

25
24



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

DIAGNOSTICO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION
EN EL ESTADO DE TABASCO

T E S I S
Que para obtener la Licenciatura en
CIENCIAS DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A
Elias Razo Hidalgo



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas Tesis Digitales Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS © PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

INDICE

INTRODUCCION	pág. 3
BREVE ANALISIS DE LA PRENSA ESCRITA EN TABASCO	10
Avance	11
Diario Olmeca	17
Diario de Tabasco	22
Novedades de Tabasco	27
Presente	32
Rumbo Nuevo	37
Observaciones sobre la Prensa	41
PANORAMA GENERAL DE LA RADIO EN TABASCO	43
DATOS SOBRE LAS ESTACIONES RADIOFONICAS EN TABASCO	60
Radio Variedades	61
Radio Juvenil	63
Radio Comalcalco	65
Radio Hogar	67
Radio 620	69
Radio Consentida	71
Radio Cárdenas	72
Radio Futurama	73
Radio Sensación	74

La Diferencia en Radio	76
La Voz de los Chontales	77
Fórmula Melódica	79
Radio Tabasco	80
La Radio de Tabasco	81
La Nueva Estación	83
PANORAMA GENERAL DE LA TELEVISION EN TABASCO	85
COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO	90
CONCLUSIONES	99
BIBLIOGRAFIA	107

INTRODUCCION

Esta investigación contiene información sobre la estructura que poseen los medios de comunicación colectiva en el Estado de Tabasco. A partir de esto, se estudia el papel de los medios en el desarrollo social de la entidad, así como la función que cumplen y los grados de compromiso adquiridos con grupos de presión políticos, económicos y sociales.

Los objetivos que se trazaron en la presente investigación fueron los siguientes:

a) Describir y definir las estructuras que poseen los medios de comunicación colectiva (Prensa, Radio y Televisión), en el Estado de Tabasco, con el propósito de observar el grado de desarrollo que han alcanzado y establecer la interrelación que se da entre éstos y el aparato de estado.

b) Realizar una breve morfología de la prensa escrita en el Estado de Tabasco, con el fin de detectar el grado de profesionalismo que hay en la edición de los periódicos.

c) Identificar el grado de desarrollo y crecimiento que ha tenido la radio difusión en el Estado de Tabasco, así como las corporaciones a las que se encuentran afiliadas.

d) Enunciar las diferencias que hay entre los medios de comunicación colectiva en manos de la iniciativa privada y los gubernamentales.

e) Identificar logros y deficiencias a partir de las funciones que desarrolla el Comité de Radio y Televisión Tabasqueño (CORATT).

La hipótesis manejada fue que la inadecuada política de comunicación colectiva en el Estado de Tabasco, impide una regulación armónica entre el Gobierno y los medios de comunicación, lo que da como resultado que se ofrezca una visión muy fragmentada de la realidad local.

Inicialmente esta investigación fue realizada por contrato con el gobierno del Lic. Enrique González Pedrero, Gobernador Constitucional del Estado de Tabasco (periodo 1982-1988) para conocer su imagen ante la opinión pública, lo que lógicamente abarcaría un diagnóstico de los medios de comunicación colectiva en la entidad.

De toda la información extraída (análisis de contenido de la prensa, por más de tres años; diagnóstico de la radio y la televisión, entre otras), se pudo obtener una visión global de la comunicación social en la entidad.

Concluido en trabajo, nos decidimos por profundizar en el conocimiento cercano de la estructura de los medios de comunicación colectiva en Tabasco. En una segunda fase de la investigación, se consideró la información de los medios en la región, rescatando esta parte y alguna otra del trabajo inicial.

Por lo tanto, se delimitaron las áreas específicas para desarrollar la investigación en prensa, radio y televisión.

Se fue sumando información y de esta manera la investigación de la tesis se enriqueció al aclarar aún más las dudas originales y completar la metodo

logía de investigación en la parte teórica del trabajo.

Este trabajo es consecuencia directa del primero y por tanto, en justicia, corresponde describir los tiempos delimitados en el primer trabajo, que fueron los más importantes.

Para el desarrollo de la primera actividad (la investigación por encargo), se programó que en un mes y medio quedaría concluido, comenzando por sistematizar la información periodística e iniciar el diagnóstico de los medios audiovisuales.

El equipo constaba de cinco personas. Cuatro de ellas tenían por función sistematizar la información de prensa (que la Hemeroteca del Gobierno del Estado de Tabasco proporcionó). El autor de la tesis coordinó el trabajo e investigó las rediodifusoras y televisoras en el Estado. Fueron 15 días de trabajo en Tabasco, tiempo programado para el acopio de información. En la ciudad de México se continuó la fase de análisis y redacción del informe final.

Después de un mes se dió por terminado el trabajo, al aceptarse el informe entregado.

Por falta de previsión se pretendió sistematizar gran parte de la información periodística en una semana, pero no fue posible. A ésto se sumó la falta de cintas grabadas para poder describir el diagnóstico de la radio y televisión, ya que fallaron las realizadas en Tabasco y se tuvo que solicitar nuevo material.

Una vez entregado el trabajo surgió la idea de utilizar su estructura como proyecto para la tesis de Licenciatura. Se entregó una copia fotostática al asesor de la tesis, pensando que pudiera ser utilizado todo el material recabado.

El asesor señaló que para efectos de la tesis, no necesitaba tener los gran des apartados entregados originalmente, y que en tal caso sólo cabrían como ane xos, readecuándolos con algunas modificaciones de forma.

Se optó por lo segundo, al modificar la forma del trabajo, se realizaron - algunos agregados en el área de prensa, se eliminó gran parte de cuadros y grá ficas y se inició la compilación y redacción del trabajo final.

Las dificultades con las que se tropezó en el desarrollo de la tesis fue -- fundamentalmente, la mala planeación en el desarrollo del primer trabajo que - trajo algunos problemas, como el hecho de hacer apresuradamente la redacción en la que sobresalían errores que debían ser corregidos, lo cual sumaba más -- tiempo del previsto. Otra dificultad fue la de no revisar el material que se estaba compilando ya que en el momento de analizarlo era insuficiente (el caso de los casetes que no grabaron en televisión, o que resultaron defectuosos en la radio).

Ante tal situación se tuvo que acudir nuevamente a las fuentes origina les, con el enorme problema de tener que desplazarse desde la Ciudad de Méxi- co hasta Tabasco.

Dentro de las situaciones imprevistas cabe señalar el agregado que se re- alizó con materiales de prensa. Ese apartado redondeó y enriqueció, por si mismo, la investigación y vino a llenar un hueco que no había podido ser descubierto, tal vez por descuido metodológico. Lo cierto es que al agregar esta parte se logró una complementación y un equilibrio de información entre los tres medios de comuni cación analizados.

Se realizó un breve análisis morfológico de la prensa, se revisaron par-

te por parte los contenidos de las primeras planas de los principales diarios de la entidad, así como sus contenidos.

Esto con el objeto de tener un grado de conocimiento más preciso de la prensa escrita en Tabasco, para poder, posteriormente, emitir juicio sobre la labor que desarrollan en este estado. Los diarios analizados fueron:

Avance,
Diario Olmeca,
Diario de Tabasco,
Presente,
Novedades de Tabasco,
Rumbo Nuevo,

Se señalaron los aspectos cualitativos y cuantitativos que los componen, como lo son el contenido noticioso y su publicidad, así como el origen de ésta.

En el rumbo noticioso se desglosó la información que maneja y se describe como Local, Nacional e Internacional. Asimismo, su contenido en artículos de opinión y editoriales.

Por otro lado se hicieron comentarios sobre la tendencia política del periódico, así como sus vínculos con grupos políticos y de presión en el Estado.

En la parte de radio y televisión se ofrece un panorama general sobre la evolución que han tenido los medios; se hace una semblanza de la estructura, así como del contenido de las radiodifusoras y de los dos canales de la televisión local.

Mostrar los intereses que se manejan detrás del medio de comunicación colectivo, fue parte fundamental. Por tanto, se revisaron a los grupos corpora-

tivos en los que está inscritos, así como sus vínculos con intereses económicos.

Incluir el apartado en prensa, produjo una leve modificación de los objetivos, que sin duda alguna, quedaron más claros y precisos y se pudo dar una continuidad al trabajo mismo.

Esta continuidad fue una de las partes más ricas del proceso de investigación. Se trata del trabajo de campo mismo, es decir la estancia en Villahermosa, durante la cual se pudo entrar en contacto con los problemas y palpar el significado de la investigación.

Aquí cabe señalar la relación de medios de comunicación colectiva con el Gobierno del Estado, tan intrínsecamente estrecha como si se tratara de una simbiosis natural, pero que en este caso es política y económica.

Para poder sobrevivir, los medios recurren a la colaboración económica del gobierno, en una forma de chantaje no abierto pero sí obvio.

Esto no es un descubrimiento de la tesis, pero sí muestra los lazos por interés que se dan entre los medios de comunicación y el Gobierno local.

De esta manera los medios de comunicación colectiva se convierten en un continuo filtro que puede o no, cuestionar programas o políticas del gobierno, - dependiendo de lo estrechas que puedan o no ser las relaciones político-económicas entre éste y los primeros.

Fue importante haber comprobado que los medios colectivos están convertidos en monopolios, a través de grupos políticos y económicos, que luchan entre sí por conseguir nuevas posiciones dentro del espectro político de Tabasco. Es bueno mencionar la influencia de estos medios con respecto al centro del país, en cuanto a la información que difunden, así como los grupos corporativos a que

se afilian a nivel nacional y las pugnas comerciales que hay entre ellos.

Toda esta experiencia, vinculando lo teórico y lo práctico, aspecto que -- nunca debe estar separado en una investigación, vino a proporcionar un acercamiento más fiel a la realidad.

Pero toda esta parte enriquecedora dentro del proceso de la investigación tuvo su contraparte, debido a la incapacidad y falta de madurez para enfrentarnos a los imponderables de la información, por no saberla manejar adecuadamente.

El procedimiento contribuyó a ubicarnos eficientemente en el aspecto metodológico que se debe aplicar en todo y en cada uno de los trabajos de investigación.

Sin embargo, si algún valor destacado puede tener esta tesis, es que intenta la comprensión del fenómeno comunicativo en una entidad de la República, a partir de la estructura de los medios de una región y de la relación de estos con el gobierno local, sin que se pierda de vista el contexto nacional.

Corresponde al lector de este trabajo, revisarlo críticamente, analizar -- los aspectos y puntos de vista presentados y evaluarlos en la proporción de los -- aspectos o elementos que desarrolla.

BREVE ANÁLISIS DE LA PRENSA ESCRITA EN TABASCO.

Avance, Diario del Grijalva.

Año en que se fundó:	1972.
Director:	Fernando Alcalá Pérez.
Formato:	Estandar , de ocho columnas.
Número de páginas:	Catorce.
Número de secciones:	Esta dividido en tres; Información Nacional. Información Local. Información Internacional.
Tiraje:	20 mil ejemplares diarios.
Colores:	Dos tintas (azul y negro).
Técnica de impresión:	Offset.

Contenido. - El tipo de información nacional de este diario ocupa un 50% del volumen noticioso del mismo. Estos servicios parten desde la capital de la República y son proporcionados por la Agencia NOTIMEX; la información de su página editorial es también enviada desde la capital mexicana.

A la información local o estatal le dedica el 22 % del espacio del periódico y está constituida primordialmente por boletines de gobierno, nota roja y -- una parte muy pequeña de información deportiva.

Por otro lado la información internacional ocupa un 8% del total del medio; la publicidad abarca un 20 % del espacio del periódico. Esta es básicamente publicidad oficial y de comercios establecidos en Villahermosa. (ver pág. 16)

Vinculación Política. - El Diario Avance pertenece a la cadena de diarios con el mismo nombre, que se ha extendido en diversos estados de la República; estos al no poder competir con los grandes diarios capitalinos, ven una posibilidad de crecimiento en el interior de la provincia.

La estructura directiva del periódico y su planta mejor capacitada, está -- centralizada en la ciudad de México, lo que le permite proporcionar gran cantidad de información de la capital de la República (misma que reproduce la cadena Avance en todos los estados en donde se encuentre alguno de sus diarios).

El diario, por medio de su dirección central, se encuentra vinculada a la empresa TELEVIS A. Su director general es un empleado del monopolio televisivo; conducía y dirigía uno de sus noticieros en el canal 5 de la televisión. Este mismo contacto le permite entrar en relación directa con toda la estructura informativa y de espectáculos que maneja la empresa, que suma de manera provechosa al contenido noticioso del diario.

De esta manera las oficinas ubicadas en el estado de Tabasco, funcionan -- para complementar el contenido del periódico en la entidad, reproducir un gran porcentaje del mismo, vender espacio publicitario local y distribuirlo en el estado.

El periódico responde a una tendencia política denominada centro-derecha, de acuerdo al estilo de información manejada y de sus comentarios editoriales en apoyo al gobierno federal cuando éste decide realizar ajustes antipopulares; por -- otro lado también contiene una profusa información de artistas conocidos comercialmente.

Es de gran ayuda para el gobierno estatal, sobre todo para difundir información que requiere proporcionar de manera prioritaria; es también un diario -- moderno y de importancia en la entidad; su radio de acción es ubicado en la zona industrial de Tabasco, comprendida primordialmente por la franja de la Ma-- cuspana, Villahermosa y Cárdenas.

El periódico, por otro lado, contrata a la Agencia Mexicana de Informa-- ción y difunde los comentarios y artículos de fondo dos veces por semana. Muy rara vez incluye comentarios de periodistas locales.

Morfología de la primera plana. - Avance presenta una primera plana en - apariencia desorganizada, pues al guiarnos por la nota principal que de mane-- ra cotidiana maneja el periódico en la parte media superior y a ocho columnas, - parecería que nos guiara por un continuo laberinto. No obstante, el formato del diario ofrece un número adecuado de temas informativos (nueve, más el logoti-- po del diario y dos orejas publicitarias), dentro de lo que destacan las informa-- ciones nacional, local e internacional, en este orden de importancia.

Pero al partir la plana en cinco segmentos horizontales, la información que se proporciona es adecuada y accesible, por lo que se puede decir sobre su formato que está correctamente elaborado y en su producción se encuentra tra-- bajando personal altamente profesional y capacitado.

Desde esa perspectiva, al analizar su primer plana, conoceremos más de cerca el trabajo que se viene desarrollando en el diario.

