigida por Martín Luis Guzmán. "A través de sus micrófonos dictaron conferencias José Vasconcelos, Antonio Caso, Carlos Pellicer y Manuel M. Ponce."²⁷

XELA

AÑO	SUCESO
1940	Inicia sus transmisiones operada por el concesionario "Radio Metropolitana S.A."
1982	El perfil de la XELA era el de una estación que transmitía "música clásica en la frecuencia de 830 khz, con 10 mil watts de potencia".
1997 (18 noviembre)	La XELA se incorpora a la cadena MVS Radio, debido a la fusión del "Grupo Imagen Comunicación" y "MVS Radio". En esta etapa complementó su programación musical con cápsulas sobre música, literatura y filosofía, conducidas por expertos en la materia.

La XELA era parte de la cadena MVS-Radio, integrada por 60 estaciones en FM (entre las que destacan Stéreo Rey, FM Globo, Pulsar FM, y Radioactivo) y 14 estaciones en AM; por el sistema de música de acceso restringido Multiradio Digital y por el directorio en Internet conocido como AdNet.²⁸

La XELA era la única estación cultural privada que operaba en el Distrito Federal. Su desaparición es reciente (1 enero 2001) y ha representado "un golpe bajo para los melómanos"²⁹ que seguían la estación desde hace varias décadas. Ahora la estación deportiva "Estadio W 830" sustituye a esta estación.

²⁶ Monsiváis, Carlos. Recuerdos selectivos y agradecidos. Gaceta UNAM. Suplemento especial: Radio UNAM 50. Op. cit. p.10.

²⁷ Álvarez, José Rogelio (director), Enciclopedia de México, t. XII, Enciclopedia de México/Secretaría de Educación Pública, México, 1988, p. 6835.

²⁸ Sosa Plata, Gabriel. Se vitamina el cuadrante radiofónico mexicano. Revista Mexicana de Comunicación, México, No. 52, enero-febrero de 1998, p. 9.

²⁹ Limón, Carmen, en "La música sinfónica, desplazada de la radio". El Universal. Sección Cultura. Pp. 2.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

La XELA continúa transmitiendo vía internet en la página www.xela.com.mx. A continuación se muestra su programación y se explica el contenido de sus programas.

PROGRAMACIÓN DE XELA:³⁰

Buena Música desde la Ciudad de México

DÍA Y HORA	PROGRAMA	CONTENIDO
Lunes a viernes 7:00 a 7:30	Clásicos y románticos	Música de los siglos XVIII y XIX
Lunes a viernes 10:00 a 10:15	El siglo de la música barroca	Dedicado a la época del florecimiento de la música instrumental
Lunes a viernes 11:00 a 12:00	El compositor de la semana	Dedicado a explorar la obra de los grandes maestros de la música
Lunes a viernes 12:00 a 12:30	Los grandes maestros de la música clásica	Música de cámara interpretada por pequeños grupos ejecutantes
Lunes a viernes 12:30 a 13:00	El piano y sus intérpretes	Difunde la obra pianística de compositores sobresalientes
Lunes a domingo 15:00 a 16:00	La hora sinfónica	Se ofrecen obras sinfónicas para acompañar la hora de la comida
Lunes, miércoles y viernes 16:00 a 16:30	Escenario de ópera	Fragmentos representativos de óperas importantes
Lunes 20:00 a 21:00	El virtuoso y la orquesta	Dedicado a los grandes conciertos de solistas y orquestas
Martes y jueves 16:00 a 16:30	El universo de la música	Viaje por el mundo de los sonidos musicales de todos los tiempos
Martes 20:00 a 21:00 Domingo 11:00 a 12:00	Discoteca del coleccionista	Dirigido a melómanos y coleccionistas de grabaciones importantes por su interpretación y antigüedad
Jueves 20:00 a 21:00	Obras maestras de la música sacra	Se presentan obras en las que los autores expresan su emoción y sentimiento religioso
Viernes 20:00 a 21:00	Imágenes de nuestra música	Ventana a las obras de compositores nacionales
Sábado 19:30	Escenario de ópera	Transmite obras completas (sin duración determinada)
Domingo 9:00	Misa dominical	Se presentan obras famosas inspiradas en la liturgia y adecuadas a las salas de concierto
Domingo 17:30 a 18:30	Concierto dominical	Programa pensado para disfrutar la tarde como si se estuviera en una sala de concierto

³⁰ Datos obtenidos de www.xela.com.mx consulta realizada el 21 de mayo de 2002

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

2. LA PROBLEMÁTICA DE LA RADIO CULTURAL

En el presente capítulo se señalarán las principales dificultades que enfrenta la radio cultural, buscando mostrar un panorama de la problemática que vive este tipo de estaciones.

Como puede observarse, los distintos tipos de radios culturales, tienen similitudes y diferencias entre sí; sin embargo, en términos generales y según los testimonios de productores, locutores, directivos de estaciones culturales, así como de estudiosos de la comunicación expuestos en el XV aniversario de Radio Mexiquense (Toluca, mayo de 1998)³¹, puede afirmarse que la radio cultural puede dividirse en dos grandes categorías: pública y privada, y cada una enfrenta problemas internos y externos de distinta índole.

De manera general, podemos adelantar que radio cultural privada y pública comparten dos problemas medulares:

- a) Las limitaciones que la Ley Federal de Radio y Televisión le impone en cuanto a financiamiento y obtención de recursos.
- b) Que es catalogada por el público como aburrida y elitista

Estos dos problemas enmarcan de manera general la situación en la cual vive la radio cultural y que aún no tienen solución.

³¹ Para apreciar la programación completa del evento, véase Anexo 3.

2.1. PROBLEMAS DE LA RADIO CULTURAL PÚBLICA (SISTEMAS ESTATALES, RADIOS INDIGENISTAS Y RADIOS UNIVERSITARIAS)

Los distintos problemas enlistados, como se mencionó anteriormente, son un concentrado general de los problemas más comunes en las estaciones culturales que, como mencionamos anteriormente, fueron señalados en el coloquio "Tres lustros de una radio diferente" evento organizado realizado con motivo de los festejos del XV Aniversario de Radio Mexiquense en Toluca, Estado de México, en mayo de 1998.

Dichos problemas son generales, se catalogaron y se agruparon de la siguiente forma por cuestiones prácticas, pero eso no implica que todas las estaciones compartan los mismos problemas o que vivan con todos y cada uno de ellos, éstos varían de estación a estación.

2.1.1 PROBLEMAS INTERNOS

Funciones

Baja capacidad de adaptación a los cambios del entorno social.	Algunas estaciones continúan con la misma forma de trabajo, la misma programación y los mismos formatos durante varios años.
Carencia de una identidad y objetivos bien definidos.	Son pocas las estaciones que conceptualizan su función y explican por qué se definen culturales.
Poca proyección y planeación a largo plazo.	No existe un proyecto bien definido a largo plazo de a dónde se quiere llegar y cómo hacerlo.

Si bien es cierto que las estaciones no comerciales comparten en esencia su poco interés por el aspecto económico, cada una de ellas perfila sus contenidos y su programación de acuerdo a un criterio particular que en ocasiones no tiene una plataforma de planeación sólida ni bien cimentada.

Programación

Formatos programáticos.	Se sigue una línea de contenidos rígida y demasiado solemne que al público ya no le parece atractiva.
Diseño de barras programáticas.	No se tienen perfiles ni parámetros que permitan diseñarlas. Se ignoran los intereses reales de la audiencia.
Producción de programas.	Se deja de producir, dado que es más sencillo y más barato programar música.
Programación.	Los recursos de producción y los materiales son escasos y hacen que ésta se repita indefinidamente.

Estos problemas perjudican directamente a las estaciones, ya que la programación representa la columna vertebral de la cual depende su éxito o su supervivencia.

Audiencia

Baja audiencia y escaso conocimiento de ella.	La única herramienta para entablar comunicación con su público en muchos de los casos es el teléfono.
Incapacidad para diversificar su audiencia.	No se cuentan con los recursos humanos, materiales y de producción necesarios para maximizar al público cautivo.
Descuido del auditorio joven.	Los contenidos en la mayor parte de los casos no corresponden con los intereses de los jóvenes, no existe esa identificación ni siquiera en la radio universitaria.
Baja participación del público.	No es suficientemente motivado para hacerlo y está acostumbrado a ser un receptor pasivo.
Contenidos dispersos y basados en predicciones sin fundamento.	No hay perfiles ni parámetros obtenidos de sondeos y encuestas que marquen el rumbo de los contenidos que se transmiten.

Definitivamente hay un público para la radio cultural, y las estaciones lo saben, sin embargo, no se cuenta con las herramientas para poder atenderlo, diversificarlo y responder a sus demandas porque muchas de ellas incluso son ignoradas.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Recursos

Recursos humanos	
Los perfiles de los puestos están mal definidos.	Profesionistas, comunicólogos y aficionados comparten el trabajo sin importar las necesidades de la estación.
Personal poco creativo.	Su condición de sindicalizado no le motiva a presentar nuevas alternativas que resulten más llamativas o que contribuyan a mejorar la estación.
Falta de evaluación constante.	El sindicato evita en muchos de los casos cualquier revisión de los resultados reales del trabajo que hacen los trabajadores sindicalizados.
Perfiles imprecisos de preparación.	En muy pocos casos la preparación corresponde a la labor desempeñada
Politización de puestos.	La importancia o fuerza que represente el sindicato determina la cantidad de plazas que pueden ser ocupadas por su personal, sin tomar en cuenta las necesidades de la estación.
Burocracia excesiva.	El excesivo papeleo y los trámites administrativos entorpecen o retrasan la labor radiofónica.
Movilidad de puestos.	Prácticamente es imposible reciclar o reubicar al personal sindicalizado de acuerdo a sus capacidades.

Estos problemas pertenecen a los generados en el área de recursos humanos, pero en muchos de los casos se deben a los sindicatos que operan al personal; sin embargo, hay que señalar que no necesariamente son inherentes a todo el personal sindicalizado.

Recursos materiales	
No existe un acervo de material de la estación para sus producciones.	Al no existir recursos para comprar material, los productores prestan el suyo a la estación.
No existen políticas de mercadotecnia o promoción.	Su carácter de permissionadas las hacen parecer innecesarias.
Horarios de transmisión restringidos.	Sobre todo en los casos de la radio universitaria e indigenista, ya que el presupuesto no alcanza para cubrir una transmisión de 24 horas.

Internamente los recursos materiales asignados a las estaciones culturales son manejados por las instituciones de las cuales dependen y ése es su problema principal.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Las estaciones permisionadas no son las responsables de los efectos del manejo de los recursos materiales, ni depende de ellas que este problema se resuelva, sin embargo, viven a diario las consecuencias de este problema dentro de sus espacios y de sus contenidos.

2.1.2 PROBLEMAS EXTERNOS

Audiencia

Mantienen una lucha generalizada por el rating y no por la calidad	Esto coloca a las estaciones culturales en los últimos lugares, debido a que lo que se considera importante es la audiencia numérica.
Es catalogada por los radioescuchas como aburrida, por los empresarios como no rentable y por la mayor parte del auditorio como elitista	

Si bien es cierto que el público radioescucha de nuestros días tiene múltiples opciones para elegir qué estaciones escuchar y cuáles no, también es cierto que en la actualidad la mayor parte de la gente no es selectiva ni toma en cuenta la calidad de los programas o los contenidos.