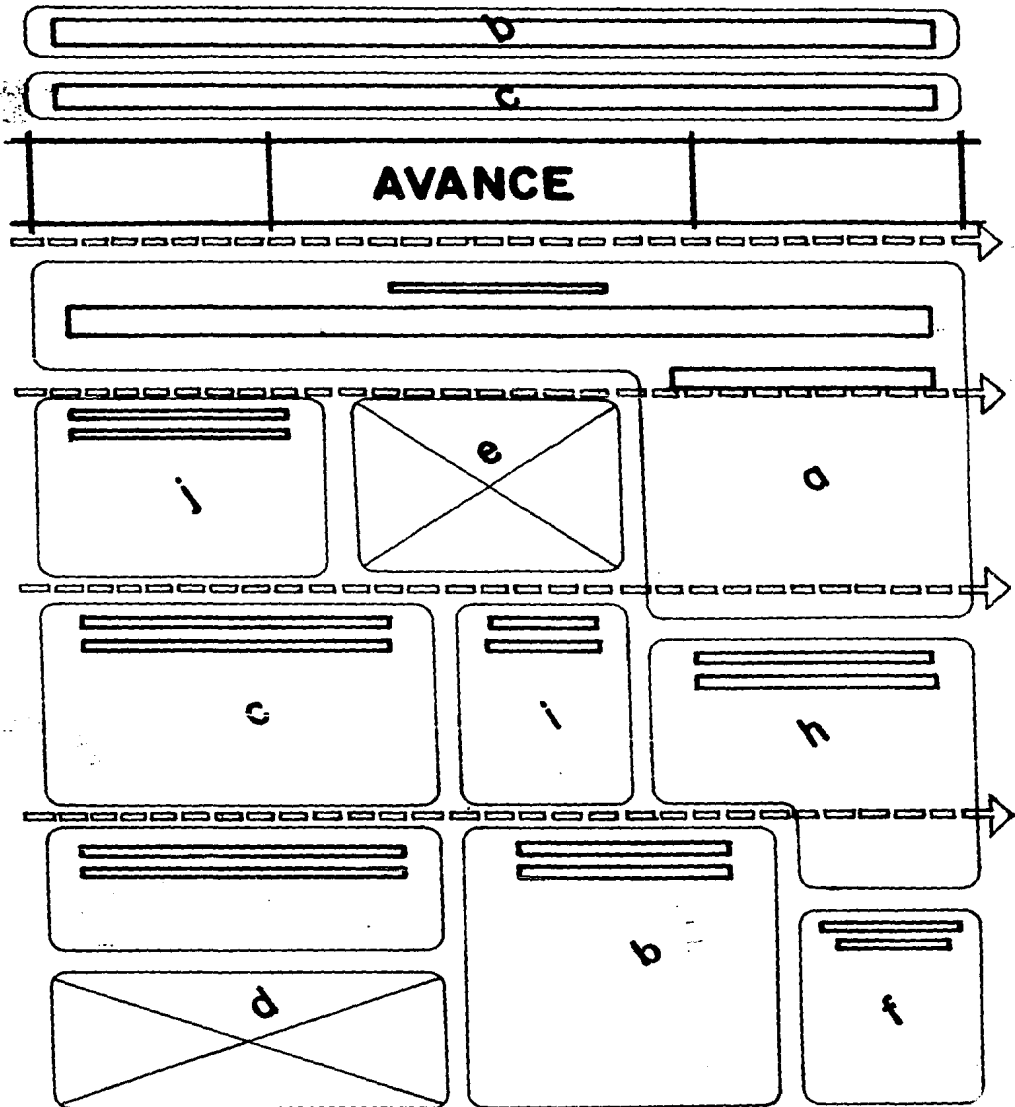
Ya fragmentada la plana, su corte superior ofrecerá dos notas en cinti-- llo, que distribuidas en la primer plana según su orden de importancia jerar-- quica, son la b y c, éstas remiten al corte cuarto y quinto, en donde se ofrece

el cuerpo de información. Por otro lado aquí se encuentran ubicados los dos anuncios publicitarios y el logotipo del diario (ver diagrama de la pág. 15).

En el segundo corte podremos observar la ubicación de la nota principal (a), que ocupa el espacio de ocho columnas del diario, en seguida se encuentra en un espacio secundario una nota secundaria y una fotografía (j y e, respectivamente).

En el tercer corte aparece una nota que remite uno de los cintillos y otras dos notas secundarias (c, i, h, respectivamente). En el último corte vemos una nota de mayor importancia jerárquica (b), acompañada de dos secundarias (d, f) y una fotografía (g).

De esta manera, la plana que en apariencia estaba desordenada, se ofrece planamente equilibrada, ya que en cada uno de los segmentos no hay competencia entre notas jerárquicas importantes, por lo tanto podemos afirmar que por su distribución de información en la primer plana, Avance es un diario con formato equilibrado, según lo define Franzer Bond, en el texto "El periodista profesional", en donde dice "... lo que se obtiene (con el formato equilibrado) es un arreglo metódico de noticias y de ilustraciones, un diseño simétrico y armonía entre los distintos tipos que se empleen". (p. 219).



Cuadro de porcentaje del contenido del Diario Avance.

Información estatal =	% 22	Planas. 3
Información nacional =	50	7
Información internacional =	8	1.2
Publicidad	20	2.8
TOTAL	<u>100%</u>	<u>14</u>

Diario Olmeca, Imagen Informativa de Tabasco.

Año en que se fundó:	1977.
Director:	Rafael Martínez Escobar.
Formato:	Estandar , de ocho columnas.
Número de páginas:	Ocho.
Número de secciones:	Esta dividido en tres: Información Nacional. Información Estatal. Información Internacional.
Tiraje:	9 mil ejemplares.
Colores:	Una tinta.
Técnica de impresión:	Tipografía.

Contenido. - El contenido de este periódico lo constituye, la información nacional, con un 38% del contenido del mismo, en su totalidad está información es proporcionada por la Agencia NOTIMEX, por otro lado incluye artículos de fondo que distribuye a nivel nacional la Agencia Mexicana de Información.

El porcentaje de información estatal abarca normalmente un 26% del total del periódico, siendo determinante su grado de información localista (de la ciudad de Villahermosa).

La información internacional cubre un 11% del total de información del diario, misma que también es proporcionada por la Agencia NOTIMEX.

El espacio para publicidad es de un 25%, fundamentalmente es de casas comerciales y de propaganda del gobierno estatal. (ver pág. 21)

El periódico aunque contiene un mayor porcentaje de notas nacionales, como se dice anteriormente, es fundamentalmente localista, debido a que sus espacios primordiales son proporcionados a este tipo de información.

Vinculación Política. - El diario es de gran ayuda para los pequeños comercios del área urbana, ya que es el medio impreso que por excelencia ocupan para anunciarse; de tendencia política centro-derecha, es una manera de sumar esfuerzos para apoyar al gobierno del estado cuando así convenga a sus intereses.

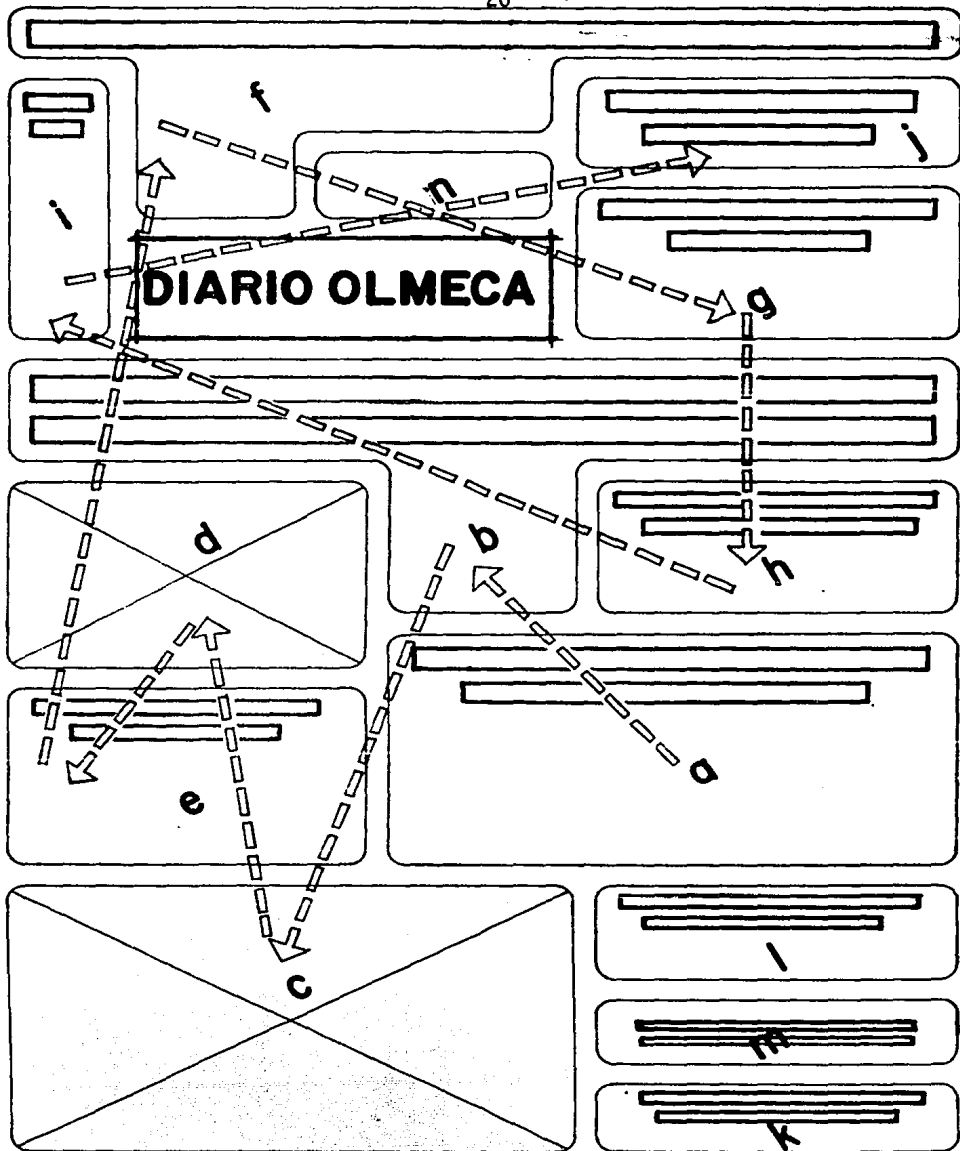
El Diario Olmeca es uno de los tres diarios que están en una etapa de -- transición (los otros dos son el Diario de Tabasco y Rumbo Nuevo), pues deben entrar a un reordenamiento y modernización o pueden llegar a la desaparición, según sea el grado de compromiso que puedan tener con el gobierno en turno.

El Gobierno del Estado le proporciona ayuda a cambio de propaganda, -- cuestión que los hace vivir en una simbiosis, más provechosa para el diario que para el gobierno; y aunque el diario podría mantenerse alejado de la subvención estatal, debido a su contacto con el pequeño comercio de Villahermosa, a la larga tendría que recurrir a éste para poderse mantener como un negocio rentable para el director y dueño del periódico; su distribución se hace únicamente en -- la zona urbana de la ciudad capital y en algunas ciudades cercanas como son -- Comalcalco y Cárdenas.

Morfología de la primera plana. - Este periódico utiliza un tipo de formato en su primer plana de estilo llamado en circo (ver Franzer Bond, op. cit.) en donde la regla es la falta de una organización definida, es decir, la composición, los encabezados y los grabados, se presentan sin concierto, haciendo la comparación de un circo de tres pistas y en donde la infinidad de notas, proporciona un total desconcierto en su formato, pues no existe relación entre la jerarquía cuantitativa de información y la forma de colocar las notas en la plana; maneja un total de 14 notas, entre información y fotografías, lo que impide dar un seguimiento coherente a la información ofrecida (ver formato y diagrama en la pág. 20).

Este tipo de formato bien manejado es utilizado por rotativos importantes en la propia capital de la República, pero mal empleado es una simple muestra de realizar un mínimo esfuerzo para dar cabida a publicidad, con muy poca disciplina por parar un buen formato que oriente en el periódico.

De esta manera, remitiéndonos a la gráfica de su primer plana y si siguiéramos en orden jerárquico las notas formadas en ésta, costaría trabajo decidir por cual nota iniciar la lectura del diario, y no necesariamente se tendría que seguir el trazo impreso en esta plana, pero si se puede ver de esta manera esquematizada el laberinto de como está formada.



Cuadro del porcentaje del contenido del Diario Olmeca.

	%	Planas
Información estatal =	26	2
Información nacional =	38	3
Información internacional =	11	1
Publicidad	25	2
TOTAL	<u>100 %</u>	<u>8</u>

Diario de Tabasco.

Año en que se fundó:	1960 (tercera época).
Director:	Pedro Luis Hernández Sánchez.
Formato:	Tabloide.
Número de páginas:	Ocho.
Número de secciones:	Está dividido en tres: Información Estatal. Información Nacional. Información Internacional.
Tiraje:	7 mil ejemplares.
Colores:	Una tinta.
Periodicidad:	Deja de aparecer un día de la semana (domingo).
Técnica de impresión:	Tipografía.

Contenido. - La peculiaridad del Diario de Tabasco reside en no incluir en absoluto propaganda ni publicidad y la totalidad del contenido proporciona información del ámbito estatal, nacional e internacional, en este orden de importancia.

El grado de información estatal, ocupa un 50% de la totalidad del diario; - en apariencia cuestiona las políticas estatales, pero sin proponer nada y basándose en rumores, viene jugando el papel de chantajear a los diversos gobiernos municipales, que a su vez le proporcionan ayuda económica para que no difunda información tendenciosa que pueda opacar la imagen del municipio, según nos explicaba el jefe de información del Municipio de Cárdenas.

De profusa difusión en los corrillos políticos, este medio podría desaparecer y dejar un hueco difícil de llenar, ya que también es utilizado por los grupos políticos del partido oficial, para darse golpes bajos, que en esencia es la cuestión y la base de subsistencia a más de su pequeña circulación.

El grado de información nacional e internacional, ambas sumadas dan un 50% del contenido del periódico, no es tan significativa como para desplazar el peso que tiene la información estatal. (ver pág. 26)

Vinculación Política. - Periódico arribista, puede moverse según la administración de momento y siempre respondiendo al interés económico y político - que le marquen sus compradores, tiende a distribuirse, desde luego en Villahermosa y en las cercanías de los palacios municipales de las principales ciudades del estado.

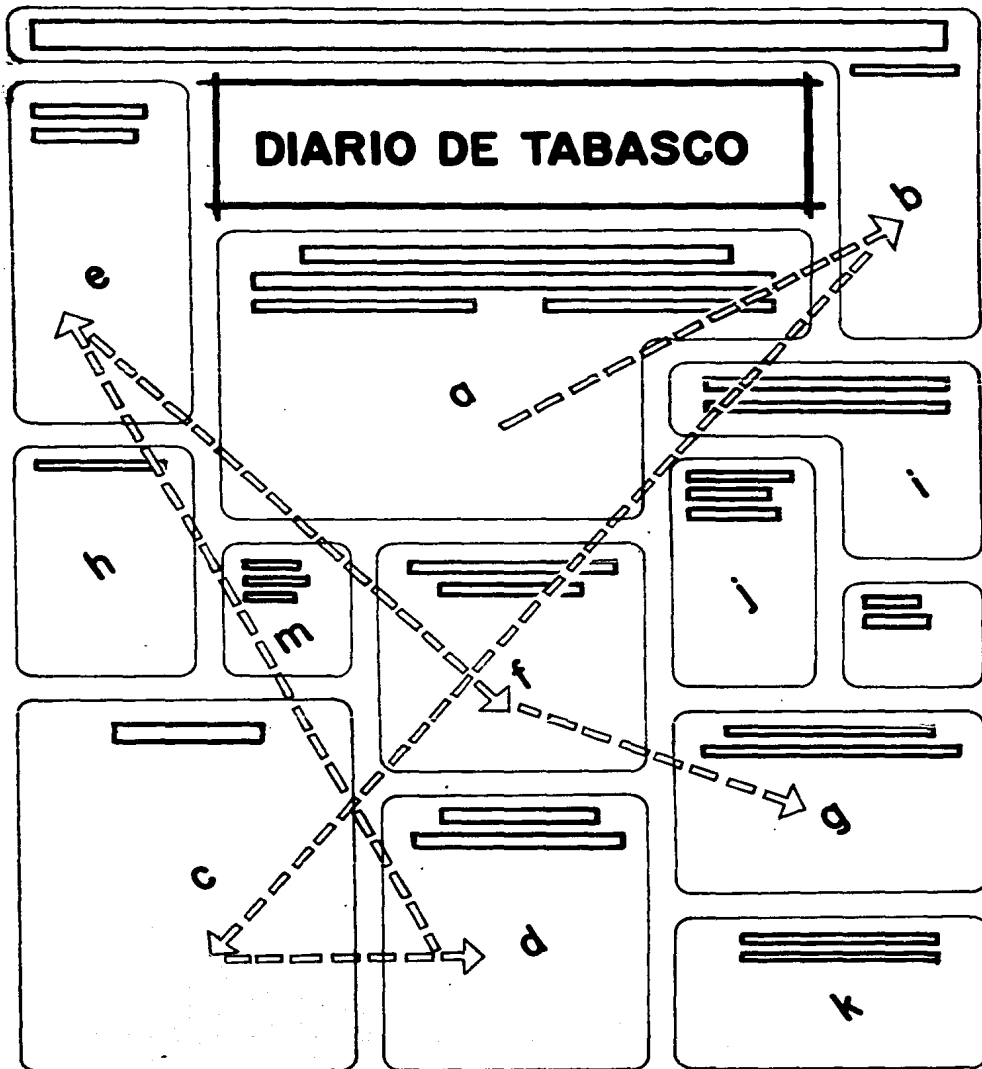
Número a número editorializa cierta nota de interés general y no hace más comentarios de fondo.

Su director a logrado reubicarse en el ambito político, puesto que el diario ha tenido que dejar de aparecer en dos ocasiones, por lo que se cree que por pugnas políticas se le llega a suspender el subsidio.

Morfología de su primera plana. - El periódico está formado en estilo tabloide; la forma de presentar su primera plana es en circo, sin ningún orden, ni cualitativa ni cuantitativamente. En este desconcierto ofrece una plana con notas sobrepuestas y por más que se trata de seguir una línea coherente, a partir del centro de la página (en donde se encuentra generalmente la nota principal), no hay ruta lógica que guíe de manera ordenada hacia las siguientes notas,

puesto que tampoco permite realizar segmentos de la plana, ni horizontal ni --
verticalmente, y si a esto sumamos el total de las notas que emplea el diario --
(13), nos da una graficación muy abrumadora. (ver pág. 25)

Lo que hace suponer que este periódico no cuenta con un equipo de pro-
fesionales del formato periodístico, así como tampoco de recopiladores de informa-
ción, por lo que si no se reforma para mejorar, tenderá a la desaparición.



Cuadro de porcentaje del contenido del Diario de Tabasco.

	%	Planas
Información estatal =	50	4
Información nacional =	25	2
Información internacional =	25	2
Publicidad =	---	--
TOTAL	<u>100 %</u>	<u>8</u>

Novedades de Tabasco.

Año en que se fundó:	1984.
Director:	Andrés García Lavín.
Formato:	Estandar , ocho columnas.
Número de páginas:	Dieciseis.
Tiraje:	20 mil ejemplares.
Número de secciones:	Está dividido en tres secciones: Información Nacional. Información Estatal. Información Internacional.
Periodicidad:	Diaria.
Colores:	Contiene algunas secciones a color.
Técnica de Impresión:	Offset.

Contenido. - El tipo de información está distribuida de la siguiente manera: la información nacional abarca un 20% del contenido del periódico, en esta se incluye fundamentalmente la sección editorial e información política, así como espectáculos y deportes; la información estatal es de un 20%, incluye nota roja, deportes y sociales y la información internacional, con otro 20%, incluye información política y económica; la publicidad del diario es del 40%.

Su contenido informativo, (ver pág. 31) ocupa el 60% del total del espacio del diario, el restante es ocupado por publicidad comercial y propaganda política, lo que lo convierte en un diario de difícil lectura.

El total de información foranea es proporcionada por Novedades Editores, S.A.

Vinculación Política. - Este diario conforma todo un monopolio de la industria de la información a nivel nacional, Desde el centro de la República recibe el poder real en el que se sustenta, además de la influencia que pueda tener en las localidades en donde se edita.

Novedades de Tabasco es uno de los tres diarios profesionales, que funcionan en el estado. (los otros dos grandes diarios en la entidad son Avance y Presente). Completamente vinculado, por medio de Novedades Editores, a la empresa -- TELEVISIA, la edición local del Diario Novedades, viene a ser una comparsa más de ésta industria en el estado.

De reciente aparición, cuenta con toda una estructura de información que le puede proporcionar el gran capital y los monopolios de la comunicación, hasta convertirlo en un negocio rentable en la entidad.

La rentabilidad del medio lo hace ser un periódico ambicionado por los -- grandes comerciantes del estado, puesto que su distribución es por toda la entidad, pero fundamentalmente por las entidades que se encuentran establecidas-- entre el corredor comercial e industrial de Cd. Pemex, La Macuspana, Villahermosa, Comalcalco, Cárdenas y Huimanguillo, cuestión que los hace entrar en pugna permanente con los periódicos Avance y Presente, para ofrecer mejores - espacios a sus clientes comerciales.

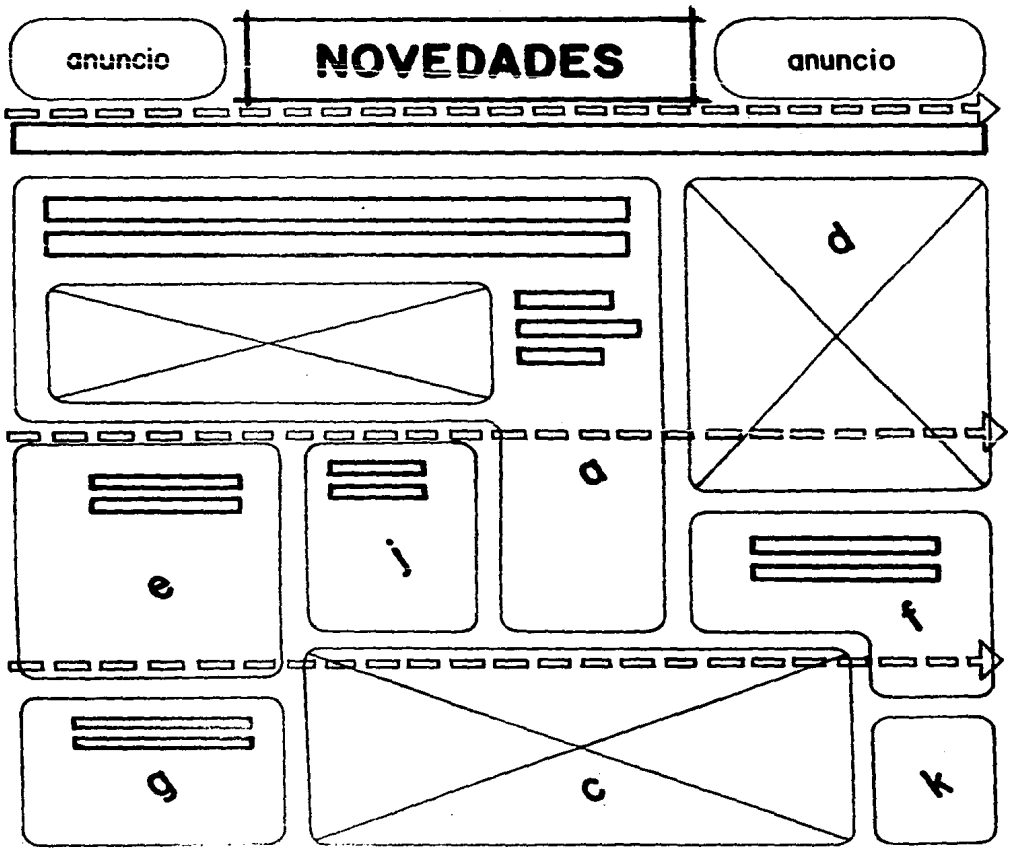
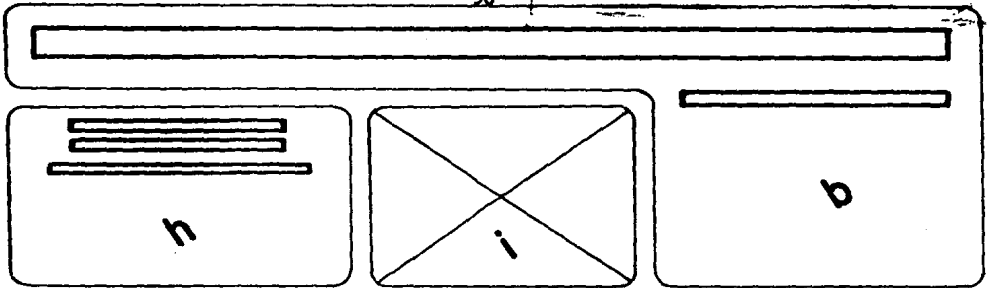
Su tendencia política centro-derecha, la hace aun más sobresaliente en su sección editorial, toda hecha por Novedades Editores y distribuida a sus satélites comerciales estatales, ya que en esta sección tiende a distribuir a sus mejores editorialistas y caricaturistas, no hace ningún tipo de comentario o artículo de -

fondo sobre asuntos estatales.

Aunque comparta un sitio privilegiado entre los diarios tabasqueños, al lado de Avance y Presente, hay una diferencia fundamental en su enfoque y - su función como negocio, ya que el primero es un diario que quiere desarrollarse en provincia (con mucho esfuerzo lo viene realizando), el segundo está consolidado como periódico de prestigio en el estado, y se dedica completamente a desarrollar su actividad en la entidad. No así Novedades, puesto que a nivel nacional es un brazo más de una industria editorial y cumple con la función de informar lo que considere importante en el centro del país. Es rentable como negocio en la entidad y consolida una estructura por el sureste, del monopolio editorial.

Morfología de la primera plana. - Está armada en forma tradicional, el periódico utiliza un formato equilibrado, ya que es sintomática la tensión que ejerce en el lector la nota principal (a), que se encuentra al centro de la página. En la parte superior está la segunda nota en jerarquía (b), compartiendo este segmento de la página con una fotografía (i) y una nota (h); la parte inferior - de la plana también puede dividirse en dos partes, lo que da por resultado un -- cuerpo de información cuantitativa y cualitativamente sin competencias entre - si, equilibrando de esta manera el total de la página. (ver pág. 30)

Con la plana, el diario pretende reflejar la imagen de un diario cosmopolita, en donde su información internacional ocupa un espacio superior al de la información local y las mejores posiciones de la primera plana, dejando en un tercer grado jerárquico el ámbito de la información estatal.



Cuadro de porcentaje del contenido del Diario Novedades.

Información estatal =	20	Planas. 3.2
Información nacional =	20	3.2.
Información internacional =	20	3.2
Publicidad =	40	6.4
TOTAL	<u>100 %</u>	<u>16</u>

Presente, Diario del Sureste.

Año en que se fundó: 12 de febrero de 1959 .
Director: Jorge Calles Broca.
Formato: Estandar , de ocho columnas.
Número de páginas: Dieciseis:.-
Número de secciones: Está dividido en tres:
Información Nacional.
Información Local.
Información Internacional.
Tiraje: 20 mil ejemplares.
Periodicidad: Diaria.
Tintas: Dós tintas.
Técnica de Impresión: Offset.

Contenido. - La información nacional ocupa gran parte del contenido - total del diario, que es proporcionada por la Agencia INFORMEX, con un 21%.

La información estatal le sigue en importancia, con un 15%, pero debido a su calidad y a los espacios que se le proporciona, en su primera plana, a más de su selección y comentarios, la hacen ser una parte determinante en el contenido del diario. .

Su tipo de información internacional viene a redondear la función del diario y convertirlo en un periódico completo, ocupa un 10% del periódico.

Su sección de publicidad, con un 54% del contenido de éste, satura las -- planas del diario, los ingresos que por medio de ésta obtiene, le permite mantener en cierta medida estar un poco alejados de los subsidios que proporciona el gobierno, a través de gacetillas o de propaganda oficial a otros diarios.