Recursos humanos

Poco atractiva para los profesionistas de la comunicación.	Las condiciones de trabajo y los salarios no retienen de manera permanente al personal con experiencia en el ámbito radiofónico.
Pocos incentivos y falta de reconocimiento dentro del medio.	El campo radiofónico se ha convertido en una especie de <i>show bussiness</i> dentro del cual no figuran definitivamente las estaciones culturales.
Escasa movilidad y perspectivas de crecimiento o desarrollo profesional.	Las estaciones mismas no tienen un panorama preciso de cómo se encontrarán en el futuro, y por ende, no ofrecen un panorama atractivo para los profesionistas.
En el caso de la radio universitaria, profesores que desconocen las necesidades prácticas de las estaciones de radio.	A menudo son más teóricos que prácticos, y por ello preparan inadecuadamente a los estudiantes de la carrera de Comunicación.
En el caso de la radio universitaria, programas y planes de estudio obsoletos que limitan el aprendizaje y la puesta en práctica de los conocimientos.	Los egresados enfrentan limitaciones técnicas o desconocimiento de recursos tecnológicos modernos porque las propias estaciones universitarias no los tienen.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Este es un problema que por tener múltiples orígenes es muy complejo de resolver; sin embargo, por una parte está en las manos de las universidades el preparar cambios en los planes de estudios que se adapten a los requerimientos reales que enfrentarán sus egresados, además, se requerirá de la constante evaluación y actualización de los académicos que en ellas laboran.

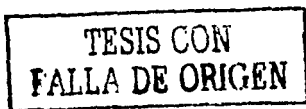
Respecto al reconocimiento e incentivos, creemos que está en la preparación ética de los profesionales de la comunicación el valorar la importancia y el alcance de su trabajo dentro de estos medios más que en la remuneración económica que éste les pueda proporcionar actualmente.

Legislación

La legislación le impide sobrevivir con sus propios medios	Sólo en algunos casos se permite recurrir a financiamientos externos para cubrir necesidades
Recursos variables al ser asignados por el gobierno o por la institución en turno.	La partida varía de un sexenio, un gobierno o una rectoría a otra y generalmente es insuficiente
Iniciativas de ley que no prosperan	El Congreso de la Unión no considera prioritaria la problemática de la radio cultural.
Dependencia de la voluntad política	Su existencia depende del apoyo que reciben cada sexenio o cada rectoría
Limitaciones al formar parte de instituciones gubernamentales o educativas	Al tener que cumplir con misiones, programas y objetivos ajenos a la estación, en muchas ocasiones se vuelven estaciones oficialistas.
Falta de estrategias de comercialización	Independientemente de lo marcado por la legislación, se parte de la idea de que la cultura no es rentable.

En síntesis, la Ley Federal de Radio y Televisión, creada en 1960 no se ha ido adecuando a las cambiantes necesidades del ámbito radiofónico, y "necesita una revisión urgente y una adecuación a las nuevas condiciones"³² en las que se

³² Romo, Cristina. "Bibliografía mexicana sobre la radio". ITESO. México, 1992. Pp. 84



desempeña la radio de nuestros días. Sólo así se podrá echar a andar alternativas de financiamiento que resuelvan los problemas antes mencionados.

Financiamiento

Adquisición de equipos técnicos modernos	Representa un obstáculo insalvable para la mayoría de las estaciones culturales que trabajan con equipo obsoleto.
Baja cobertura y baja potencia con la que transmiten las estaciones culturales	Los alcances de las transmisiones no son aprovechados al máximo, dado que el equipo no lo permite.
Fallas en el equipo.	Constantes salidas del aire debido al uso de equipo reparado incontables veces.
Dificultad para enfrentar los costos de mantenimiento	Cuando algún aparato se daña es necesario esperar un tiempo indefinido, ya que las reparaciones oportunas son ocasionales.
Restricciones en cuanto a bienes muebles e inmuebles	La partida asignada por las instituciones y gobiernos condiciona las instalaciones y mobiliario con el que se trabaja.
Capacitación nula o escasa del personal	Proceso lento debido a lo costoso que resulta contratar capacitadores

Estos problemas de las estaciones culturales están íntimamente ligados a su condición de permissionadas, ya que la ley misma impide que se tengan opciones de financiamiento que permitan resolver estos problemas.

2.2 PROBLEMAS INTERNOS Y EXTERNOS DE LA RADIO CULTURAL PRIVADA (XELA)

PROBLEMAS INTERNOS	PROBLEMAS EXTERNOS
Perfil del puesto mal definido	Bajos salarios
Escasa movilidad y pocas oportunidades de crecimiento	Bajo nivel de audiencia en comparación con otras estaciones del Grupo Imagen*.
Formatos de producción y de programación fijos y monótonos	Su existencia o desaparición depende de la voluntad del dueño*.
	Es considerada por los empresarios como poco rentable*.
	Receptores pasivos
	Costos de mantenimiento en crecimiento

El presente apartado ha quedado inconcluso debido a la desaparición de la XELA del Grupo Imagen. A pesar de haber sido una de las estaciones que más tradición

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

tenía (transmitió durante más de 50 años en el 830 AM), "es paradójico y cruelmente real que la salida se deba a la ausencia de patrocinadores".³³

Como ya se señaló anteriormente, la estación "Estadio W 830" ocupa esa frecuencia.

³³ El Universal. "La música sinfónica...." 23 junio 2002

3. TRAYECTORIA DE OPUS 94

A continuación se expondrán los antecedentes de la estación *Opus 94* y su trayectoria hasta la actualidad, además de profundizarse en aspectos como la programación de la emisora y el público al que está dirigida.

3.1. SURGIMIENTO Y SITUACIÓN ACTUAL

Desde su creación en 1983, los objetivos del Instituto Mexicano de la Radio han sido la información, el entretenimiento, la educación y la promoción de la cultura contemporánea.

La estación radiofónica *Opus 94* transmite bajo las siglas XHIMER, en la frecuencia de 94.5 megahertz en FM, con una potencia de 50,000 watts. Perteneció al sistema de radio operado por el gobierno mexicano (Instituto Mexicano de la Radio -IMER-). *Opus 94* difunde, principalmente, "un panorama musical que abarca un milenio y al mundo entero, englobado en la llamada música de concierto o clásica."³⁴ En menor medida, también transmite música de distintos países, así como jazz.

Esta es la única radiodifusora instalada originalmente por el IMER en el D.F., y según datos de archivo, "se aprovechó la última frecuencia disponible en ese momento y que ya había sido otorgada al IPN, pero que éste nunca utilizó. Radio Educación y el CREA la tenían solicitada, la primera para disponer de una frecuencia en la banda de FM, pero al final se le otorgó al IMER"³⁵.

³⁴ <http://www.imer.gob.mx/estaciones/opus.html>, "Opus 94", consultado el 5 de febrero de 2000.

³⁵ Instituto Mexicano de la Radio. Archivos internos consultados el 2 de junio de 2002.

ANTECEDENTES

Como se puede observar en la siguiente línea de tiempo, *Opus 94* es una estación joven que no ha sufrido demasiados cambios de manera externa ni en su organización.

1961

*1 noviembre
Inicio de transmisiones con las siglas
XEMP "La charrita del cuadrante"*

1979

*Se integra a la Dir. Gral de Radio,
TV y Cinematografía de la Segob*

1984

*El IMER recibe permiso para
operar la estación.
Se le asignan las siglas XHIMER.*

1983

*Creación del IMER
Es llamada "La estación cultural
Del IMER", Opus 710.*

1985

*A raíz de los terremotos.
pasa a ser "Radio Infomación",
la estación periodística del IMER.*

1990

*Cambia su formato a música
tropical*

1994

*Retoma su formato
musical para transmitir
música clásica.*

1992

*Modifica nuevamente
su perfil para transmitir
música ranchera.*

No fue sino hasta el 5 de junio de 1986, cuando la estación comenzó sus transmisiones "con un control remoto desde el Palacio de Bellas Artes, presentando la ópera *Carmen*",³⁶ y en 1994 retomó su formato musical.

³⁶IMER. Dirección de Investigación de la Comunicación Radiofónica. *XHIMER, Opus 94, lo clásico de la música*. Instituto Mexicano de la Radio, enero de 2000, (mimeo), p. 2.

La música se difundió no sólo a partir de grabaciones discográficas, sino también en forma de conciertos y recitales en vivo, pues —además de las transmisiones desde los foros del IMER— se llevaban unidades de transmisión a control remoto a las distintas salas y teatros de la ciudad de México, en los que se llevaban a cabo estos eventos.

A lo largo de distintas administraciones, *Opus 94* ha conservado sus características, ya que no ha dejado de difundir música de concierto proveniente de distintos compositores y diversas épocas.

No obstante, esta estación no únicamente transmite este tipo de música pues, en menor proporción, pone al alcance de su auditorio expresiones musicales pertenecientes a otros géneros, como es el jazz o la música folklórica de distintos países.

En consonancia con el carácter de la estación, son frecuentes los comentarios relativos a la vida y a la obra de autores e intérpretes.

Entre las facilidades con que cuenta actualmente la estación, están las unidades móviles para transmitir programas a control remoto, así como distintos estudios, uno de los cuales tiene capacidad para admitir una orquesta sinfónica. También existe un centro de reproducción de audio y un gran acervo discográfico.

3.2. ANÁLISIS DE LA PROGRAMACIÓN

La programación de *Opus 94* está conformada en su mayoría por música culta, "con una perspectiva didáctica para promover el gusto por este tipo de música".³⁷

³⁷ Romo, Cristina. (1990)

Además transmite, en control remoto, distintos eventos importantes presentados en distintas salas de concierto, en su mayoría del D.F.

Opus divide su programación en cuatro tipos de programas: a) programación musical, b) programas informativos, c) programas de difusión cultural y e) programas de opinión. En el siguiente cuadro puede apreciarse esa división.

PROGRAMAS ³⁷

MUSICALES	INFORMATIVOS	DIFUSIÓN CULTURAL	DE OPINIÓN
Música para acompañar el insomnio	Antena Radio (cápsulas)	Grabaciones históricas	Espiral de voces
Del barroco al romántico	Detrás de la noticia	Música encantada	Encuentros
Música prestada		La otra versión	
Pequeñas obras maestras		Músicos	
Música para un naufragio		Especiales	
Lo consagrado del repertorio clásico		Ave de mil voces	
Música sinfónica y de cámara		La ópera en Opus 94	
Programación musical		Manantial de músicas	
Conciertos didácticos		Ecos de un pasado sonoro	
Música nocturna		Pensemos juntos	
Ópera metropolitana desde NY		CONACYT	
		La hora del jazz	
		TRIMALCA Tribunas musicales	

Como puede observarse, la barra musical está formada por distintos y muy variados programas y les seleccionada por un programador, que generalmente es una persona relacionada con la música como musicólogo, compositor o un instrumentista.