Vinculación Política. - Periódico de gran tradición en el estado, con el paso del tiempo se ha convertido en el diario estatal de más influencia dentro de la sociedad tabasqueña

Vinculado, es 'vox populi', por lazos económico-políticos a las familias -- Trujillo y Roviroso Wade, este medio es también un foro de expresión de este grupo político y tiende a cuestionar al gobierno estatal, cuando no responde plenamente a sus intereses o a jugar un papel predominante en las sucesiones -- para gobernador del estado. Ambas familias han compartido armónicamente el poder ejecutivo estatal y pretenden seguirlo haciendo en el futuro.

El respaldo de este grupo le da al diario la oportunidad de convertirse en crítico del sistema, cuando no responde a los intereses de aquel, con la opción de perder los subsidios de propaganda oficial. No obstante puede insertar publicidad de los pequeños y grandes comerciantes del estado, lo que lo convierte en un negocio rentable.

Su distribución abarca todo el estado, es un diario que puede conseguirse incluso en la ciudad de Emiliano Zapata y Tenosique, ciudades alejadas del -- centro político-económico de la entidad.

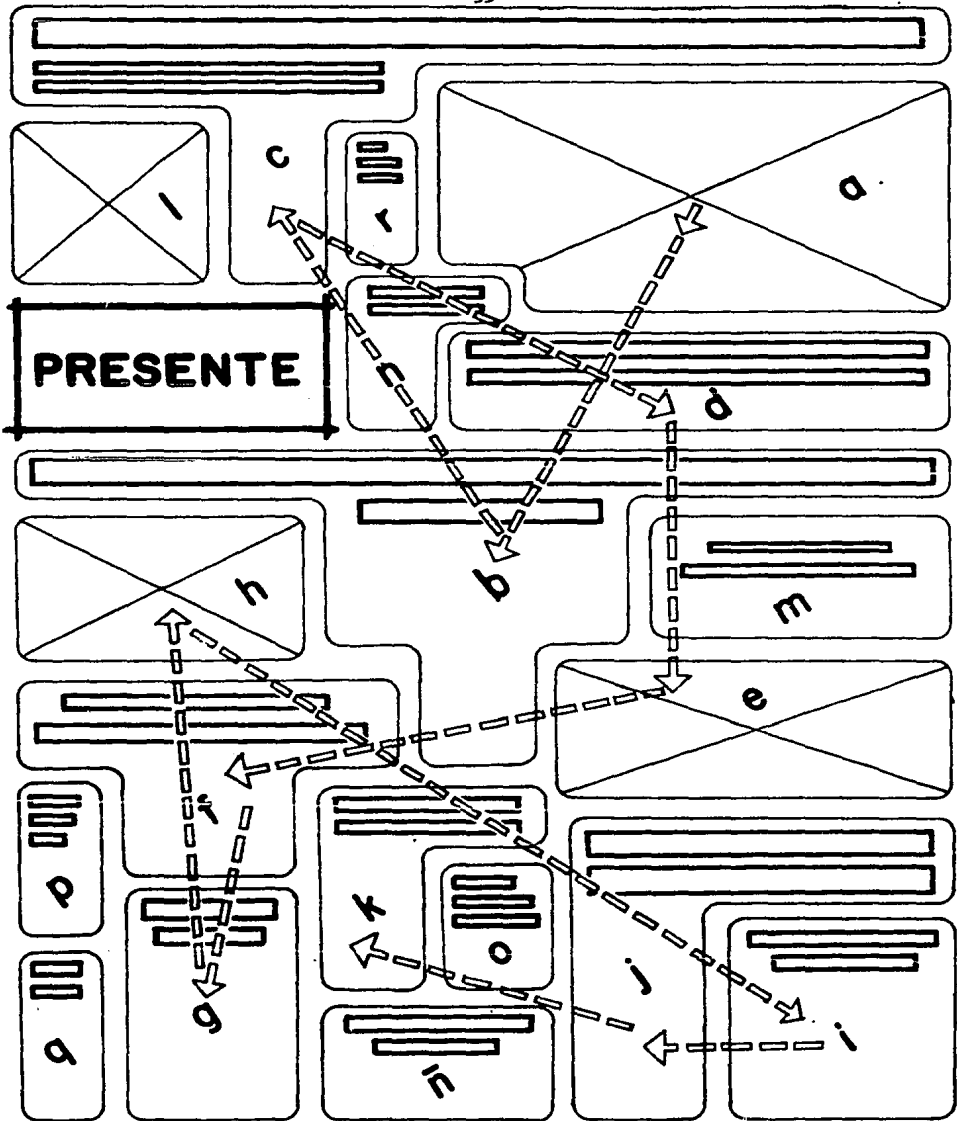
Regularmente introduce editoriales y artículos de fondo firmados por periodistas de la entidad y todos estos hacen referencia a temas acerca de la entidad.

Morfología de la primera plana. - Este periódico posee una estructura tradicional y un formato en estilo en circo.

En la parte superior de la plana es en donde encontramos las principales notas (a, b, c, d) y aunque aquí se encuentran otros tres cuerpos de información (l, n, r,) no existe un grado de competencia entre estos y los primeros.

Por otro lado es en toda la parte inferior de la plana es donde se aglomera la mayor parte de la información formada en esta planta. (ver pág. 35)

De esta manera el formato de circo es bien utilizado por el diario, que no obstante de ofrecer un gran número de notas en la plana, son distribuidas correctamente entre la parte superior y la inferior de ésta.



Cuadro de porcentaje del contenido del Diario Presente.

Información estatal -	% 15	Planas. 2.4
Información nacional -	21	3.4
Información internacional -	10	1.6
Publicidad -	54	8.6
TOTAL	<u>100%</u>	<u>16</u>

Rumbo Nuevo.

Año en que se fundó:	1942.
Director:	Florentino Hernández .
Formato:	Tabloide.
Número de páginas:	Cuatro.
Número de secciones:	Tiene sólo la sección de información estatal.
Tiraje:	5 mil ejemplares.
Colores:	Una tinta.
Perriodicidad:	Deja de aparecer un día de la semana (martes).
Técnica de Impresión:	Tipografía.

Contenido. - Su sección estatal se concentra en su totalidad al ámbito de la ciudad de Villahermosa, y no proporciona, salvo excepciones, información de la República; su sección internacional es prácticamente nula.

Constantemente editorializa algún tipo de información que — presenta en la primera plana. La publicidad es de 25% del total del contenido.

Vinculación Política. - Este medio es el decano de la prensa en la entidad, pero nunca ha podido dar un cambio cualitativo y pasar de ser un periódico gacettillero a uno más moderno, acorde con el tiempo.

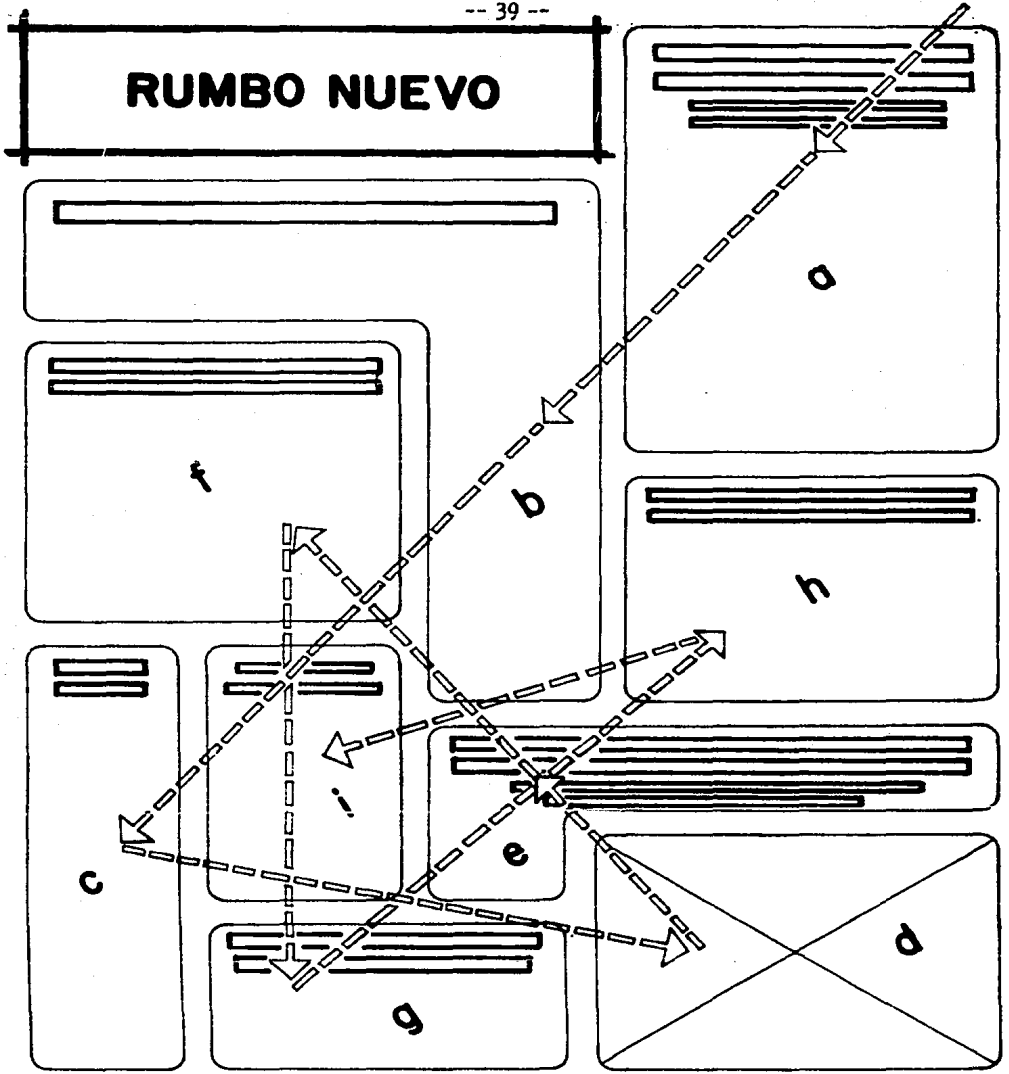
Es un diario mal hecho y peor impreso, sólo se ha mantenido debido a la ayuda que le proporciona el gobierno estatal, por medio de propaganda, ya que no puede entenderse la subsistencia de un periódico, si no es mediante esta ayuda.

Rumbo Nuevo trata de influir directamente con el gobierno estatal, y éste lo puede ocupar para filtrar información.

Su radio de acción se cierra únicamente a la capital del estado.

Morfología de la primera plana. - Este periódico tabloide grafica su primera plana utilizando una diagramación con estilo de enfoque, ya que si partimos de la nota principal (a), que está colocada en el extremo superior derecho, está línea imaginaria nos conduce por la segunda (b) y tercera (c) notas en jerarquía -- cuantitativa y cualitativamente. (ver pág. 39)

Las otras notas secundarias son las que continúan por la diagonal, hasta permitir agotar el total de cuerpos informativos presentados.



Cuadro de porcentaje del contenido del Diario Rumbo Nuevo.

Información estatal =	% 75	Planas. 3
Información nacional =	-----	-----
Información internacional =	-----	-----
Publicidad =	25	1
TOTAL	<u>100%</u>	<u>4</u>

Observaciones sobre la Prensa.

La función de la prensa escrita en el estado de Tabasco, está concentrada fundamentalmente, para ejercer un control político en la entidad y mover piezas en el quéhacer político cotidiano, para asegurar ganancias económicas y -- puestos de poder político-social.

De los seis periódicos descritos, ninguno cumple con la función de tratar de orientar al público lector por senderos críticos, todos son órganos integrados al sistema y según el gobierno en turno se "convierten" en órganos cuestionadores del trabajo de éste.

Se puede afirmar, adelantando conclusiones que la prensa escrita en Tabasco, juega un papel para los reajustes políticos durante cada periodo de elecciones a gobernador, municipios o la Cámara de Diputados.

Por otro lado no deja de llamar la atención la enorme diferencia, en calidad de formato y de información, así como la cantidad de ejemplares editados por los periódicos de Tabasco, por lo que se pueden dividir en dos tipos de prensa:

- 1) El de la prensa moderna, de impacto político y cultural masivo y rentable.
- 2) La prensa opaca, sin funcionalidad descriptiva en su primera plana, de impacto político selectivo y casi por completo una nula comercialización.

En el primer grupo están los periódicos:

- a) Avance.**
- b) Novedades.**
- c) Presente.**

En el segundo grupo están.

- a) Olmeca.**
- b) Diario de Tabasco.**
- c) Rumbo Nuevo.**

Cabe señalar que la prensa del segundo grupo puede y debe mejorar o dejará de existir, por no brindarle la atención debida al tiempo histórico en el cual existen.

PANORAMA GENERAL DE LA RADIO EN TABASCO.

El inicio de la radiodifusión en Tabasco se da en el año de 1954, cuando empieza sus transmisiones la estación XEUVT en la ciudad de Villahermosa, con el nombre de "Radio del Sureste".

Transmitía música variada en español y la intención al fundarse era eminentemente mercantil. Su gerente, Francisco Javier Chávez Guerrero, no tenía otra intención que promover comercialmente la estación.

Al año siguiente, en 1955 sale al aire la estación XETAB "Radio Juvenil", con el consiguiente incremento y puesta al mercado de nuevos aparatos receptores, que hasta entonces se concentraban en la capital del estado; a partir de ese momento se disgregarían por todo el territorio tabasqueño. Esta radiodifusora inició sus transmisiones con la responsabilidad de programar música juvenil y para competir con la XEUVT.

Esta lucha entre las dos emisoras se llevó a cabo durante cinco años, a pesar de la apertura en Comalcalco, en 1959, de la XEVX "Radio Comalcalco", - que nació para llenar un espacio en aquella zona industrial y no entró en franca competencia contra sus similares en Villahermosa.

En 1960 nace la XEVA "Radio Hogar", en Villahermosa, concesionada al mismo dueño de la XETAB, Fernando Pazos de la Torre, por lo que la competencia se empieza a inclinar hacia este grupo, agrupado en la Corporación de Radio Programas de México.

En 1962 surge la XEACM "Radio Pueblo", en Villahermosa, y se suma a la lucha por conseguir anunciantes y captar la audiencia del público. Para entonces ya existían cuatro estaciones radiodifusoras en la capital del estado y una en la principal ciudad industrial, Comalcalco. Sus anunciantes eran pequeños comerciantes e individuos que solicitaban el apoyo de la estación, por falta de teléfono, para comunicarse con sus familiares y amigos.

El descubrimiento de mantos petrolíferos provocaron que en 1963 creciera la ciudad de la Macuspana, y por tanto poder tener la posibilidad de contar con infraestructura para instalar una radiodifusora en la ciudad. Así nace la XERTM "Radio Consentida", que ligada con la XEACM de Villahermosa, competían contra el grupo formado por las estaciones XEVA y XETAB

Con esta nueva estación quedaba cubierto el espacio radiofónico de las siguientes ciudades: Ciudad Pemex; Villahermosa; Comalcalco y la Macuspana.

Después de seis años en 1969 se inicia en la ciudad de Cárdenas la estación XEJDO "Radio Cárdenas", con lo que queda cubierto prácticamente el cinturón industrial del estado.

En 1970 se extiende a Huimanguillo, ciudad agroindustrial del estado, la radiodifusora XEZQ "La Ranchera del cuadrante". Un año más tarde, en 1971, en Villahermosa, surge la XEKV "Radio Mexicana". Durante este tiempo se marca un repunte de la radiodifusión en el estado, aparejado con el crecimiento económico y demográfico, y con la inauguración de la estación XEZX "La Diferencia en Radio", en Tenosique, queda cubierto la totalidad del territorio.

Ya en estos años el estado mexicano se había preocupado por el exceso de estaciones comerciales en la barra radiofónica nacional, en el ámbito estatal los gobiernos locales deberían responder al llamado de regular el exceso de comercialismo en sus estaciones radiodifusoras. Tabasco no fue la excepción y para controlar estos problemas, se abrieron nuevas estaciones manejadas con permiso por la instituciones educativas y culturales o manejadas por el propio -- gobierno estatal.

De esta manera, en los años de 1980 a 1984 la radiodifusión en Tabasco -- creció para darle mayor riqueza al ámbito de la cultura, surge la XEMAC "La voz de los Chontales", en Nacajuca, estación manejada por el Instituto Nacional Indígenista; en 1983 nace la XHTVH-FM "La Radio de Tabasco" de la Coordinación de Radio y Televisión Tabasqueña (CORATT) y la XHTVH-AM, manejada por esta -- misma institución gubernamental, en 1984.

Posteriormente, a finales de 1984, fueron otorgadas dos concesiones más una para la XHOP-FM "Radio Melódica" y la otra para XHVB-FM "Radio Tabasco", para que trabajaran en el ámbito de la Frecuencia Modulada,

Desde su surgimiento en 1953, la radiodifusión en Tabasco vino creciendo de manera constante año tras año, hasta que a finales de la década de los 60's se detiene su crecimiento (como se muestra con la gráfica de la pág. 48), que es recuperado por un rápido despegue en los años de 1969 a 1971, durante los cuales se ponen en funcionamiento tres estaciones más.

A partir de 1971, y hasta la actualidad, la radiodifusión tabasqueña ha de tenido su crecimiento y desarrollo, situación que pone de manifiesto una crisis

en el medio, que en apariencia se está superando, pero que orillada por la saturación de mensajes y contenidos comerciales. No se está actuando acertadamente y el problema subsiste por una falta de calidad en su programación, como señalaremos adelante.

La primera vez que se detiene el crecimiento de las estaciones radiofónicas, se explica por el surgimiento de la televisión en el estado (en 1958 surge - el canal 13 y canal 9 de la entidad).

La segunda ocasión por la consolidación de dos grupos de radiodifusores - privados (los grupos afiliados a OIR y RASA), que compiten entre sí Recordemos el surgimiento de las dos estaciones pioneras (XEVT y XETAB), que desde siempre han competido por el mercado y actualmente son pilares de estos dos grupos corporativos.

Hasta el momento y a pesar del surgimiento de un sistema estatal de comunicación para la radio y televisión, la competencia por el público se da básicamente entre estos dos grupos.

El fenómeno del crecimiento radiofónico en Tabasco reproduce, de alguna manera, la situación que aconteció a nivel nacional. Por un lado actua la Organización Impulsora de Radio (OIR) con veinte años de existencia en la entidad. - Su cabeza se ubica con la estación Radio Centro, que emite desde el Distrito Federal. OIR cuenta con 96 radiodifusoras afiliada a ella en toda la república, que representa el 11.6% del total de las radiodifusoras del total nacional. Esta corporación es dirigida por Ma. Esther Gómez de Aguirre, en el estado maneja las siguientes estaciones XEVT; XEAC; XETM y XHVB-FM (ver cuadro de grupos en la pág. 51).

Por otro lado actua la corporación denominada Radiodifusoras Asociadas, S.A. (RASA) presidida por José Laris Iturbide y representa el brazo radiofónico -

del consorcio de la comunicación colectiva :TELEvisa; opera 69 radiodifusoras en la República y representa un 8.4% del total nacional, en la entidad opera las estaciones XEVA y XETAB.

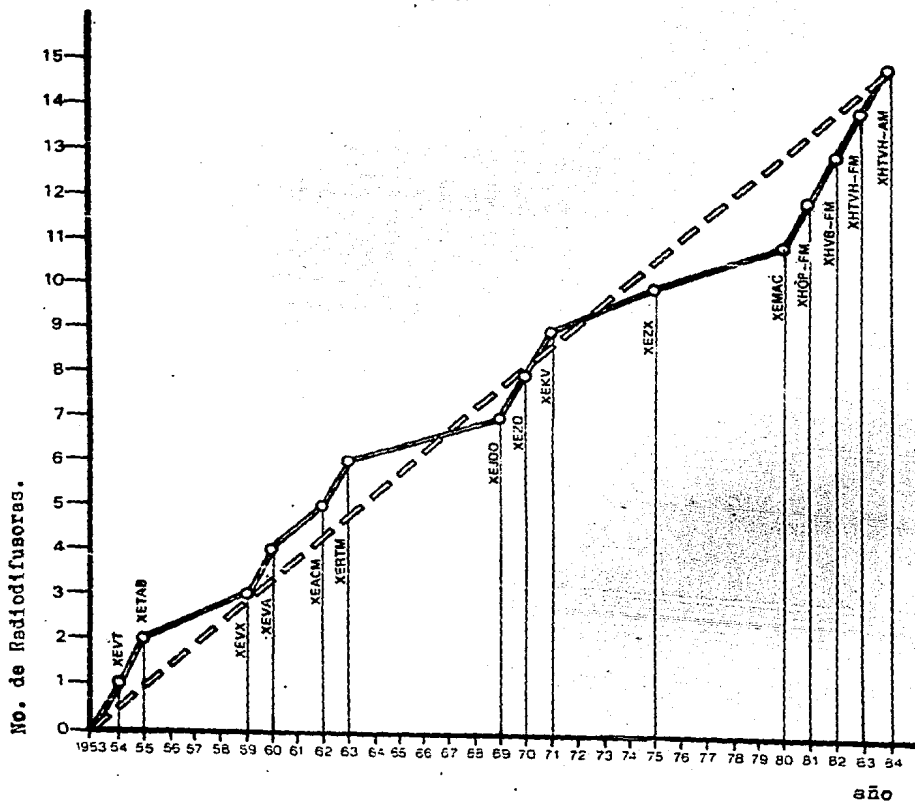
También se encuentra en Tabasco la corporación que en términos cuantitativos es la más importante de la República: Radiorama; opera 113 emisoras que representan el 13.5% del total de radiodifusoras, el germen del consorcio está - ubicado en la franja fronteriza del norte del país, ésta la dirige José Luis Chavero Reséndiz, opera con la XEKV.

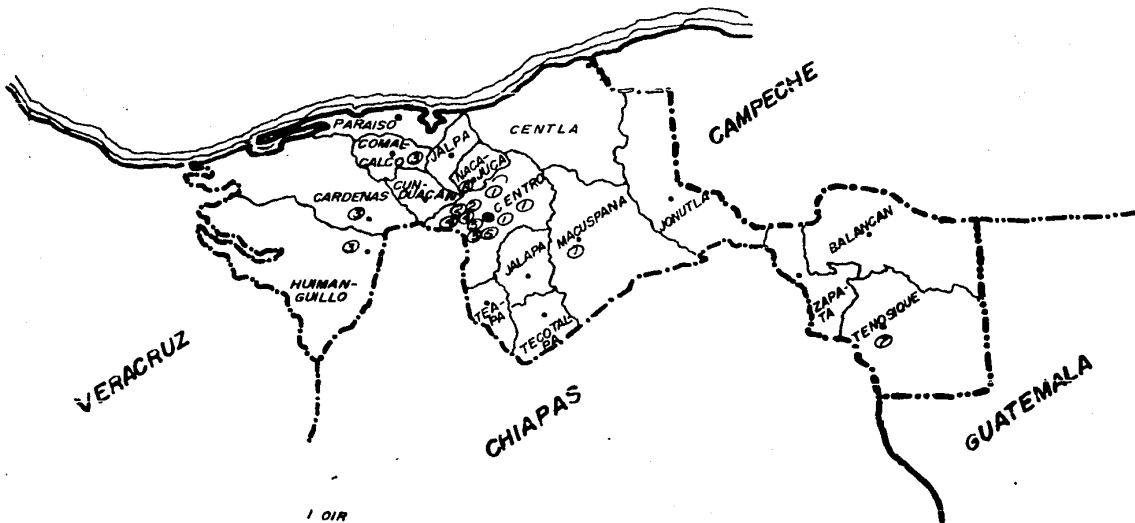
El grupo ACIR, Radio Comunicación Humana, opera con la estación de - Tenosique, la XEZX, cuenta a nivel nacional con 94 radiodifusoras afiliadas, y representa el 11.4%.

Radio Ventas de Provincia (RAVEPSA), que opera tres estaciones en la - entidad la XEVX; LA XEJDO y la XEZQ, cuenta con 38 radiodifusoras por todo - el país, generalmente se establece en pequeños poblados y representa el 4.6% del total de radiodifusoras nacionales.

Agentes de Radio y Televisión S. A. (ARTSA) opera la estación XHOP-FM, cuenta con 55 estaciones, principalmente en el Bajío, representa el 6.7% del total en el país. Es dirigida por Roberto López Hernández, desde Guadalajara, Jalisco.

Gráfica de crecimiento de radiodifusoras en el estado de Tabasco.





- 1 OIR
- 2 RASA
- 3 RAVEPSA
- 4 CORATT
- 5 RADIORAMA
- 6 ARTSA
- 7 ACIR
- 8 INI

Distribución de las estaciones de Radio en el estado de Tabasco por Corporaciones.

Grupos Corporativos en Tabasco.

CORPORACION

ESTACION

OIR

**XEVT Radio Variedades
XEACM Radio Pueblo
XERTM Radio Consentida
XHVB FM Radio Tabasco**

RASA

**XEVA Radio Hogar
XETAB Radio Juvenil**

RAVEPSA

**XEVX Radio Comalcalco
XEJDO Radio Cárdenas
XEZQ La Ranchera del Cuadrante**

RADIORAMA

XEKV Radio Mexicana

ACIR

XEZX La Diferencia en Radio

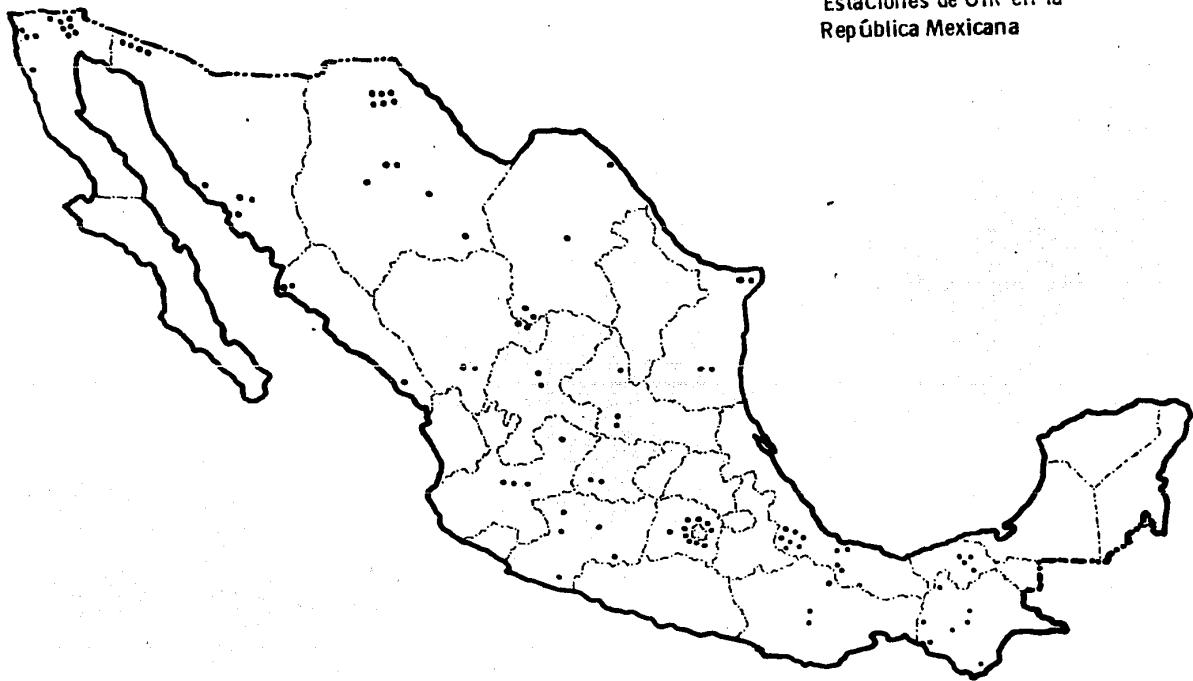
ARTSA

XHOP-FM Fórmula Melódica

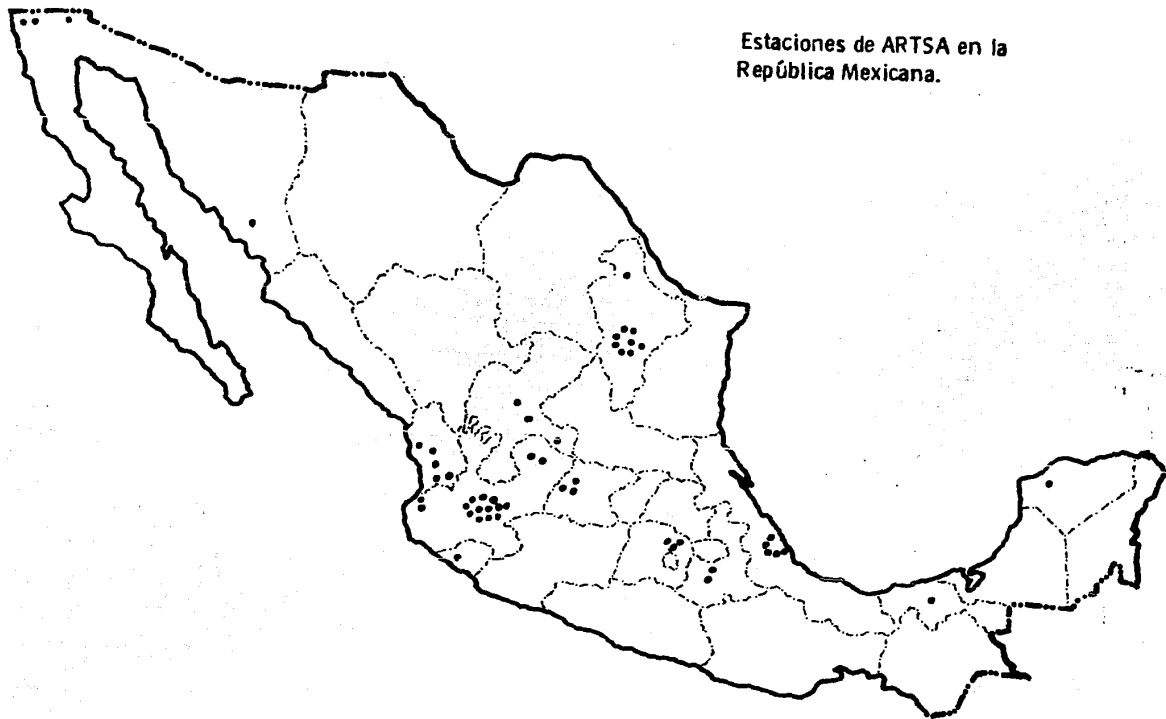
Estaciones de RADIORAMA en la
República Mexicana.