Según los directivos de *Opus 94*, el objetivo de los programas musicales es incluir a "autores de todo el mundo desde el año 1100 hasta nuestros días, lo que habla de un

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

repertorio de casi un milenio de antigüedad y de un carácter prácticamente universal, que se transmite en una gran cantidad de versiones".³⁸

Los programas informativos son: "Antena Radio", "La hora nacional" y el noticiero "Detrás de la noticia". "Antena Radio" es el servicio informativo del Grupo IMER, su noticiario "tiene como propósito brindar al público radioescucha un panorama informativo general acerca de los acontecimientos nacionales e internacionales".³⁹

"La Hora Nacional" desde su creación se concibió como "un programa radiofónico semanal con cobertura nacional (...) transmitido en cadena por todas las estaciones del país con la finalidad de que, a través de esta emisión, el gobierno de la república informe a la población de sus actividades".⁴⁰

El noticiero "Detrás de la noticia" es producido por la agencia informativa del mismo nombre, propiedad del periodista Ricardo Rocha y como se mencionó anteriormente es de reciente introducción a la estación (2001), aunque cabe señalar que la producción y realización son totalmente independientes de *Opus 94*, ya que ésta se enlaza al estudio de la agencia informativa para hacer la transmisión del noticiero.

Los programas de difusión cultural son emisiones sobre manifestaciones artísticas como la literatura, la pintura, la danza, etc., y manifestaciones culturales como la ciencia, donde los locutores buscan un mayor acercamiento con su público.

³⁷ Para apreciar la temática de los programas de una manera más detallada, véase el Anexo No. 4.
³⁸ D'Oivera, Claudia. *Opus 94 celebra de etiqueta*. En Reforma. Sección: primera fila. 12 de junio de 1998. p.3.

³⁹ Grupo IMER, "Antena Radio", <http://www.imer.gob.mx>. Consultado el 11 de marzo de 2000.

⁴⁰ Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)". En: Sánchez de Armas, Miguel Ángel (Coord.), *Apuntes para una historia de la radio mexicana*, s/f, mimeo

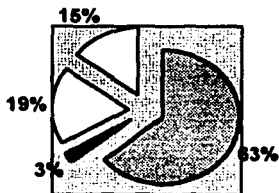
Este tipo de programas ocupan el segundo lugar dentro de la programación de Opus, y abarcan temáticas muy diversas e incluyen la realización y transmisión de cápsulas culturales y científicas.

Ocasionalmente *Opus 94* transmite conciertos en vivo desde distintos lugares de la ciudad de México, como el Palacio de Bellas Artes y el mismo estudio "A" del IMER y desde principios de año, se enlaza con el canal 115 de Edusat transmitiendo música de su propia programación en determinados espacios del canal.

Así, la distribución de programas de *Opus 94* es la siguiente:

BALANCE PROGRAMÁTICO⁴¹

Programación musical	64.12%
Programas de opinión	2.53%
Programas informativos	18.55%
Programas de difusión cultural	14.80%



	Programación musical
	Programas de opinión
	Programas informativos
	Programas de difusión cultural

- Cápsulas informativas de 3 min. Sábados y domingos (13:00, 14:00, 15:00, 16:00, 17:00, 18:00), y cápsulas informativas que se transmiten de lunes a viernes a lo largo del día.

⁴¹ Balance programático correspondiente al mes de diciembre de 2001. Información proporcionada por el Departamento de Estudios de Propagación Radioeléctrica. Dirección de Ingeniería. Enero 2002.

- Durante el día se transmiten 6 cápsulas culturales de 5 min. de duración, bajo la conducción de Juan Ma. Alponente, Ernesto de la Peña, Eduardo Lizalde, Colombia Moya y Alicia Zendejas, además de las cápsulas de Ricardo Garibay, Federico Ortíz Quezada, René Avilés Fábila, José Luis Cuevas y Martha Robles

Como puede observarse, la programación musical cubre la mayor parte del tiempo de transmisión de *Opus 94*; sin embargo, también se incluyen espacios (generalmente comerciales o cápsulas, así como campañas de protección civil) destinados a cubrir tiempos oficiales, spots pagados al IMER que se transmiten en todas las estaciones y espacios o programas patrocinados por algún anunciante.

3.3. ANÁLISIS DEL ESCUCHA

A continuación se muestran algunos datos de la cobertura de la estación y del perfil y características del escucha de *Opus 94*.

COBERTURA⁴²

Área de cobertura en km²: 13,404 día y noche

Audiencia potencial en el D.F. y área metropolitana: 12,794,834 personas día y noche.

Cobertura en el interior de la república: 391,313 personas día y noche.

Total de población a servir: 13,186,147 personas día y noche.

ESTADO	POBLACIÓN MAYOR DE 15 AÑOS 99/DÍA
DISTRITO FEDERAL	6,288,061
HIDALGO	1,565,253
MÉXICO	8,675,697

⁴² Información proporcionada por el Departamento de Estudios de Propagación Radioeléctrica. Dirección de Ingeniería. Enero 1999.

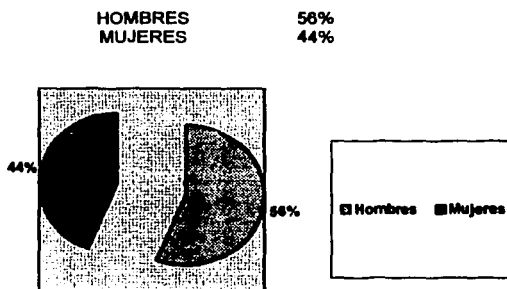
DISTRIBUCIÓN DE AUDIENCIA⁴³

Las cifras que se muestran corresponden al radioescucha cautivo de lunes a viernes, y de manera separada se presentan datos del escucha de los días sábado y domingo para ampliar el panorama de apreciación.

De acuerdo con el Instituto Mexicano de la Radio, la emisora *Opus 94* tiene una audiencia potencial de 13,186,147 personas. Esta audiencia se distribuye por sexo, edad y nivel socioeconómico.

LUNES A VIERNES

DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA POR SEXO



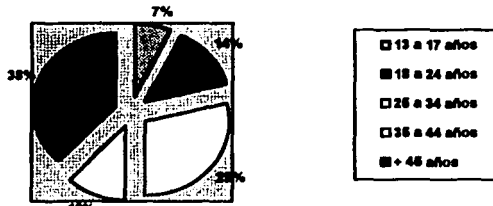
Como puede apreciarse, la diferencia en cuanto a género del radioescucha de lunes a viernes es mínima y se inclina hacia el público masculino.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

⁴³ Fuente: Estudio Mediómetro Radio INRA. Agosto, 2001

AUDIENCIA POR GRUPOS DE EDAD

13 A 17	7%
18 A 24	14%
25 A 34	29%
35 A 44	12%
+45	38%



Como lo muestra la gráfica, la estación cuenta con escuchas de todas las edades (excepto público infantil, al menos en una proporción significativa); sin embargo, predomina el radioescucha adulto de más de 45 años de edad.

AUDIENCIA POR NIVEL SOCIO-ECONÓMICO

A/B	18%
C	53%
D	29%

Las compañías de medición de audiencia dividen al público de una estación en cuatro niveles socioeconómicos: 1) Nivel A, bajo; 2) Nivel B, medio - bajo; 3) Nivel C, medio - alto; y 4) Nivel D, alto.

Con base en esta división, el auditorio de *Opus* se distribuye de la siguiente forma:

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AUDIENCIA POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



Es así como podemos afirmar que el público que escucha *Opus 94* en sus transmisiones de lunes a viernes, pertenece, en su mayoría, a la clase media - alta.

A continuación observaremos los mismos datos, pero correspondientes al fin de semana.

SÁBADO Y DOMINGO

DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA POR SEXO

HOMBRES	40%
MUJERES	60%

DISTRIBUCIÓN DE LA AUDIENCIA POR GÉNERO



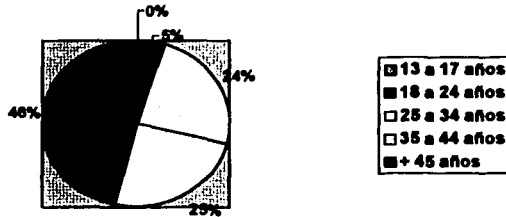
Si bien se ha observado que el escucha es en su mayoría masculino, los días sábado y domingo se invierte la ventaja y las mujeres conforman la mayoría del público radioescucha.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

AUDIENCIA POR GRUPOS DE EDAD

13 A 17	0%
18 A 24	5%
25 A 34	24%
35 A 44	25%
+45	46%

AUDIENCIA POR GRUPOS DE EDAD

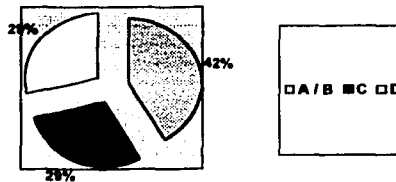


Como se puede observar, la edad del radioescucha se mantiene constante durante la semana y se reafirma los días sábado y domingo. La edad promedio es de más de 45 años.

AUDIENCIA POR NIVEL SOCIO-ECONÓMICO

A/B	42%
C	29%
D	29%

AUDIENCIA POR NIVEL SOCIOECONÓMICO



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como lo muestran las gráficas, el escucha durante los fines de semana se diversifica y está, en su mayoría, compuesto por personas de clase media y clase media baja.

Así, la audiencia de *Opus 94*, está formada en su mayor parte por personas de más de 45 años (38%), de nivel socioeconómico C (53%). Por ello los anunciantes, tienden a describir al público de esta estación como "un adulto de la tercera edad, urbano y de nivel socioeconómico medio - alto".⁴⁴

⁴⁴ D'Olivera, Claudia, *Op. cit*

4. PROPUESTA DE PROMOCIÓN PARA *OPUS 94*

Según datos publicados por la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión,⁴⁵ sólo el 1% de la población del país escucha música clásica y ese público se encuentra actualmente repartido entre tres estaciones: Radio Educación, Radio UNAM y *Opus 94*; sin embargo, la transmisión de la llamada música culta “no deja de ser importante y no debe desaparecer”.⁴⁶

Para resolver este problema, los especialistas en la materia proponen “echar mano de nuevas estrategias que acerquen al público de todas las edades”⁴⁷ a este tipo de música que, aunque ha perdido seguidores, se ha mantenido y se mantendrá vigente.

Sin ir más lejos, el más claro ejemplo de la urgente necesidad de buscar alternativas para la radio cultural lo representa la reciente desaparición de la XELA por falta de financiamiento.

Como se señaló anteriormente, *Opus 94* basa su programación en la transmisión de música clásica y es precisamente por esto la estación requiere poner en práctica un plan de promoción que le permita ampliar al máximo su alcance dentro de los escuchas que ya gustan de este tipo de música.

Las propuestas siguientes abren todo un panorama de opciones que puede ser explorado y aprovechado.

⁴⁵ Limón, Carmen. *Ibidem*

⁴⁶ *Op. Cit.*

⁴⁷ *Op. Cit.*

No tratamos de inventar una nueva fórmula de promoción, pero sí proponemos, partiendo de las condiciones particulares de la estación *Opus 94*, acciones concretas que permitan ampliar su cobertura entre el público que gusta de este tipo de música y que desconoce la estación o bien que no se ha detenido a escucharla.

4.1. ACTIVIDADES DE PROMOCIÓN REALIZADAS

Opus 94 se promueve, principalmente, a través de sí misma como medio de comunicación, es decir, la información sobre su programación o sobre los eventos que lleva a cabo, es emitida por la frecuencia de la misma estación. Para ello, la estación cuenta con dos tipos de producciones promocionales: identificaciones de la estación que se transmiten cada hora y spots promocionales de los programas que se transmiten (ambos realizados por el departamento de producción de la estación y que sólo son transmitidos dentro de su programación).