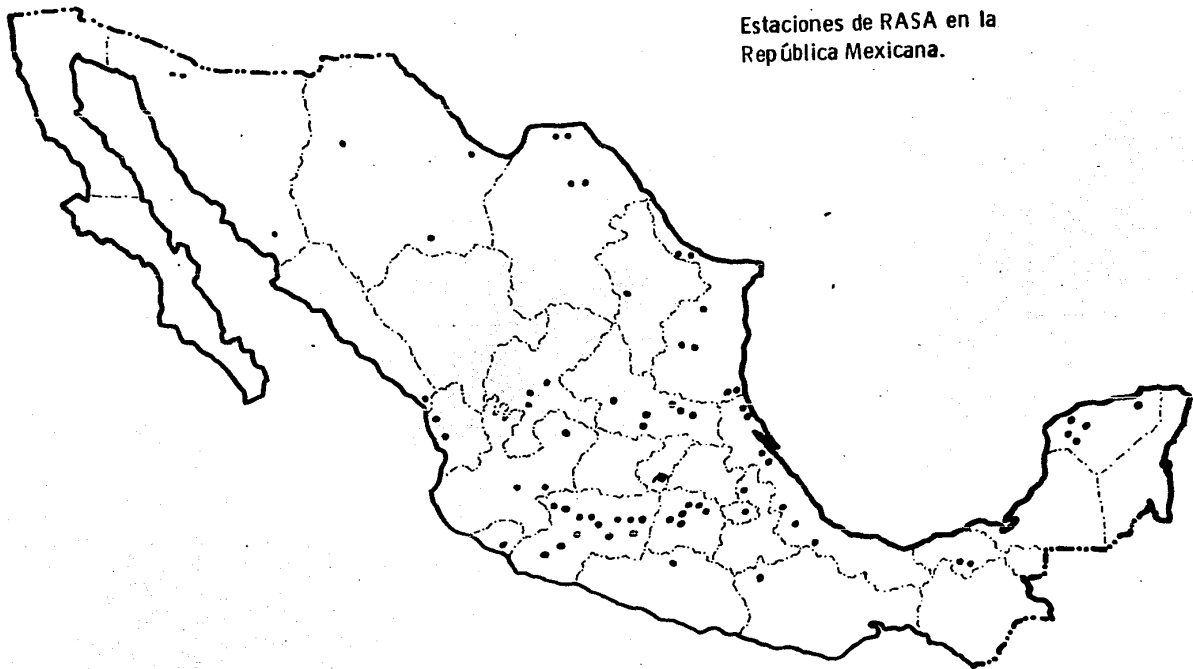
Estaciones de OIR en la
República Mexicana



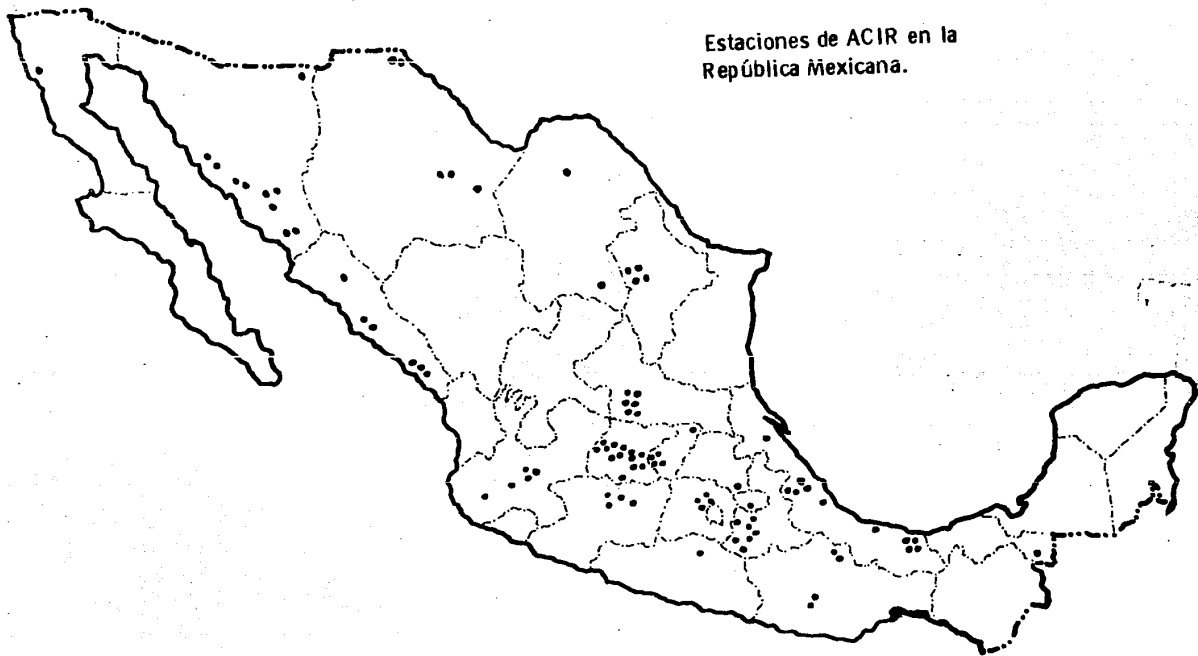
Estaciones de ARTSA en la
República Mexicana.



Estaciones de RASA en la
República Mexicana.



Estaciones de ACIR en la
República Mexicana.





Estaciones de RAVEPSA en la
República Mexicana.

Tabasco ocupa el decimoctavo lugar en el nivel nacional en número de --
estaciones radiofónicas.

ORDEN DE ESTADOS SEGUN PORCENTAJE EN ESTACIONES DE RADIO COMERCIALES
A NIVEL NACIONAL.

Estado.	%
Veracruz.....	8.5
Jalisco.....	7.5
D. F.	7.0
Tamaulipas.....	6.4
Chihuahua.....	6.3
Coahuila.....	6.2
Sonora.....	5.6
Guanajuato.....	5.1
Baja California.....	4.8
Nuevo León.....	4.6
Michoacán.....	4.2
Puebla.....	3.4
Sinaloa.....	3.7
Chiapas.....	3.0
Guerrero.....	2.8

San Luis Potosí.....	2.5
Oaxaca.....	2.3
Tabasco.....	1.8
Yucatán.....	1.8
Nayarit.....	1.5
Morelos.....	1.4
Aguascalientes.....	1.3
Zacatecas.....	1.3
Estado de México.....	1.2
Campeche.....	1.2
Querétaro.....	1.1
Colima.....	.8
Baja California Sur.....	.7
Durango.....	.7
Hidalgo.....	.6
Quintana Roo.....	.4
Tlaxcala.....	.3
TOTAL	100.0

DATOS SOBRE LAS ESTACIONES RADIOFONICAS EN TABASCO.

XEVT, Radio Variedades.

Estación pionera en la radiodifusión tabasqueña, fue fundada en 1954. -- Inicialmente había empezado operando con las siglas XEUVT, pero al pasar el tiempo las modificó por las actuales.

Actualmente está afiliada a la corporación OIR, puede ser que en el estado de Tabasco sea el grupo mejor constituido y el más profesional en el uso de la radiodifusión comercial. La estación se agrupó a esta asociación a fines de 1983 - y desde entonces, junto con Radio 620, Radio Consentida, en la Macuspana y el canal 9 de televisión (del que hablaremos más adelante), realiza una actividad -- coordinada tanto para la publicidad, como para sus servicios noticiosos.

La programación musical está orientada a distribuir el género de balada en español, dirigida al consumo juvenil; los paquetes de discos son enviados de la ciudad de México que tienen que promover artistas cotizados comercialmente. Llama la atención la nula promoción a los artistas locales y también a la música tabasqueña.

La información noticiosa generada en la entidad se presenta constantemente con una visión alarmista de eventos muy localistas, dados a conocer a través de la vía telefónica, en viva voz del interesado. Este fenómeno constituye un elemento esencial para el análisis ideológico y de comunicación por ser cálido y multidireccional, la retroalimentación entre emisor (radiodifusor) y receptor (radioescucha) es muy activa y el reciclaje generado produce infinidad de efectos. Además transmite una presencia coloquial y paternalista, cimentada en la conciencia de su función como líder de opinión, que emite verdades "absolutas".

Contenido Noticioso.

La barra informativa da inicio a las 6:00 A. M. , con el programa "Panorama en la Noticia", que dirige Rubén Arceo. La duración del noticiero es de una hora y contiene noticias locales, nacionales e internacionales.

Las noticias nacionales e internacionales están bien presentadas, reciben el servicio informativo de NOTIMEX.

Las noticias estatales están bien trabajadas, aunque se nota la lectura modulada en el ánimo del locutor cuando se trata de boletines oficiales.

Cabe señalar que dentro del mismo noticiero el propio locutor realiza -- anuncios comerciales sin hacer un corte previo entre información y anuncios, convirtiendo este tipo de publicidad o propaganda con una gran penetración psicológica entre el auditorio.

La estación transmite otros dos noticieros : "Notinueve", (que es en enlace con el canal 9 y las otras dos estaciones radiofónicas del grupo OIR) y el "Mundo a las Doce" (que se enlaza con Radio 620 y es producida por esta estación y -- que será analizado más adelante).

XETAB, Radio Juvenil.

Estación radiofónica que desde su fundación, en 1955, ha mantenido una competencia permanente contra Radio Variedades, dividiéndose entre ambas - al público y las ganancias por publicidad.

La principal característica de esta radiodifusora es su total programación musical, sin que hasta el momento se encuentren interesados por la labor informativa y periodística ; no es la única estación que mantiene esta política en su programación, es una estación de las de mayor penetración entre la población juvenil.

La estación pertenece a la cadena RASA (al igual que Radio Hogar y el -- canal 13 de televisión, que es la repetidora del canal 2 de TELEVISA), todas ellas conforman el Grupo Oro fundado en 1984 y que, de alguna manera u otra, ha -- influido para el cambio de programación de otras estaciones.

Su programación musical se apoya en el estilo de la balada en español y algunas veces introduce canciones en inglés , y no dista mucho de la programación de su eterna rival Radio Variedades.

De sus emisiones publicitarias, el 70% son producidas en el Distrito Federal, son anuncios comerciales de instituciones bancarias, empresas automovilísticas, industrias de vinos, entre otros.

La publicidad local es previamente grabada y mantiene cierta uniformidad de producción con sus similares de la capital de la República. La estación presta el servicio de enlace entre individuos que requieren comunicarse entre sí, con mensajes muy llamativos.

No cuenta con información noticiosa:

XEVX, Radio Comalcalco.

La ciudad de Comalcalco ingresa a la radiodifusión tabasqueña en 1959, - con la puesta en marcha de la XEVX "Radio Comalcalco", la primera estación -- descentralizada en el estado y que nace en un municipio donde se ha mantenido un gran desarrollo económico, industrial y comercial. La radiodifusión creció y se interrelacionó con este centro industrial importante en Tabasco; su señal - puede llegar a captarse tanto en Coatzacoalcós, Veracruz, como en Ciudad del - Carmen, Campeche, gracias a la posición que guarda el municipio y su enlace - con esas entidades por las características técnicas, geográficas y climatológicas.

La estación es eminentemente musical y comercial. No transmite ninguna clase de programas informativos. Tiene un programa de felicitaciones que trasluce la capacidad de penetración en la ciudad de Comalcalco y sus alrededores.

La programación musical es de temas tropicales. En cuanto a información noticiosa, "la estación no fue hecha para realizar esta actividad", según dijo el Ing. Dagdug Lutzov, Gerente de la estación.

La publicidad y los mensajes emitidos, todos locales, se refieren única y exclusivamente a comercios de Comalcalco; algunas ocasiones de Jalpa, Nacajuca y Cárdenas, ciudades cercanas a ésta. No transmite mensajes previamente grabados, el locutor en turno proporciona todos los anuncios conforme le va llegando.

La estación está agrupada en la 'corporación de Radio Ventas de Provincia, al igual que las que están en las ciudades de Cárdenas y Huimanguillo.

XEVA, Radio Hogar.

La estación salió al aire en 1960 como "la estación del hogar", actualmente es "Radio Hogar". Está agrupada a la corporación RASA (Radiodifusoras Asociadas, S. A.) empresa que opera en toda la República con sede en el Distrito Federal y controlada por TELEVISA.

Posiblemente sea la estación con mayor rating en el estado. La gente acude a ella por ser una vía rápida para exponer su problemas; en la mayoría de los casos para dar cuenta de situaciones individuales que la gente escucha con atención e interés.

La programación musical se inclina de manera primordial a la difusión del género de canción de balada en español. Por ser filial de la agrupación RASA mantiene competencia con Radio 620 de la cadena OIR y su contenido es eminentemente comercial.

La publicidad que tiende a transmitir generalmente es en voz viva del locutor en turno y la que es grabada se refiere a instituciones bancarias o gubernamentales.

La información noticiosa de esta radiodifusora lo constituyen los "Noticieros Radifónicos" conducidos por Jesús Antonio Zurita, que se transmiten de -- 7:00 a 9:00 A. M. y de 13:30 a 14:00 P. M. de lunes a viernes.

Contenido noticioso.

Suvilla Zurita, se ha convertido en un poderoso portavoz que reproduce la ideología que ostenta la oligarquía nacional, TELEVISA y sus vínculos internacionales y regionales. Viene a ser una mezcla de Zabludowky y Ochoa con rai-

gambre local. Emite mensajes informativos, en medio de un contenido muy saturado de publicidad. Sus emisores promueven ventas, sirve de enlace a sujetos radicados en esta zona del sureste, desvía la atención de la gente cuando existen notas e informaciones de mayor envergadura, magnifica accidentes y tragedias, tiene un enorme respeto por las instituciones federales y presiona a las estatales, utiliza el teléfono como fuente de información directa del pueblo y el teléfono al aire, como armas para presionar en nombre de la opinión pública.

La popularidad que ha ganado Zurita a lo largo de las más de 10 mil transmisiones de su programa le confiere un alto índice de verosimilitud, detectándose que hablar de Zurita, es hablar con un elemento natural y permanente de la vida cotidiana en la región del sureste.

El diseño de sus programas se inclina en forma desproporcionada hacia los mensajes publicitarios, con un 70% para éstos y el 30% restante para información estatal, nacional y alguna internacional.

XEAC, Radio 620.

En el año de 1962 se funda "Radio Pueblo", entonces estación popular que transmitía música ranchera, norteaña y tropical.

A partir de 1984 se transforma radicalmente al cambiar su programación y su estructura, pasa a pertenecer a la cadena Organización Impulsora de Radio y cambia su imagen: deja de ser esa estación popular e implementa un cierto formalismo, trata de capturar al público maduro, cuestión que le hace competir abiertamente con "Radio Hogar", que ya para 1984 tenía una personalidad definida.

Su programación musical abarca la balada en español, cabe señalar que esta radiodifusora fue la única que realmente mostró una capacidad de producción en programas grabados, como es el caso del programa nocturno "Música en el aire", que mantiene una estructura radiofónica bastante consolidada.

De esta manera "Radio 620" empieza a trabajar para conseguir nuevos y mejores anunciantes. Así mantiene una programación diversa que pretende orientar al auditorio y ofrecer programas eminentemente comerciales.

En cuanto a la información noticiosa mantiene la producción de un noticiero, "El Mundo a las Doce", con un formato de información local, estatal y algún tipo de nacional; cuenta asimismo con dos servicios noticiosos nocturnos en enlace con "Radio Variedades" y el canal 9 de televisión.

Contenido Noticioso.

"El Mundo a las Doce" es producido y emitido a nivel estatal por esta radiodifusora, a partir de las 12:00 A.M., de lunes a viernes.

Su conductor y director es Agustín Núñez, quien estructura un servicio más serio y menos publicitario que el de "Radio Hogar".

En esta emisión se recurre a la voz engolada, a un ritmo más lento, y -- por lo tanto, claro para la lectura de los contenidos informativos.

En cuanto al enfoque de las noticias, no se apreció ninguna diferencia - entre las empleadas por Zurita y las manejadas por Núñez Ruiz

En el noticiero también se utiliza el teléfono como fuente informativa y -- como arma de presión en nombre de la opinión pública.

De la muestra estudiada se obtuvieron los siguientes porcentajes: de publicidad, el programa abarca un 35%, y de información el 65%, siendo preponderante la información de carácter local, que incluyen las llamadas telefónicas y le siguen en importancia la información nacional y por último la internacional.

XERTM, La Consentida.

La estación XERTM "La Consentida", en Macuspana, fue fundada en el año de 1963, y desde entonces ha mantenido una programación de música ranchera y norteña, actualmente pertenece al grupo OIR.

"La Consentida" es una estación rudimentaria con permanentes fallas de continuidad; mantiene una producción y emisión de mensajes muy personales - de felicitación o condolencia; las canciones por regla general se dedican a alguna persona radioescucha de manera libre y desinteresada.

Reproduce publicidad grabada que es enviada desde la ciudad de México, además de la grabada en la propia estación y la publicidad que emite el propio locutor; su programación es eminentemente de música comercial. Generalmente transmite una canción y de tres a cuatro minutos de comerciales.

No cuenta con programación informativa.

XEJDO, Radio Cárdenas.

En 1969 teniendo como punto de apoyo el desarrollo comercial e industrial de Cárdenas, es cuando nace en esta ciudad la radiodifusión, con la puesta en marcha de la XEJDO, Radio Cárdenas.

La estación desde un principio se afilió a la corporación de Radio Ventas de Provincia, al igual que sus vecinas de Comalcalco y Huimanguillo.

Mantiene una programación y estructura en música tropical y ranchera, eminentemente comercial.

Su publicidad se concierne exclusivamente al área de influencia de la ciudad de Cárdenas. No transmite mensajes previamente grabados, por lo que el locutor en turno tiene que realizar la lectura de los anuncios y comerciales.

No cuenta con programación informativa.

XEZQ, Radio Futurama.

Huimanguillo tuvo su estación en 1970, cuando la "La Ranchera del Cuadrante" hizo su aparición.

Estación con la que se cubre por completo el cinturón industrial del estado, comprendido por las ciudades de Comalcalco, Cárdenas, Villahermosa y la Macuspana; la XEZQ pertenece a la corporación de Radio Ventas de Provincia ---- (RAVEPSA).

Su programación es de música ranchera eminentemente comercial, tiende a publicitar los comercios establecidos en esta ciudad, y a promover un desarrollo turístico que se encuentra ubicado en la Laguna de Huimanguillo.

No transmite mensajes grabados con anterioridad, ni tiene, como otras estaciones de la entidad, un teléfono abierto con el que puedan solicitar o proporcionar informes los radioescuchas.

En cuanto a la información, de la muestra que se tomo de la estación di fusora cada hora emite cápsulas noticiosas . . ., que son leídas por el locutor en turno, estas cápsulas a lo más informan de dos asuntos relacionados con la entidad. La información la obtiene de los periódicos tabasqueños, a los cuales cita al final de la lectura.

XEKV, Radio Sensación.

En 1971 surgió una nueva estación en la capital del estado, la XEKV "Radio Mexicana", con una programación de música que en esencia competía contra las estaciones ubicadas en Comalcalco, Cárdenas y Huimanguillo; al paso del -- tiempo vendría a cambiar radicalmente su programación debido fundamentalmente al crecimiento demográfico tan grande que tuvo Villahermosa durante la década - de los 70's, que imponía un nuevo tipo de programación. . . .

En las estaciones que se encuentran fuera de la capital del estado, había, y hay en la actualidad, pequeños comerciantes que utilizan la radio para promoverse, En Villahermosa se pasó de este tipo de anuncios a uno más institucionalizado, que consiste en anunciar a grandes comerciantes y realizar propaganda política, con mensajes grabados, que al paso del tiempo vendría a promover normas de programación en las estaciones, como le sucedió finalmente a esta radiodifusora.

Junto con todo esto se dió aparejada la lucha por conseguir más y mejores clientes entre las agrupaciones radiofónicas RASA y OIR, coyuntura que - aprovecha la directiva de RADIORAMA para iniciar un cambio de la orientación de esta emisora.

Así la XEKV da el gran cambio; de estación con música ranchera, pasa a la faceta de la nueva estación en que se convirtió "Radio Sensación", con programación de música en inglés y español, con el objetivo de influir de manera definitiva en la juventud tabasqueña, por medio de la asesoría de RADIORAMA, a la

que se afilia en el año de 1976.

Esta radiodifusora dió inicio al trabajo continuo de estaciones durante - las 24 horas del día, al utilizar el sistema de cartuchera, tener todo ya grabado y no utilizar, por tanto un locutor en cabina.

Su programación está estructurada con base en música y un gran porcentaje de publicidad comercial.

No cuenta con programación informativa.

XEZC, La Diferencia en Radio.

Tenosique, la zona más apartada del estado, ha sido hasta ahora el lugar en donde ha surgido la última estación comercial en la banda de Amplitud - Modulada.

En 1975 sale al aire la XEZC, radiodifusora que se denomina "La Diferencia en Radio". En oposición a las demás emisoras de la entidad, ésta es la que posee una continuidad y una producción sumamente atrasada, puesto que emite música sin realizar cortes. Por lo tanto, no hace ninguna referencia musical ni radiofónica y no cuenta con algún tipo de locutor de planta. Esta unida a la corporación ACIR.

Su contenido publicitario es muy pobre y sólo de vez en cuando se escucha el anuncio que llega a hacer el personal que en esos momentos se encuentra en cabina.

No cuenta con programación informativa.

XEMAC, La Voz de los Chontales.

Entre 1980 y 1981 el Instituto Nacional Indigenista puso en marcha, en la Ciudad de Nacajuca, la estación bilingüe XEMAC, "La Voz de los Chontales"; con el objeto de mantener vivo el lenguaje y costumbres de este grupo indígena.

Actualmente la radiodifusora está en vías de estructuración, pues anteriormente se programaba música latinoamericana, sin ninguna relación con la región, lo que había hecho de la estación fuera una más de las estaciones culturales del país sin público.

A lo largo del año de 1985 se modificó la programación de esta emisora, - presentando melodías con típico contenido del campo y algo de música tropical, a más de contar leyendas y costumbres de la tribu Chontal, por lo que se diferenciaba de las emisiones de las demás estaciones del estado, por la calidad de interpretación e intérpretes, a más de introducir a locutores bilingües que se traducen mutuamente, lo que la hizo ser escuchada por parte de la comunidad chontal.

"La Voz de los Chontales" podría tener un alcance en cuatro municipios del estado: Nacajuca; Comalcalco; Paraiso y Centla (fundamentalmente la zona chontal), aunque en realidad su señal se pierde por la baja potencia con la que emite, y sólo abarca el municipio de Nacajuca.

Al parecer parte de su restructuración deberá incluir el cambio y lógico aumento de la potencia con la que opera, ofreciendo con ello un mejor servicio a la comunidad indígena de esta zona, y hacerla un vehículo de enlace, al acu-

dir a sus instalaciones y solicitar sus servicios para transmitir tal o cual mensaje.

No tiene publicidad comercial. Si acaso transmite mensajes institucionales.

No produce servicios informativos propios, aunque de manera defectuosa -- recibe los noticieros de XEEP Radio Educación, que le son suministrado por el - CORATT. Cuando llega a informar noticias locales, éstas son leídas de los diarios estatales por el locutor en turno, traduciéndocelas al chontal.

XHOP, Fórmula Melódica.

La Frecuencia Modulada que se comenzó a explotar en Villahermosa en los dos primeros años de la década de los 80's, tuvo con XHOP "Fórmula Melódica" su programación estereotipada y cosmopolita al igual que la propia capital de la República.

La estación pertenece al grupo ARTSA, de presencia nacional, con cabeza en Guadalajara, Jalisco. Es muy difícil de sintonizar y no se aprecia que pueda impactar en el momento a un grupo amplio de la población.

La música que se emite en ésta es preferentemente extranjera y principalmente en inglés.

Su publicidad se constriñe a difundir comerciales de pequeños comercios de la ciudad de Villahermosa, con mensajes previamente grabados.

No tiene programación informativa.

XHVB-FM, Radio Tabasco.

Estación afiliada al grupo OIR, compete con la XHOP-FM por un público de estrato medio superior.

En cuanto a su programación musical se basa fundamentalmente en temas comerciales extranjeros en inglés, francés y español, de sus muestras en ninguna se pudo constatar que se difundiera música nacional.

Su publicidad abarca a pequeños y medianos comerciantes de Villahermosa y algunos anuncios promocionales de instituciones gubernamentales y -- bancarias.

En cuanto a su programación informativa, por las noches se enlaza con el canal 9 de televisión para encadenar su transmisión al noticiero "Notinueve" que produce este canal.

Emite cápsulas noticiosas leídas por sus locutores en turno.

XHTVH-FM, La Radio de Tabasco.

En 1983 el gobierno del estado de Tabasco comienza a manejar medios de comunicación colectiva, al fundarse en este mismo año la Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORATT), institución fundada, como se verá más adelante, con el fin de normar la actividad de la radiodifusión, que hasta ese momento sólo operaba en manos de grandes cadenas radiofónicas y con objetivos puramente comerciales.

La Radio en manos del gobierno del estado produce y difunde una alternativa para el público tabasqueño, tanto en la banda de la Frecuencia Modulada, que es el caso de esta radiodifusora, como en Amplitud Modulada, de su estación hermana.

La estación XHTVH-FM ocupó la banda de F.M. , con una programación orientada a reproducir el esquema radiofónico de la estación capitalina XEEP Radio Educación de por los años de 1975 a 1976.

Sin caracterizar el fenómeno, es evidente que los cuadros locales de producción no han podido adaptar la radio a raíces culturales y dinámicas tabasqueñas.

La emisión en términos técnicos, no alcanza a sobresalir del ruido e interferencia que domina la poco modulada F.M.

Su programación musical abarca un mosaico de música internacional no comercial, inclinándose más al ámbito de los temas populares del país que difunde su música.

La barra de programación informativa tiene como eje central en noticiero

"En Punto", que enlaza esta radiodifusora con el canal 9 (también del CORATT), que es transmitido diariamente a las 20:30 horas (aunque exclusivamente el noticiario es producido por la T. V.).

Por otro lado guarda relaciones de coordinación con el Instituto Mexicano de la Radio y reproduce también el noticiario matutino de Radio Educación.

XHTVH, La Nueva Estación.

Esta radiodifusora inicia sus transmisiones en el año de 1984, siendo la segunda estación manejada por el CORATT, aunque esta en Amplitud Modulada.

"La Nueva Estación" mantiene una programación estructurada con base de programas dramatizados, de comentarios y algunas informaciones de índole cultural, así como noticias y música popular.

Aunque pertenece a CORATT, no se diferencia en mucho del resto de las estaciones de la banda de A.M., salvo por la introducción de un noticiero que produce el Instituto Mexicano de la Radio, desde la ciudad de México. "El Noticiero", de treinta minutos, que se transmite dos veces diarias y es producido por el Instituto Mexicano de la Radio.