Los eventos en los que se participa son: conciertos en vivo, a cargo de solistas o de orquestas, ejecutados en los estudios de la estación o bien, intercambios para promover conciertos que se presentan en otros lugares (actualmente se tiene contacto con Bellas Artes, UNAM -Ofunam, Conservatorio Nacional de Música y la Filarmónica de la ciudad de México).

Los intercambios generalmente se hacen por boletaje que es repartido al público de la estación en los turnos en vivo pero no existe un acuerdo establecido previamente sobre cuántos boletos, para qué evento y cuántos impactos transmitirá *Opus*, en qué momento o de qué manera lo hará, es decir, nunca sabe el personal de la misma estación con anticipación los detalles del evento ni de qué manera sacarle provecho.

Por otra parte, los conciertos dentro del estudio "A" del IMER han ido a menos desde hace algunos años debido al recorte presupuestal y a que no existe en la estación un grupo de personas que busquen patrocinadores para continuar con este evento, que por cierto era bastante recurrido (asistían aproximadamente 300 personas de todas las edades cada semana). Ahora los conciertos únicamente se organizan durante el mes de junio, con motivo del aniversario de la estación.

De esta forma, se promueve a la estación entre aquellas personas que, aún sin conocerla, asisten a las actividades que ésta organiza.

Hasta hace algún tiempo además de los conciertos se promovían conferencias, cursos de distinta índole, visitas guiadas a museos e incluso se llegó a la creación del "Club de amigos de *Opus 94*",⁴⁸ que en la actualidad ha desaparecido, y que según Valentín Moya, operador de la estación desde hace 10 años, "acabó cuando Fernando Carmona, director artístico de *Opus 94*, dejó su cargo".

En la actualidad, gracias a la popularización de Internet como medio de difusión, se ha hecho uso de esta herramienta informática para dar a conocer tanto la programación como otras características, tanto de *Opus 94* como de las estaciones hermanas. Sin embargo, es de destacar que los contenidos de la página electrónica de la estación no están actualizados, lo que incide negativamente en la promoción de la estación.

Finalmente, el programa "Música prestada" es uno de los vínculos más fuertes que tiene la estación con su público, dado que es el escucha quien es invitado a llevar a la estación su material favorito para que sea compartido con los demás radioescuchas. En

⁴⁸Instituto Mexicano de la Radio, "Qué es el IMER?", Secretaría de Gobernación, México, 1991.

la actualidad y gracias al enorme acervo que tiene la estación, la participación del público en este espacio ha ido disminuyendo.

La estación cuenta con pocos programas patrocinados, aunque éstos sí existen en la estación (El universo de la música); sin embargo, como en el caso del programa citado, no existe un beneficio directo a la estación.

Respecto a algún otro tipo de promociones, la estación carece de ellas. No existe fecha alguna que se celebre en la estación, salvo el aniversario, que como ya mencionamos, se festeja con la organización de la temporada de conciertos y aunque en algún tiempo se imprimieron carteles promocionales que se repartieron en espacios culturales (Cineteca Nacional, museos, salas de concierto, etc), desde hace aproximadamente seis años, dejó de hacerse por falta de presupuesto.

Tomando en cuenta este panorama, nuestra propuesta se plantea en dos áreas: promoción interna y externa, entendiendo como promoción interna todas aquellas actividades encaminadas a dar a conocer o bien reforzar a la estación que pueden realizarse en la estación misma o dentro del IMER. La promoción externa son actividades que requieren de la colaboración de otras instancias para poder ponerse en práctica.

4.2. PROPUESTAS DE PROMOCIÓN INTERNA

Opus en el IMER

Si bien es cierto que las estaciones hermanas de Opus en el IMER tienen un perfil muy diferente, resulta válido para fines de promoción sin necesidad de hacer una inversión económica, el transmitir spots promocionales de la estación, así como cápsulas de

algunos de sus programas que permitan que todo tipo de público, de acuerdo a la influencia de cada una de las estaciones, sepa que existe *Opus 94* y cuál es su oferta musical.

Finalmente el público de estaciones como Radio México Internacional u Horizonte 108 coincide en perfil de edad y rango socioeconómico con *Opus* y en el caso de las demás estaciones, es válido ofrecerle al público de cualquiera de ellas la oportunidad de explorar un espacio auditivo distinto al que están acostumbrados a escuchar.

Club amigos de Opus

Asimismo, rescatar el proyecto "Amigos de *Opus*" representaría una respuesta a la necesidad de constituir grupos alternos a la estación que representen una comunicación directa con ella.

Para ello se puede utilizar el directorio de seguidores con el que cuenta la estación y que se ha ido formando a lo largo de varios años gracias a locutores, operadores y el mismo personal de la estación, al mismo tiempo que se echa mano de los sitios y las instituciones culturales que ya existen y que no necesariamente requieren remuneración económica para organizar, por ejemplo, visitas guiadas en sus instalaciones.

Si bien es cierto que el público de *Opus* no es el mismo de otras estaciones del IMER como La Candela u Órbita 105.7, una de las características de esta estación es el trato amable y cercano que tiene con su público y que puede verse reforzado a través de la puesta en práctica de esta propuesta.

Opus en internet

Actualizar la página de la estación en internet de manera que siempre puedan ser confiables los datos que en ella se encuentran, así como incluir información más vasta relacionada con la estación, no sólo presentar su carta programática, como hasta ahora se ha hecho.

Se trata de aprovechar al máximo el alcance que tiene la red y el que “las nuevas generaciones se mueven en ese ámbito”,⁴⁹ de manera que ésta puede ser una buena herramienta para alcanzar públicos diversos.

Esto ayudaría a reforzar la imagen de Opus entre el público que consulta esa información y esta acción no requiere de mayor inversión, únicamente se necesita tener mayor cuidado y estar actualizando de manera constante la información conforme se van dando los cambios en la estación.

www.opus94.imer.gob

Una variante de la propuesta anterior es crear una página independiente de la estación cuya ubicación esté direccionada por la del IMER, de manera que se pueda ampliar la información respecto a las actividades que Opus realiza e inclusive se pueden incluir programaciones semanales, formularios para el Club Amigos de Opus, información acerca de la agenda semanal (Notopus) y de los eventos con los cuales se tienen contacto durante esa semana o ese mes y con los cuales se tendrá contacto posteriormente.

⁴⁹ Limón, Carmen. Op cit.

Contrario a lo que se piensa, crear una página en internet hoy en día no es tan complejo ni tan costoso; según Ángel Salinas, creador y encargado del diseño de la página del Núcleo Radio Mil, "cuenta más la creatividad que plasmes en la página que la cantidad de efectos que en ella pongas".

Opus conociendo al público de Opus

Una acción que nunca se ha implementado es el realizar sondeos o una encuestas de opinión sobre cómo ve el público escucha a la estación.

No se trataría de realizar un estudio profundo para checar el rating de la estación porque no se tienen los recursos humanos ni económicos para hacerlo,⁵⁰ simplemente se sugiere que al inicio del evento se entregue, junto con el programa de la actividad (teatro, conferencia, concierto, etc), un cuestionario breve para saber qué propuestas tiene el público que conoce la estación, y si es que no la conoce, cuáles características considera que serían deseables en una estación que transmite música clásica.

De esta manera se podría saber cuáles son las expectativas reales que tiene el público que gusta de estos eventos artísticos y de manera concreta, en el caso de los escuchas de la estación, qué está funcionando y qué sería bueno modificar en Opus.

4.3. PROPUESTA DE PROMOCIÓN EXTERNA

Dado que es una estación permisionada, Opus no puede echar mano de recursos financieros que le permitan campañas de difusión como las que utilizan algunas estaciones concesionadas, pero sí puede, en su carácter, recurrir a intercambios,

convenios con otras instituciones de gobierno o patrocinios que permitan proveer a la estación de herramientas para reforzar su imagen externamente.

Es así como se plantan las siguientes propuestas:

Opus 94 en "la otra radio"

Uno de las opciones menos exploradas por las estaciones culturales es el aprovechamiento de su propio alcance; es decir, dado que son "el otro lado del panorama comercial", la creación de un frente común entre Radio Educación, Radio Universidad y *Opus 94* debería ser, en teoría, una acción obligada; sin embargo no es así, y se desperdicia, desde nuestro punto de vista, la oportunidad de crear vínculos entre estas estaciones que les beneficien de manera conjunta.

Derivada de esta opción, se pueden realizar cápsulas promocionales de *Opus 94* que se transmitan en Radio Educación y en Radio Universidad y al mismo tiempo, crear convenios que permitan a las tres estaciones hermanas aprovechar sus espacios para promoverse o para invitar a su público a escuchar las otras dos opciones.

Finalmente *Opus 94*, Radio Educación y Radio Universidad comparten un aspecto fundamental: no existe competencia entre ellas.

Eventos de Opus al aire

Vale la pena insistir en las posibilidades que existen para aprovechar los espacios de las otras dos estaciones no comerciales que hay actualmente, y es que bien se puede recurrir a ellos para difundir los eventos organizados por Opus.

⁵⁰ Por problemas presupuestales, el IMER canceló su contrato con IBOPE, empresa que le mantenía al

Si bien es cierto que cada una de las estaciones ya mencionadas tiene una identidad propia y bien definida, la promoción a través de menciones en los turnos en vivo no representa una invasión a la estación misma, porque tanto Radio Educación como Radio Universidad ofrecen opciones distintas y los eventos que organizan también son diferentes, de manera que dar a conocer la labor de Opus en materia de eventos culturales (sobre todo conciertos), no afectaría de manera alguna a estas dos estaciones.

Opus en otros sitios de la red

Dado que la mayor parte de los sitios culturales (INBA, UNAM, INAH, CONACULTA, Canal 22, etc.) son parte de alguna institución gubernamental, se podría buscar crear links o vínculos dentro de sus páginas que lleven a la de Opus en las páginas electrónicas de otros sitios culturales y de esta manera alcanzar al público que acostumbra revisar la información de estas páginas para que conozcan Opus.

Esto es una variante de la propuesta mencionada anteriormente, que equivaldría a las menciones en cabina de eventos organizados por estas instituciones.

Opus 94 como promotora de eventos culturales

Mirando un poco hacia fuera nos encontramos con un problema importante: la estación no cuenta con recursos suficientes para organizar eventos culturales; sin embargo, sí puede ofrecer alternativas recreativas a su público radioescucha a través de intercambios con compañías independientes que organizan eventos culturales (teatro,

danza, conciertos, etc) y que por lo general no tienen recursos suficientes para pagar anuncios en otros medios comerciales.

A cambio de spots y de menciones en cabina, estos grupos artísticos pueden proporcionar boletaje a la estación que se traduciría en variedad de eventos para ofrecer a su público cautivo.

No es desconocida la fórmula de dar obsequios a los radioescuchas como una manera de incentivarlos a continuar con la estación, y no por tener un público de nivel socioeconómico medio alto, deja de agradecer el obsequio de un boleto para un buen concierto o una entrada para alguna obra teatral.

Opus en teatros, cines, salas de concierto y más

Adicionalmente y dependiendo del tipo de arreglo al que se llegue con la compañía o con los organizadores de los eventos, se puede pedir que éstos permitan que haya presencia física de la estación en los lugares donde se vaya a presentar la actividad.

La presencia física bien puede darse de manera discreta e incluso aparentemente puede pasar inadvertida a través de mantas con el logotipo de Opus que se coloquen en un lugar visible para las personas que asisten y que pueden ser posibles seguidores de la música clásica.

Opus de mano en mano

Esta opción fue adoptada ya en alguna ocasión hace algunos años en la estación y tuvo buenos resultados; sin embargo ha dejado de hacerse desde hace algún tiempo. Se trata del reparto de impresos con la programación de la estación en los eventos mismos con los que colabora Opus.

La carta programática o la calendarización de eventos de la estación pueden irse entregando al mismo tiempo que se entrega el programa de mano del evento que se presenta en el lugar y de esta manera llegar al público que desconoce la estación y difundir un poco más la oferta de *Opus 94* en el mercado cultural.

Logotipos impresos

En el caso de eventos importantes, el convenio puede ir un poco más allá. Existen casos en los cuales los organizadores de los eventos buscan que la promoción sea más intensa e imprimen carteles o anuncios en periódicos y revistas que tienen un alcance mayor. En estos casos se puede ofrecer realizar promocionales dentro de la estación (el equipo de producción de *Opus* puede hacerlo sin mayor complicación) a cambio de que el logotipo de *Opus 94* aparezca en los carteles publicados por los organizadores del evento.

Se trata únicamente de que en el mismo programa de mano o en el material del evento se incluya el logotipo que necesariamente remitirá al asistente del evento a la estación.

Opus visita...

Finalmente, *Opus 94* puede buscar tener contacto con museos y salas de arte u otros sitios de interés para organizar visitas guiadas dentro de ellos que permitan a los radioescuchas acercarse a estos recintos culturales de manera directa.

Los museos pocas veces se niegan a recibir grupos de visitantes y dentro de los servicios gratuitos que prestan se encuentran precisamente las visitas guiadas, de modo que la estación no tendría un gasto económico mayor, únicamente realizar el

trabajo de planeación, organización y asignación de las entradas al público escucha a través de sus emisiones en vivo.

A cambio, anunciar las exposiciones en turno del museo o hacer un breve comentario de lo que ofrece durante ese mes.

Si bien es cierto que se requiere de un trabajo maratónico y que la estación no cuenta con suficientes recursos, todas las propuestas aquí planteadas pueden echarse a andar de manera conjunta con el personal que labora en la estación y los estudiantes que realizan servicio social en ella. Hasta ahora han sido ellos los encargados de mantener a la estación con su entusiasmo y disposición.

Consideramos que con una buena distribución de las labores y la conformación de equipos de trabajo responsables de cada una de las acciones, las propuestas pueden ponerse en práctica porque son labores que pueden ser realizadas por estas personas, que hay que señalar, son muy capaces y cuentan con la preparación suficiente para hacerlo.

CONCLUSIONES

El panorama que enfrenta la radio cultural es poco prometedor. Por lo que se ha podido observar a lo largo de este trabajo, la radio cultural enfrenta un sinnúmero de problemas que impiden su desarrollo.

Sin embargo, dicha problemática, más que como un imposible, debe visualizarse como un reto: demostrar que sí se puede hacer una radio educativa y cultural dinámica y activa que puede incluso explotar fuentes de financiamiento alternas sin perder de vista sus objetivos y su función.

La modificación del marco legal que abra a las estaciones permisionadas la posibilidad de allegarse los recursos económicos está fuera de nuestro alcance, y a pesar de los múltiples esfuerzos realizados por académicos, investigadores y los mismos medios de comunicación, ninguna de las iniciativas ha logrado concretarse pero eso no quiere decir que el trabajo realizado no sea fructífero en un corto plazo.

Mientras tanto, las estaciones por sí mismas se ven en la necesidad de echar mano de todas las herramientas a su alcance y de poner en práctica todas las acciones que estén en sus manos y es en ese renglón donde pretende tener lugar esta propuesta.

En el caso de *Opus 94*, nuestra hipótesis se ha cumplido, dado que después del estudio de la estación, de sus condiciones y de la labor de promoción que realiza, hemos llegado a la conclusión de que sí existen actividades que no se han puesto en práctica, que son viables y que son posibles en beneficio de la estación.

Asimismo, los objetivos se vieron cumplidos y se encuentran reflejados en cada uno de los capítulos de nuestro trabajo, al mostrar un panorama de la radio cultural reflejado en las tres estaciones que transmiten en el Valle de México, al dar cuenta de su problemática según lo expresado por sus propios protagonistas y al aterrizar la situación de este tipo de radio en el caso de *Opus 94* y su necesidad de promoción.

Seguramente este proyecto encontrará algunas trabas de ser puesto en práctica, pero seguramente dará buenos resultados en un mediano plazo y permitirá ir probando, modificando o adoptando acciones que definitivamente están al alcance de la estación y que en el peor de los casos no se quedarán en una incógnita inexplorada.

La puesta en práctica de nuestra propuesta está fuera de nuestro alcance pero los directivos de la estación la conocen, de manera que su posible ejecución, la medida en la que sea puesta en práctica y la posible evaluación de sus resultados depende en su totalidad de ellos y del empeño que decidan poner en estas acciones.

Por último, esperamos sinceramente que la realización de este trabajo sea de utilidad y se una a las "voces débiles, voces de esperanza" que se interesan por esta forma de hacer, de llenar, el espacio radiofónico.

FUENTES CONSULTADAS

FUENTES BIBLIOGRÁFICAS

- Álvarez, José Rogelio (director), Enciclopedia de México, t. XII, Enciclopedia de México/Secretaría de Educación Pública, México, 1988, p. 6835.
- Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española. Edit. Larousse. México, 2000. Pp.172.
- IMER. ¿Qué es el IMER?, Secretaría de Gobernación, México, 1991.
- IMER. Dirección de Investigación de la Comunicación Radiofónica. XHIMER, Opus 94. Lo clásico de la música. Instituto Mexicano de la Radio, enero de 2000, (*mimeo*), p. 2.
- Mejía Barquera, Fernando. "Historia mínima de la radio mexicana (1920-1996)". En: Sánchez de Armas, Miguel Ángel (Coord.), Apuntes para una historia de la radio mexicana.
- Romo, Cristina. La otra radio: voces débiles, voces de esperanza. Fundación Manuel Buendía. Instituto Mexicano de la Radio. México, 1990. Pp. 196
- Romo, Cristina. Bibliografía mexicana sobre la radio. ITESO. México, 1992. Pp. 84.
- Secretaría de Gobernación. Ley Federal de Radio y Televisión. Artículo 13.
- Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. 19 enero 1960.
- Tzvi, Medin. Ideología y praxis política de Lázaro Cárdenas. Ed. Siglo XXI. México, 1990, p. 187

FUENTES HEMEROGRÁFICAS

- Alcaraz, José Antonio. Año del 61, muy presente lo tengo yo. *Gaceta UNAM. Suplemento especial: Radio UNAM 50. Op. cit.* p.16
- D'Olvera, Claudia. "Opus 94 celebra de etiqueta", En Reforma, sección: Primera fila, 12 de junio de 1998, p.3.
- *El Financiero* "La SCT autorizó estación de radio a la UACH", sección Negocios, 14 de mayo de 1998, p.35
- Limón, Carmen, directora de programación de Radio Educación, en "La música sinfónica, desplazada de la radio". El Universal. Sección Cultura. Pp. 2.
- Monsiváis, Carlos. Recuerdos selectivos y agradecidos. *Gaceta UNAM. Suplemento especial: "Radio UNAM 50 aniversario"*. p.10.
- *El Nacional*. "Radio UAP amplía su potencia", sección estados, 13 de enero de 1998, p.22.
- "Radio Ibero", Ladrillo (publicación de la Universidad Iberoamericana), no. 133, otoño, 10 de noviembre de 1997, p. 3.
- Rosemberg Acuña, Ery. Radio Educación cumple hoy 70 años como proyecto cultural. *El Financiero*, México, 15 de julio de 1994, p. 17.
- Sosa Plata, Gabriel. "Se vitamina el cuadrante radiofónico mexicano". En Revista Mexicana de Comunicación. México, No. 52, enero-febrero de 1998, p. 9.
- *El Universal*. "La SCT autoriza a la UABC para que opere una radiodifusora". Sección 1A, 13 de octubre de 1998, p.25.
- García, Adriana. "La música sinfónica, desplazada de la radio" El Universal. Cultura. 23 junio 2002. Pp.1 y 2
- Valenzuela, Angélica. "En la indigencia radio y TV educativa". El Universal. Sección Cultural, 12 de mayo de 1997, p. 14

BIBLIOGRAFÍA VIRTUAL

- <http://www.imer.gob.mx/estaciones/opus.html>, "Opus 94", consultado el 5 de febrero de 2000.
- <http://www.imer.gob.mx>. Consultado el 11 de marzo de 2000.
- <http://www.unilini.gob.mx>. Instituto Nacional Indigenista.
- <http://www.uam.mx/difusion/comcul/acuerdos/acuti5.html> SEP. Acuerdo número 203, septiembre 29 de 1994, consultado 9 de febrero de 2000.
- <http://www.radioeducación.edu.mx>. consultado 26 de mayo de 2002
- <http://www.uaslp.mx/retu/index.html> Universidad Autónoma de San Luis Potosí, "Radio y televisión universitaria", consultado el 9 de febrero del 2000.
- <http://www.coacade.uv.mx/difusion/comsoc.html> Universidad Veracruzana, "Radio Universidad Veracruzana. Carta programática", consultado el 7 de febrero de 2000.
- http://www.ugto.mx/Radioug/Radioug_b.html Universidad de Guanajuato, "XEUG Radio Universidad de Guanajuato", consultado el 7 de febrero de 2000.
- <http://www.uaq.mx> Universidad Autónoma de Querétaro, "Universidad Autónoma de Querétaro", consultado el 9 de febrero de 2000.
- http://www.uacam.mx/ini/fono_04.htm Universidad Autónoma de Campeche. "Sistema de Radiodifusoras Culturales Indigenistas", consultado el 9 de febrero de 2000.
- <http://www.uacam.mx/ini/acerca.htm> Universidad Autónoma de Campeche. "Instituto Nacional Indigenista", consultado el 9 de febrero del 2000.
- www.xela.com.mx Consulta realizada el 21 de mayo de 2002

DOCUMENTOS

- Anónimo. El perfil actual de Radio Educación, s/fecha, fotocopia
- IMER. Documentos internos, s/fecha, fotocopia
- IMER. Departamento de Estudios de Propagación Radioeléctrica. Dirección de Ingeniería. Balance programático correspondiente al mes de diciembre de 2001.
- IMER. Dirección de Investigación de la Comunicación Radiofónica, XHIMER, Opus 94. Lo clásico de la música, enero de 2000, p. 2.
- Secretaría de Gobernación. Diario Oficial de la Federación. 19 enero 1960.
- INRA. Estudio Mediómetro Radio. Agosto, 2001.

ENTREVISTAS

- Salinas, Ángel. Licenciado en informática. Responsable del diseño de la página del NRM, Núcleo Radio Mil (www.nrm.com.mx)
- Moya, Valentín. Operador de transmisión de *Opus 94*.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ANEXOS

ANEXO 1

PROGRAMACIÓN DE RADIO EDUCACIÓN

HORAS	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
00:00							
00:03	HIMNO NACIONAL						
00:03			POSTALES SONORAS		SINTONIA LIBRE		
00:33				RADIO CHAT			
01:00							
01:00						<i>MÚSICA</i>	
01:30			TODO SE ESCUCHA EN SILENCIO		DATOS PARA UNA HISTORIA...		
01:45							
01:45	<i>MÚSICA</i>						
04:57	HIMNO NACIONAL						
05:00							
06:00	<i>MÚSICA</i>		DEL CAMPO Y DE LA CIUDAD		<i>MÚSICA</i>		
06:30							
06:30							
07:00							
07:05	AVANCE INFORMATIVO						
07:05			EN EL RUEDO		<i>MÚSICA</i>		
07:15							
07:15							
07:20							
07:20	BEATÁGORA		IFE	BEATÁGORA		¿QUIÉN CANTA?	<i>MÚSICA</i>
07:25							
07:30							
07:30							
07:35	<i>MÚSICA</i>		IFE				
07:35							
07:55							
07:55	MÉXICO, TIERRA ADETRON						
08:00							
08:00							
08:25							
08:25							
08:30	PULSO DE LA MAÑANA					HOY EN EL 1060	
08:30							
08:33							
08:33							
08:55							
08:55	HOY EN EL 1060						
09:00							
09:00	SU CASA Y OTROS VIAJES						
09:30							

MÚSICA

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

09:30									
09:33									MEX.CULT.
09:33									
09:57									
10:00									MEX.CULT.
10:00	TIEMPO Y ESPACIO								
10:10									
10:15									
10:15									
10:30									
10:30									
10:45									
11:00									
11:00									
11:00									
11:15									
11:30									
11:30									
12:00									
12:00									
12:30									
12:30									
13:00									
13:00									
13:30									
13:30									
13:35									
13:35									
14:00									
14:00									
14:15									
14:15									
14:25									
14:25									
14:27									
14:27									
14:30									
14:30									
15:00									
15:00									
15:15									
15:15									
15:30									
15:30									
16:00									
16:00									
16:15									
16:15									
16:30									
16:30									
17:00									
17:00									
17:30									
17:30									
18:00									

18:00	MÉXICO: LOS MIL ROSTROS DE DIOS		FORO DEL COLEGIO DE MÉXICO		SEXUALIDAD EN				
18:30									POR SUS OBRAS LES CONOCERÉIS
18:30				MÚSICA		TU PROPIA VOZ			
19:00									
19:05	AVANCE INFORMATIVO								
19:05									
19:30						EL CERVANTINO AL AIRE		MÚSICA	
19:30			EN EL FONDO SOMOS ASÍ						
20:00									
20:00	PULSO DE LA NOCHE								
20:30									LOS SONIDOS DEL DESVÁN
20:30		MÚSICA	SIN						POR SUS OBRAS LES CONOCERÉIS
20:45		FRONTERAS (BBC)			VOCES INTERIORES				EL CERVANTINO AL AIRE
20:45	MI OTRO YO								
21:00					REFLEXIONES		ORQUESTA SINFÓNICA NACIONAL		
21:30									
21:30									
21:30									
22:00	RELIEVES	EL FIN JUSTIFICA A LOS MEDIOS		MÚSICA					
22:00					SON...IDOS DE LA MUASTECA			MÚSICA	
22:30									
22:30									LA HORAS NACIONAL
22:45					EL ARTE DE ESCUCHAR EL RADIOARTE				
22:45	EL TEATRO	COMENTARIOS CULTURALES				COMENTARIOS CULTURALES			
23:00									
23:00	EN MÉXICO						TIEMPO DE BELLAS ARTES		
23:15								PIEL DE ASFALTO	
23:15									MÚSICA
23:30			RADIO CHAT						
23:30									
23:30	MÚSICA								
24:00					MÚSICA				

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

ANEXO 2

EL INSTITUTO NACIONAL INDIGENISTA Y SU SISTEMA DE RADIOS

COMUNITARIAS (*)

Radiodifusora	Año de Fundación	Ubicación	Potencia (Watts)	Frecuencia (Khz.)	Población total	Población indígena atendida	Lenguas que Transmite	Pueblos indígenas mayoritarios bajo cobertura	Horas de Transmisión semanal
XEZV "La Voz de la Montaña"	1979	Tlapa Comonfort, Guerrero	3,000	800	549,462	348,491*	Náhuatl, Mixteco, Español	Nahua, Mixteco, Tlapaneco, Amuzgo, Chocho	81
XETLA "La Voz de la Mixteca"	1982	Tlaxiaco, Oaxaca	5,000	930	504,633	326,037*	Mixteco, Triqui, Español	Mixteco, Triqui, Amuzgo, Zapoteco	84
XEPUR "La Voz de los Purépechas"	1982	Cherán, Michoacán	5,000	830	2'395,729	218,004*	Purépecha y Español	Purépecha, Nahua, Zapoteco, Totonaca, Otomí	91
XETAR "La Voz de la Sierra Tarahumara"	1982	Guachochi, Chihuahua	10,000	870	301,311	90,527	Tarahumara, Tepehuán, Guarijío, Español	Tarahumara, Guarijío, Tepehuán, Totonaca, Mazahua, Pima	84
XEPET "La Voz de los Mayas"	1982	Peto, Yucatán	10,000	740	1'305,035	701,552	Maya, Español	Maya, Zapoteco, Nahua, Mixe, Chol	91
XEVFS "La Voz de la Frontera Sur"	1987	Las Margaritas, Chiapas	4,000	1,030	1'174,303	626,448	Tojolabal, Mame, Tzeltal, Tzotzil y Español	Tzeltal, Tzotzil, Tojolabal, Mames, Kanjobal, Chol	88
XEGLO "La Voz de la Sierra Juárez"	1990	Guelatao, Oaxaca	5,000	780	290,037	194,411	Zapoteco, Mixe, Chinanteco y Español	Zapoteco, Chinanteco, Mixe	84
XEANT "La Voz de las Huastecas"	1990	Tancanhuitz de Santos, S.L.P.	5,000	1,070	751,972	336,941	Náhuatl, Pame, Huasteco y Español	Nahua, Huasteco, Pame, Chichimeca Jonaz	99
XEOJN "La Voz de la Chinantla"	1991	San Lucas Ojitlán, Oaxaca	5,000	950	412,385	160,428	Mazateco, Cuicateco, Chinanteco y Español	Mazateco, Chinanteco, Cuicateco, Nahua, Mixteco	56
XEZON "La Voz de la"	1991	Zongolica, Veracruz	5,000	1,360	686,234	226,452*	Náhuatl, Español	Nahua, Mazateco	74

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Sierra de Zongolica								Popo-Luca, Mixteco Zapoteco	
XEJMN "La Voz de los Cuatro Pueblos"	1992	Jesús María, Nayarit	5,000	750	120,437	39,551	Cora, Huichol, Tepehuán, Náhuatl Español	Huichol, Cora, Tepehuán, Otomí	57
XEQIN "La Voz del Valle"	1994	San Quintín, Baja Cal.	5,000	1,290	259,979	21,197	Mixteco, Triqui, Zapoteco Español	Mixteco, Zapoteco, Triqui	73
XECTZ "La Voz de la Sierra Norte"	1994	Cuetzalan, Puebla	5,000	1,350	963,108	501,201*	Náhuatl, Totonacoy Español	Nahua, Totonaca, Otomí, Tepehua, Mixteco	81
XEJAM "La Voz de la Costa Chica"	1994	Jamiltepec, Oaxaca	5,000	1,260	532,612	328,081	Mixteco, Amuzgo, Chatino Español	Mixteco, Chatino, Amuzgo, Zapoteco, Triqui	84
XEXPUJ "La Voz del Corazón de la Selva"	1996	X'pujil, Campeche	5,000	700	552,870	158,851	Maya, Chol y Español	Maya, Mame, Kanjobal, Chol, Tzeltal	83
XEETCH "La Voz de los Tres Ríos"	1996	Etchojoa, Sonora	5,000	1,130	797,919	211,126	Mayo, Yaqui, Guarjijo Español	Mayo, Yaqui, Guarjijo Tarahumara, Zapoteco	56
XECOPA "La Voz de los Vientos"	1997	Copainalá, Chiapas	5,000	1,210	826,856	314,821	Zoque, Tzotzil Español	Zoque, Tzotzil	56
XETUMI "La Voz de la Sierra Oriente"	1997	Tuxpan, Michoacán	5,000	1,010	8738,232	520,513	Mazahua, Otomí Español	Mazahua, Otomí, Matlatzincas Y Ocuilteco	71
XECARH "La Voz del Pueblo Hñahñú"	1999	Cardonal, Hidalgo	2,500	1,480	272,395	154,603	Otomí, Náhuatl Español	Otomí, Nahua	84
XEFCPQ "La Voz del Gran Pueblo"	1999	Carrillo Puerto, Quintana Roo	2,500	1,030	181,071	56,641	Maya Español	Maya	21

(* Datos obtenidos de la página del Instituto Nacional Indigenista www.unilini.gob.mx

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

ANEXO 3

XV ANIVERSARIO DE RADIO MEXIQUENSE COLOQUIO "TRES LUSTROS DE UNA RADIO DIFERENTE" 18,19,20, 21 Y 22 DE MAYO 1998

1ª MESA REDONDA

Tema :Deber ser de la radio cultural

Ponentes:

- Ricardo Miguel Haya: Licenciado en Ciencias de la Información, autor del libro Hacia una nueva radio, docente en Ecuador y Argentina y director de la radio Antena Libre, en Argentina
- Antonio Garfias: Lic. en Ciencias y Técnicas de la Información, fue subdirector de Radio Educación, ex director de Radio Mexiquense, director del Sistema de Radio y Televisión Mexiquense, también fue director de Programación de Imevisión, así como director del Centro de Producción de Programas Informativos de la Presidencia de la República.
- Alfonso Sánchez Arteche: Periodista, poeta y ensayista especialista en temas históricos, ha escrito para publicaciones como La jornada semanal, la Revista Mexicana de Comunicación y la Revista de la UNAM, es actor y ha impartido cursos de teatro.

Moderador: Marco A. Garza Mejía

2ª MESA REDONDA

Tema: Diferencias y coincidencias entre la radio cultural y la comercial.

Ponentes:

- Héctor Parker. Ingeniero en Comunicaciones electrónicas, uno de los fundadores de Radio Educación, ex director de Canal 11. Fue director del Sistema de Radio y televisión de Oaxaca y presidente fundador de la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas AC.
- Cristina Romo. Licenciada en Ciencias y Técnicas de la Comunicación egresada de la UIA. Maestra por el ITESO de Guadalajara, profesora de CC

en el ITESO, directora de la carrera y maestra honoraria del ITAM. Fundadora de la Federación Latinoamericana de Comunicación Social, miembro del Consejo Consultivo del Sistema Jalisciense de Radio y TV. Autora de los libros "Ondas, canales y mensajes", "Voces débiles, voces de esperanza", entre otros.

- Ana María López. Periodista. Editora de ciencias en el semanario "Redes", coordinadora y conductora del noticiario "Redes", locutora y productora de Radio Mexiquense.
- Alann Derbéz: Historiador por la UNAM, escritor, periodista, productor, subdirector de Producción de Radio Mexiquense. Autor de varios libros sobre radio. Productor del Festival Internacional Cervantino.

3ª MESA REDONDA

Tema: Estrategias de financiamiento

Ponentes:

- Luis Alfonso Guadarrama: Licenciado en Psicología, maestro en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, profesor e investigador de la FCPS, autor del libro "Dinámica Familiar y televisión", miembro de la Asociación Mexicana de Investigadores de la Comunicación.
- Luis Ernesto Pi Orozco: Licenciado en Lengua y Literatura Hispánica, articulista en periódicos como El Día y El Financiero, y director general de Radio Educación
- Carlos Alcocer: Pintor y escultor, uno de los fundadores de Radio Mexiquense y participante de la estación Radio Querétaro.

Moderador: Luis Alberto Martínez

4ª MESA REDONDA

Tema: Perfiles programáticos

Ponentes:

- Beatriz Solís. Profesora de la UAM Xochimilco, Miembro del Consejo de Canal 22, autora de los libros "Ética y comunicación" y "La reforma de los medios".

- Eugenio Núñez. Ex director de Radio Mexiquense, catedrático de la UNAM, productor, guionista y locutor.
- José Luis Cardona: Programador musical de Radio Mexiquense, jefe del área de Noticias de esa estación y secretario auxiliar de la Secretaría de Comunicación Social del Estado de México.
- Juan Arturo Brennan. Guionista, realizador, productor y locutor. Coordinador editorial de la Orquesta Filarmónica Nacional. Trabajó en Radio UNAM y Radio Educación.

Moderadora: Diana Bailleres

5ª MESA REDONDA

Tema: Captemos auditorio

Ponentes:

- Víctor Ramón Aguilar. Líder del proyecto Radio UNAM en internet, responsable de análisis y nuevas tecnologías en la red.
- Marcial Alejandro. Compositor. Ha realizado trabajos en Radio Educación, Radiópolis, XEDF, La B Grande, entre otras estaciones.
- Emilio Ebergengy. Locutor de Radio Educación.

Moderadora: Inés Téllez

ANEXO 4
PROGRAMACION
LUNES A VIERNES

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

HORARIO	NOMBRE Y GÉNERO	DESCRIPCIÓN
Lun.-vier. 00:00 - 6:00	"Música para acompañar al insomnio". Musical	Segmento musical con presentaciones y despedidas.
Lun.- vier. 6:00 - 10:00	"Detrás de la Noticia" Informativo	Noticias
Lun.-vier. 10:00-11:00	"Del Barroco al romántico " Musical	Antología musical de los compositores comprendidos dentro del periodo barroco de la música europea.
Lun- vier. 11:00-12:00	"Música prestada" Musical	Materiales que prestan los radiocuchas a la estación para compartir con el auditorio.
Lun.-vier. 12:00-13:00	"Pequeñas obras maestras" Musical	Espacio de programación musical
Lun.- vier. 13:00-14:00	"Grabaciones históricas" Difusión Cultural	Transmisión de las grabaciones clásicas (orquestas, directores e intérpretes) de mayor fama en el siglo XX que se resguardan en la Fonoteca de la emisora.
Lun- vier. 14:00-15:00	"Música para un naufragio" Musical	Se transmiten obras variadas solicitadas por el auditorio.
Lun- vier 15:00-17:00	"Lo consagrado del repertorio clásico" Musical	Selección de las obras más gustadas por el amplio público conoecedor del género clásico.
Mart. y Juev. 17:00-17:30	"Espiral de voces" Opinión	Programa que aborda el arte de la palabra: única gracia humana jamás compartida con las demás criaturas del Universo
L, Mi. y V 17:00- 18:30 Mar. y J. 17:30-18:30, Mi. 19:00- 20:30 y L, Mar., J. y V. 20:00 -20:30	Música sinfónica y de cámara Musical	La mejor música sinfónica y de cámara hacen de este el espacio perfecto para quien gusta de escucharla.
Lun.- vier. 18:30 -19:00	Encuentros Opinión	Programa de análisis y reflexión sobre acontecimientos nacionales e internacionales de la historia del mundo. Cuenta con la participación de un especialista prestigiado.
Lun. 19:00-20:00	Música encantada Difusión Cultural	Programa de noticias, conciertos, recitales y todo lo relacionado con el quehacer coral en México y el mundo.
Mar. 19:00- 20:00	La otra versión Difusión Cultural	Programa en vivo en el que se presentan versiones de una misma obra explicando al auditorio sus diferencias o semejanzas. El público participa contestando preguntas.
Juev. 19:00 -20:00	Músicos (entrevistas) Difusión Cultural	Entrevistas a quienes hacen, estudian e interpretan la música. Los invitados opinan sobre el desarrollo musical en México y el escucha hace preguntas y comentarios.
Vier. 19:00 - 20:00	Especiales Difusión Cultural	Transmisión diferida de los conciertos grabados por la emisora, homenajes y entrevistas especiales.

**PROGRAMACION
LUNES A VIERNES**

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

HORARIO	NOMBRE Y GÉNERO	DESCRIPCIÓN
Lun.-vier. 20:30 - 21:00	Ave de mil voces Difusión Cultural	Difunde la música mexicana de concierto desde la época colonial hasta nuestros días. Enlace con Radio México Internacional.
Lun. 21:00 - 22:00	Programación musical Musical	
Lun. 22:00 - 23:00	Conciertos Didácticos Musical	Espacio que ofrece información de la música culta, presentando piezas clásicas para lograr la comprensión e integración del público a este género musical.
Mar. 21:00 - 24:00	La ópera en <i>Opus 94</i> Difusión Cultural	La historia de la ópera, género dramático, literario-musical desde los albores hasta nuestros días.
Mier. 21:00 - 22:00	Manantial de músicas Difusión Cultural	La música de los pueblos del mundo.
Juev. 21:00 - 22:00	Ecos de un pasado sonoro Difusión Cultural	Música coloquial latinoamericana.
L. 23:00- 24:00, Mie. y J. 22:00 - 24:00 y V. 21:00- 24:00	Música nocturna Musical	Música de catálogo programada para acompañar al auditorio
L-V. 6:30, 12:30 y 18:30 hrs.	Antena Radio Informativo (Cápsulas)	Información Nacional e Internacional, deportes, editorial, cultural y espectáculos.
Alleuada durante la programación	Noticiero musical Difusión Cultural Dur. 5 a 7 minutos.	Notas relevantes sobre el acontecer musical diario y cartelera. En su emisión matutina transmite "México cultura de culturas", cápsula grabada de Conaculta.
Vier. a las 22:00 hrs.	Pensemos Juntos Cápsulas	Educativo y Cultural
Lun. a vier. a las 13:00 y 20:00 hrs.	Testimonios y celebración Difusión cultural Cápsulas	Mitología, religión y filosofía, son los temas que el maestro Ernesto de la Peña reflexiona en esta serie de cápsulas que responden al cuestionamiento: ¿Cómo influyen éstas sobre la humanidad a través del tiempo?
Lun. a vier. a las 14:00 y 21:00 hrs.	Contrapunto Difusión cultural cápsulas	Proporciona información actualizada del mundo de la ópera y la literatura, desde el punto de vista del maestro Eduardo Lizalde, quien difunde lo relevante de las bellas artes en el mundo, además presenta las novedades literarias, musicales y teatrales.
Lun. y vier. a las 16:00 hrs.	Danza y variaciones Difusión cultural Cápsulas	La danza como fenómeno estético social y educativo, las diversas etapas de su historia. Narración de Colombia Moya.
Lun., mier., juev. y vier. de las 15:00 hrs.	Todo lo que somos esta en los libros Difusión cultural Cápsulas	Sinopsis de historias contadas en voz de Alicia Zendejas, quien además de platicamos una historia, comenta sobre autores y nuevas bibliografías en el campo cultural.
Lun. a vier. a las 12:00 y 18:00 hrs.	El mundo en México Difusión cultural Cápsulas	Juan Ma. Alponente habla acerca de acontecimientos y personajes de relevancia en la historia del mundo contemporáneo. Cápsulas de reflexión y profunda emotividad.

**PROGRAMACION
LUNES A VIERNES**

HORARIO	NOMBRE Y GENERO	DESCRIPCION
Mart. 11:00 hrs. Duración de 5 min.	Los pasos de Cuevas Difusión Cultural	Cápsulas dedicadas al arte, la literatura, el cine y anécdotas personales de ese gran personaje y conversador que es el maestro José Luis Cuevas
L, Mi. J. y V. 11:00 Martes 15:00 hrs.	Cápsulas Culturales Difusión Cultural	El Maestro Ricardo Ganbey comenta la esencia de la literatura. Reflexión y crítica con el temperamento de este escritor.
Sáb. y dom. de 00:00 a 06:00 hrs.	Música para acompañar al Insomnio	Segmento musical con presentaciones y despedidas.
S y D 6:00 - 7:00 y S 10:45 - 11:00	Del Barroco al Romántico	Antología musical de los compositores comprendidos dentro del período barroco de la música europea.
Sáb. y Dom. de 7:00 a 10:00 hrs.	Detrás de la noticia. Informativo	Noticias
Sáb. de 10:00 a 10:45 hrs.	Encuentros Opinión	Sección de análisis y reflexión sobre los acontecimientos nacionales e internacionales que conforman la historia del mundo. Dentro del noticiero Antena Radio
Dom. de 10:00 a 10:30 hrs.	CONACYT Difusión cultural	Programa Científico
Dom. de 10:30 a 11:30 hrs.	Ecos de un pasado sonoro Difusión cultural	Música coloquial latinoamericana.
S. 11:00 - 12:00 y D. 11:30 - 12:00	Música Prestada Musical	Materiales que prestan los radioescuchas a la estación para compartir con el auditorio
Sáb. de 12: 00 a 15:00 hrs. Aprox.	Opera Metropolitana desde Nueva York. Musical	Se transmite en vivo las óperas del Metropolitan Opera House de Nueva York, con los comentarios de Ernesto de la Peña.
Dom. de 12:00 a 13:00 hrs.	Pequeñas obras Maestras	Espacio de programación musical.
Dom. de 13:00 a 14:00 hrs.	Manantial de Músicas Difusión Cultural	La música de los pueblos del mundo.
Dom. de 14:00 a 15:00 hrs.	Musical	Se transmiten obras variadas solicitadas por el auditorio.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**PROGRAMACION
SABADO Y DOMINGO**

HORARIO	NOMBRE Y GENERO	DESCRIPCIÓN
Sáb. y dom. de 15:00 a 17:00 hrs.	Lo consagrado del repertorio clásico Musical	Selección de las obras mas gustadas por el amplio público conocedor del género clásico.
S. 17:00 a 20:30 y D. 20:00 a 20:30	Música sinfónica y de cámara Musical	La mejor música sinfónica y de cámara hacen de este el espacio perfecto para quien gusta de escucharla.
Dom. de 17:00 a 20:00 hrs.	La Opera en <i>Opus 94</i> Difusión Cultural	La historia de la ópera como género dramático, literario-musical. Desde los albores (ópera antes de la ópera) hasta nuestros días.
Sáb. y dom. de 20:30 a 21:00 hrs.	Ave de mil voces Difusión Cultural	Difunde la música Mexicana de concierto. Panorámica desde la época colonial hasta nuestros días. Enlace con Radio México Internacional.
Sáb. de 21:00 a 22:00 hrs.	La hora del Jazz. Difusión Cultural	Creado para promover el verdadero significado del Jazz, su estructura está basada en los diferentes géneros surgidos de éste. Presenta de forma amena y accesible a los más grandes compositores e intérpretes que alcanzaron fama en su época, con el objeto de que sean escuchados por todo tipo de auditorio.
Sáb. de 22:00 a 23:00 hrs.	TRIMALCA Tribunas musicales Difusión Cultural	Difundir la música seleccionada y recomendada de la tribuna internacional de compositores 2000.
Dom. de 21:00 a 22:00 hrs.	Programación Musical	
Sáb. y dom. de 23:00 a 24:00	Música Nocturna Musical	Música de catálogo programada para acompañar al auditorio.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

**ESTA TESIS NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

ANEXO 5

MARCO TEÓRICO

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

En el presente apartado expondremos algunas de las principales teorías de la comunicación, sus conceptos básicos y sus características particulares para después acercarnos a una corriente de estudio que completa el marco teórico de nuestro trabajo de investigación: *the cultural studies*

En vista de que el presente trabajo adopta la modalidad de tesina el marco teórico presentado en este anexo pretende relacionar nuestro trabajo, ciertamente de carácter práctico, con el aspecto teórico; es por ello que aunque las teorías aquí presentadas son muy extensas y ciertamente requerirían de un análisis más profundo, las presentamos expuestas de manera muy breve.

TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN

Existen diversas corrientes y autores que plantean distintos modelos de comunicación. Todos ellos tienen aportaciones y aseveraciones que nos permiten entender cómo se da el proceso de comunicación que no sólo nos permite el intercambio de ideas, sino la interacción misma del hombre con sus semejantes.

A continuación presentamos algunas de las corrientes más importantes que analizan el proceso de comunicación:

Para Lasswell (1948), teórico y estudioso de la comunicación, ésta puede explicarse partiendo de la pregunta "¿quién dice qué , por qué canal, a quién y con qué efecto?"¹, y

¹ Mattelart, Armand. Historia de las teorías de la comunicación. Paidós. España, 1997. Pp. 30.

el proceso de comunicación, explica este autor en el año 1948, cumple básicamente con tres funciones en la sociedad: la vigilancia del entorno en bien de la sociedad, la puesta en común de los componentes sociales que permite una respuesta a ese entorno y la transmisión de herencias sociales.

Posteriormente Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merton agregan una función más a las ya mencionadas: el entretenimiento.

Es así como estos dos sociólogos se interesan por los efectos culturales que producen los programas de radio en los escuchas y en 1939 echan a andar, junto con Theodor Adorno, el primer proyecto para equiparar los avances en cuanto a investigación teórica desarrollados en Europa con el empirismo de las estaciones de radio norteamericanas.

Dicho trabajo no obtuvo el éxito deseado debido a que "ante la exigencia de medir la cultura comprendimos que la cultura debía ser precisamente aquella condición que excluye una mentalidad capaz de medirla"²

Más tarde, en 1940, el mismo Adorno y Horkheimer crean el concepto de "industria cultural", que plantea la producción de lo que ellos llaman "los bienes culturales" como mercancía en la medida en la cual se producen y se distribuyen como cualquier otro producto.

Cabe señalar la crítica a la cual se ha sometido este argumento, dado que despoja a toda manifestación cultural (música, pintura, danza, etc.) de la belleza que le caracteriza y pasa por alto su carácter de manifestación humana enriquecedora para el hombre.

² Ibidem. Pp. 52.

Precisamente dicha polémica dio origen diez años más tarde a la división que Humberto Eco hace en su libro del mismo nombre: "Apocalípticos e integrados", donde "son apocalípticos los que ven en este nuevo fenómeno –la cultura de masas- una amenaza de crisis para la cultura y la democracia, mientras que los integrados son aquellos que se regocijan con la democratización del acceso de millones de personas a esta cultura del ocio".³

Por su parte, Herbert Marcuse, catedrático de la escuela de Francfort, analiza en 1968 a los medios de comunicación y a las mismas manifestaciones culturales que se transmiten a través de ellos el efecto dominante que ejercen las clases acomodadas a través de esos medios, incluso cuando difunden manifestaciones culturales.

Las líneas de investigación sobre los efectos sociales y culturales de los medios a través de los mensajes que transmiten continúan dirigiéndose en múltiples direcciones, pero no es sino hasta 1978 cuando los intentos por analizar dichos efectos cobran forma, y es así como en una reunión realizada en Atenas, los ministros de cultura de Europa rebasan la línea de investigación teórica con la fundación de un organismo comunitario europeo: el Consejo de Europa.

Así, en los años ochenta la problemática de las industrias culturales toca distintos espacios académicos que pretenden explicar su dinámica, desarrollo y efectos (Québec: Lacroix y Lévesque, 1986; Tremblay, 1990), España (Bustamante y Zallo, 1988), entre otros muchos investigadores; sin embargo, la economía política es el área que trabaja con mayor énfasis en la investigación de estos estudios y es la ciencia que

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

"presta" muchos de los conceptos manejados para referirse a las industrias culturales (para ejemplo el mismo término "industria" es suficiente).

Es así como en Gran Bretaña donde la polémica generada por la economía política su influencia en las industrias culturales da lugar a los *Cultural studies*, que encuentran en las páginas de la revista *Media, culture and society* un espacio importante para su discusión.

ESTUDIOS CULTURALES

El primer antecedente de los *Cultural studies* que representó a su vez el primer intento de jerarquización de las formas culturales lo encontramos en Inglaterra en el año 1869 gracias a Matthew Arnold y su obra *Culture and anarchy*, donde el autor separa la cultura en tres categorías: refinada, mediocre y brutal.

Posteriormente, en 1930, los estudios de crítica literaria de Frank Raymond Leváis *Mass civilisation and minority culture* marcarán el inicio de una serie de investigaciones sobre las prácticas y las instituciones culturales y la manera en la cual se relacionan con la sociedad, como las realizadas en el Centre of Contemporary Cultural Studies de la Universidad de Birmingham.

Dichas investigaciones se perfilan hacia distintas áreas, como son: etnografía, teorías del lenguaje, literatura y sociedad y feminismo, principalmente y serán el antecedente directo de la línea de estudio que en la década de 1960 será bautizada como "cultural studies".

³ Eco, Humberto. Apocalípticos e integrados. 1964

En 1977 el canadiense Dallas Smythe publica un artículo sobre las lógicas económicas de la televisión y ataca las teorías acerca de los intereses económicos detrás de los programas televisivos. Dicho planteamiento provocó reacciones inmediatas entre los teóricos de la época, como en el caso del investigador británico Nicholas Garnham, que planteó que de ser certero el planteamiento de Smythe "se llegaría a un callejón sin salida en lo tocante a la dimensión política y cultural de la televisión"⁴.

Pero no es sino hasta la segunda mitad de la década de los setenta cuando las industrias culturales cobran importancia al formarse en 1978 un equipo de investigación denominado *Capitalisme et industries culturelles*, se dan a la tarea de resolver un solo cuestionamiento: ¿qué problema específico encuentra el capitalismo para producir valor a partir del arte y la cultura?, y llegan a la conclusión de que "la industria cultural no existe en sí, es un conjunto de elementos totalmente distintos entre sí que tienen distintas leyes de estandarización"⁵.

Los estudios culturales (*cultural studies*) tuvieron pues su origen y han tenido gran parte de su desarrollo en países como Francia, Inglaterra y Estados Unidos principalmente.

No encontramos estudio alguno que haya sido realizado en nuestro país, ni siquiera en nuestros días y eso nos impide contemplar las características peculiares de nuestros medios de comunicación.

⁴ Ibidem. Pp 85.

⁵ Ibidem. Pp. 83.

Sin embargo y a pesar de no coincidir de manera personal con la economía política y sus planteamientos en materia cultural (industrias culturales), echamos mano de algunas de sus aportaciones a manera de conclusión para finalizar el presente anexo.

LA INDUSTRIALIZACIÓN DE LA CULTURA

Como ya lo hemos señalado, son múltiples las críticas en el sentido de la vanalización de la cultura al equipararla o transformarla en un producto igual a cualquier otro producido en serie; sin embargo, resulta un tanto interesante los planteamientos aportados por distintos teóricos y que a continuación citamos.

Las características de lo que Albert Bretón califica como "la economía de la cultura" pueden resumirse de la siguiente manera: creación de "star systems" por parte de los proveedores, existencias de "contratos vinculatorios" entre el producto y los sistemas de distribución (disco, entrevista, concierto y firma de ejemplares), y sobre todo, la poca accesibilidad que tiene en realidad el público "consumidor" a productos de calidad.

En síntesis Bretón basa su análisis de los productos culturales en la ley de la oferta y la demanda, entendiendo al sector cultural como una industria que está relacionada no con un bienestar o enriquecimiento intelectual de la persona sino con la finalidad de consumo que tiene todo producto en el mercado.

Sin embargo, dentro de todas las observaciones realizadas por este autor resaltan algunos aspectos que bien pueden relacionarse con nuestro tema de estudio, como es el hecho de que considera a la diversificación de los "productos culturales" como un factor indispensable para garantizar su supervivencia: "La diversificación es un modo

ordinario de enfrentar los riesgos, ya que al compartir éstos, se reduce su importancia global"⁶.

Dicho de otra forma, para que un espacio cultural no desaparezca debe abrirse a la mayor cantidad posible de manifestaciones culturales (danza, música, teatro, pintura, etc.).

Recordemos que en la actualidad "no se trata de cualquier consumidor, sino de un consumidor llamado soberano en sus elecciones, en un mercado libre"⁷, y es esta idea la que ha venido a revolucionar las antiguas teorías que basaban la efectividad de la comunicación en el papel desempeñado por el emisor, cuando ahora sabemos que es el receptor quien decide la importancia o influencia que debe tener para él el mensaje recibido.

Algunos otros teóricos comparten la idea de que "la variedad, la diversificación y la semejanza son atributos esenciales de los productos culturales"⁸ garantizan su consumo y permiten identificar qué aspectos —o eventos— cubren una demanda constante por parte del consumidor.

Se ha encontrado, por ejemplo, que las obras teatrales clásicas garantizan la asistencia de un porcentaje considerable de personas debido a que conocen la historia y esa es la garantía de su calidad.

⁶ Alverre, Ari y Bretón, Albert. Industrias culturales: el futuro de la cultura en juego, FCE. México, 1982. Pp. 47.

⁷ Ibidem. Pp. 103.

⁸ Alverre, Ari y Bretón, Albert. Pp. 48.

Otro recurso propuesto por la economía actual es el que técnicamente recibe el nombre "imposición de varios productos", en el cual el consumidor al comprar un producto recibe otro de "regalo" que no puede obtener de manera independiente y al parecer "este fenómeno parece no estar tan generalizado ni rendir tan buenos resultados como en el ámbito cultural"⁹.

La creación de prototipos es un aspecto más a considerar, puesto que una vez identificado un modelo que ha tenido éxito, no sólo es válido sino indispensable seguir la fórmula para obtener buenos resultados (las adaptaciones en ese sentido serían el ejemplo más viable en relación a los prototipos).

Finalmente, la integración vertical en las industrias culturales es una herramienta práctica que permite a los organizadores tener un sondeo rápido de la respuesta del público hacia el evento y así poder dar impulso a los eventos que tienen cierta aceptación y detener aquellos que fueron rechazados o ignorados en un primer acercamiento por el público consumidor.

La lista de acciones a las que recurre la industria cultural puede continuarse en muchos sentidos, pero consideramos incluir únicamente aquellas que pueden dar sustento en alguna medida a nuestra propuesta de promoción de la estación.

⁹ Alverre, Ari y Bretón, Albert. Pp. 54.