Al igual que la otra estación de CORATT de F.M., enlaza su frecuencia a las 20:30 horas para transmitir el noticiero de televisión "En Punto".

Estaciones Radiodifusoras en el estado de Tabasco.

Año de inicio	Radiodifusora	Clave	Canal	Potencia
1954	Radio Variedades	XEVT	970 Khz	5, 000 W
1955	Radio Juvenil	XETAB	1410 Khz.	5, 000W
1959	Radio Comalcalco	XEVX	570 Khz	1, 000 W
1960	Radio del Hogar	XEVA	790 Khz.	5, 000 W
1962	Radio 620	XEACM	620 Khz.	5, 000 W
1963	Radio Consentida	XERTM	1150 Khz.	1, 000 W
1969	Radio Cárdenas	XEJDO	1100 Khz.	1, 000W
1970	Radio Futurama	XEZQ	1520Khz.	1, 000 W
1971	Radio Sensación	XEKV	700 Khz.	5, 000 W
1975	La Diferencia	XEZX	860 Khz.	1, 000W
1980	XEMAC		1440 Khz.	500 W
1981	Fórmula Melódica	XHOP-FM	230 Mhz.	5, 000 W
1982	Radio Tabasco	XHVB-FM	102 Mhz.	5, 000 W
1983	La Radio de Tabasco	XHTVH-FM	949 Mhz.	5, 000 W
1984	La Nueva Estación	XHTVH-AM	1230 Khz.	5, 000W

PANORAMA GENERAL DE LA TELEVISION EN TABASCO

El surgimiento de la televisión en el estado de Tabasco se inicia cuando se implanta la repetidora del canal 2 de TELEVISIA, en el año de 1968, en la ciudad de Villahermosa. De esta repetidora, para su funcionamiento y servicio se haría cargo el grupo denominado ORO (perteneciente a la cadena RASA). Así es como surge el canal 13 en aquella entidad.

En el año de 1969 se pone en marcha el canal 9, cuya característica que lo hace sobresalir del canal anterior es que podía realizar producciones propias, aunque también retransmitía, y sigue haciéndolo, programas que emite el canal 5 de TELEVISIA.

El surgimiento de la televisión en Tabasco se da como un proceso similar al que se presentó en la capital de la República, cuando inició sus transmisiones el canal 4, en donde los industriales de la radio dirigen toda su atención para poner en marcha este nuevo medio de comunicación. En Tabasco se repite fielmente este modelo al poner los industriales de la radio toda su atención en el surgimiento de la televisión comercial y dejan relegado el crecimiento de la radio.

Al pasar el tiempo y sólo cuando el gobierno del estado se ve en la necesidad de contar con una estructura propia de comunicación colectiva se amplía el panorama televisivo estatal, al comenzar a funcionar el canal 7, dependiente del CORATT (ver pág. 90), en 1984.

Actualmente se recibe la señal generada desde el centro del país por el Instituto Mexicano de Televisión y tiene por repetidoras a los canales 2 y 6.

Por lo que respecta a la producción del canal nueve transmite dos programas de producción propia, que llenan espacios de entretenimiento e información; el demás tiempo de transmisión del canal es una simple retransmisión de programas de TELEVISIÓN (canal 5), fundamentalmente programas para niños y de aventuras norteamericanos; inicia sus transmisiones a las 13:00 horas.

Los dos programas producidos por el canal 9 son:

Fricase. - Este es un programa con franca raigambre entre el público de televisión tabasqueño, con escasos recursos escenográficos y valiéndose de su conductora, esta serie emite una especie de revista videográfica para amas de casa y público infantil, con entrevistas, consejos, comentarios y música. En los programas observados se notó que no es proclive a abordar temas abiertamente políticos, más bien se puede decir que es una versión de la revista "Buenhogar" en televisión.

Notinueve. - Noticiero que presenta información con una fisonomía perfectamente identificable.

No tiende a informar situaciones concernientes al gobernador, ni intenta realizar comentarios sobre los secretarios del gobierno.

Más bien tiende a referirse a temas de interés general, cuando se refiere a temas estatales, se refiere a acontecimientos sociales a deportivos, por lo que respecta al tipo de información nacional e internacional, reproduce noticias cablegráficas que le envía la Agencia de información NOTIMEX.

Es decir minimiza la información que se produce en la entidad y sólo notifica cuando ésta es netamente alarmista o se trate de situaciones como tragedias, las cuales puedan ser explotadas de una manera amarillista.

Este noticiero se transmite en cadena con tres estaciones radiofónicas pertenecientes al grupo OIR, que son "Radio Consentida", en A.M. y "Radio -- Variedades", en A.M. y "Radio Tabasco", en F.M..

En cuanto a la programación del canal 7, perteneciente al CORATT, diremos que produce programas culturales, de orientación vocacional, de información, de entretenimiento y deportivos, en este orden de importancia.

Al igual que el canal 9, inicia sus transmisiones a las 13:00 horas, con uno de sus tres noticieros, "Punto y coma", continuando con programas de orientación vocacional. Le sigue una barra de programación infantil, para continuar con programas culturales sobre el estado, su música y sus tradiciones. Posteriormente continúa su noticiero "Punto", le sigue una barra de información deportiva y concluye sus transmisiones con la edición de el noticiero "Punto final".

Este canal ha puesto principal atención a la barra de programas informativos, al grado que promueve su noticiero "Punto", con cápsulas informativas que continuamente invitan al teleauditorio a verlo y enviar sus puntos de vista acerca de éste.

El noticiero en "Punto" es transmitido en cadena con las dos radiodifusoras que tiene CORATT, que son "Radio Tabasco" y "La Nueva Estación".

Este noticiero, tiene una duración de 60 minutos, es producido por un equipo profesional en materia periodística con ciertas fallas en cuanto al manejo del lenguaje audiovisual. Contrata los servicios de NOTIMEX, mantiene una

buena porción de producción noticiosa más la información nacional e internacional acorde a la sostenida por el estado mexicano. Proporcionan excesivamente en tiempo y en poderación de las actividades del gobierno local, que bien estructurado podría destinarse a las actividades estatales.

De los 60 minutos, tiende a proporcionar 40 de estos a la información estatal y sólo 20 minutos a la información nacional e internacional, equilibra por tanto el porcentaje de importancia que debe tener cualquier noticiero estatal, -- en poder o no del gobierno del gobierno del estado.

Mientras el noticiero del canal 9 informa una porción mínima de noticias estatales, el canal 7 proporciona en tiempo a este tipo de información y equilibrando el resto de las noticias nacionales e internacionales.

Por otro lado se considera que este tipo de noticias (tanto del canal 7 como del 9), que se encadenan a estaciones radiofónicas, no resulta apto para este -- medio por la diferente lectura que se debe de dar en cada medio.

COMISION DE RADIO Y TELEVISION DE TABASCO (CORATT).

La Comisión de Radio y Televisión de Tabasco (CORATT), fue creada el -- 29 de agosto de 1983, por el Lic. Enrique González Pedrero, Gobernador Constitucional del Estado de Tabasco, con el propósito de promover el desarrollo de la entidad mediante el fortalecimiento de la participación de los diversos grupos -- sociales, a través de los sistemas de comunicación social.

Para ello le fueron encomendadas las siguientes funciones:

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

Diagnóstico del sistema CORATT.

Para efectos de este análisis fueron confrontadas las muestras recabadas de cada medio con los objetivos manifiestos en el acuerdo que da origen y regula la operación de dos emisoras radiofónicas y una televisiva, que integra el CORATT.

Radio.

XHTVH-FM, Radio Tabasco. - Esta emisora se caracteriza por ofrecer una programación desbalanceada y dirigida a públicos urbanos con alguna instrucción educativa. Transmite música de todos los géneros que constituye el pilar de sus emisiones con un 65% del total del tiempo al aire. La mezcla de género y ritmos que van de lo clásico a lo folclórico no está proporcionado. El más alto porcentaje de las emisiones musicales lo ocupan los autores e intérpretes que son y han sido promovidos por la radiodifusoras privadas, en contraste con la música local, moderna nacional en español de autores e intérpretes que no tienen acceso a otros canales, latinoamericana, europea, asiática, africana, entre otras.

El acervo musical se aprecia reducido y deteriorado, en muchas ocasiones. La programación, generalmente, no proporciona elementos informativos adicionales para vincular la obra artística a la realidad y momento histórico estético en que fue producida.

Los errores de continuidad en la emisión se presentan continuamente, los baches de silencio, los titubeos y mala pronunciación de los locutores en cabina, los discos muy maltratados, los descuidos del operador al embobinar la

cinta con salida al aire con defectos no justificados en una emisora con dos años de operación.

A pesar de que existe infraestructura para emitir la señal de "Radio Tabasco" a todo el estado, la calidad de esta deja mucho que desear aun en la propia Villahermosa.

XHTVH-AM, La Nueva Estación. - La programación de esta emisora se -- aprecia más orientada a la población rural, suburbana y menos instruida en general. La Nueva Estación" es más proclive a los programas dramatizados y a los comentarios que su compañera de FM.

El contenido musical está compuesto por música nacional, latinoameri--cana y estadounidense, en general su contenido musical es muy comercial.

Reproduce con acierto, a nuestro juicio, series dramatizadas de contenido histórico social producidas por la emisora de la Secretaría de Educación PÚblica con sede en la capital de la República

Al igual que en "Radio Tabasco" se observaron severas fallas de continuidad en la emisión. Los locutores son más afectos a hacer comentarios y no se -- detectó ningún criterio para efectuar la identificación de la señal y muchas ve--ces es proporcionada por el locutor en cabina inmediatamente después que ha -- sido enviada al aire la versión grabada por el operador. También presentó deficiencias técnicas que le restan nitidez .

La estación trasmite el noticiario "El Noticiero", de lunes a viernes, a las 9:00 horas. Este es distribuido y coordinado por el Instituto Mexicano de la - Radio y producido por NOTIMEX, con una duración de 30 minutos.

La estructura y la calidad de este servicio informativo podría ser tomada como ejemplo para las emisiones locales. Presenta cuatro bloques informativos separados, la dicción y ritmo de lectura de los locutores es adecuada.

Por lo que se pudo observar "El noticiero no cubre la demanda informativa local, en virtud en que la hora en que se transmite es tardía para servir a las grandes capas de la población que inician sus labores antes de las 9:00 - horas.

Otra de sus emisiones es "Tabasco al Día", que se transmite de lunes a viernes a las 13:00 horas con duración de 60 minutos. Pretende competir con otros servicios de información radiofónica que se emiten en el mismo horario. Los conductores a más de leer las noticias, realizan comentarios propios. Bajo el pretexto de ser un noticiero local, se conforma con emitir cuanto boletín oficial exista, algún testimonio de las actividades del gobernador y agradecer o magnificar los hechos más triviales

"Tabasco al Día" da la impresión de que resume la carencia de guionistas radiofónicos, musicalizadores y conductores . Hay que resaltar que no utiliza el teléfono al aire u otros procedimientos para aumentar la participación del auditorio.

Televisión.

Canal 7. - El tipo de programación que tiene este canal, trata de mantener una similitud, a la del canal 11, que maneja el Instituto Politécnico Nacional. Al igual que las radiodifusoras de CORATT se perciben muy frecuentes fallas técnicas en la señal y problemas de continuidad generados tanto por el "master, como en el estudio. Mantiene constantemente promocionales de algunos periódicos locales

Es evidente la falta de personal capacitado cabalmente en las áreas de fotografía, edición, sonido, guionismo y producción. Se sugiere instrumentar cursos teórico-prácticos en estas áreas con el fin de lograr con los recursos disponibles una mayor eficiencia. Hay que incrementar los controles remotos y combatir el cartonamiento excesivo que se presenta en los programas hechos en set.

Es muy importante crear conciencia entre los integrantes de CORATT de la responsabilidad de dirigirse al público.

"Punto y Coma" es uno de sus noticieros, con dos horas de duración y se transmite de lunes a viernes de 14:00 a 16:00 horas. Esta emisión intenta ofrecer un programa un poco informal, del estilo de "Hoy Mismo" que conduce Guillermo Ochoa por el canal nacional 2 de TELEVISIÓN; la presentación es una mezcla de información y noticias con temas musicales que se van a ver durante el transcurso del mismo. La personalidad de los conductores es amable y se advierte en ellos cierta proclividad hacia los comentarios "por oídas". Las entrevistas en el estudio son poco atractivas por la falta de notoriedad de los invitados y al infalible alargamiento en el tiempo de duración. Las presentaciones musicales son llevadas a cabo por personas aficionadas que generalmente presentan repertorios poco atractivos y casi nunca empapados en las raíces culturales de la en-

tividad. El manejo de la imagen es muy rudimentaria y pobre, tanto en los contenidos noticiosos como en los musicales. No hay participación directa del público. Se sugiere incrementar la presencia de la información municipal, la utilización del género reportaje y espacios más precisos para información científica, nacional e internacional.

Se dan los llamados 'cortes de prensa', que son servicios de cápsulas noticiosas de tres minutos donde se presentan notas estatales, nacionales e internacionales, es una buena síntesis, ágil y con presentación adecuada.

El noticiero estelar (como ya se dijo anteriormente) es "En Punto"; con emisiones diarias de 60 minutos. Este noticiero está bien estructurado. Hay -- versatilidad en los géneros utilizados y es donde se percibe mayor seriedad de los conductores. Aquí se advierte como excesivo el tiempo dedicado al gobernador y sus actividades que generalmente ocupan el lugar preponderante de la -- emisión. La información internacional está bien presentada y es suministrada por NOTIMEX, y la nacional se ofrece en boca de varios corresponsales, dándole con esto una adecuada diversidad de fuentes y géneros informativos. Se aprecia escasez en el archivo de imágenes. El sonido original de los registros y testimonios también se encuentra deficiente. Es imprescindible que se ejerciten más -- las personas que leen en cuadro porque las fallas de dicción y entonación resta impacto a la información si es que no la tergiversan.

La edición de las entrevistas muchas veces es inexistente y se presentan tal y como quedaron grabadas dando la impresión de que falta con que llenar el tiempo que dura el noticiero.

Propuestas para el Sistema CORATT.

1. Se constató la voluntad política de mantener la planta productiva de -- CORATT con personal preferentemente tabasqueño. La medida referida es a-- certada a pesar de la falta de de instrucción en materia de comunicación que la Universidad Autónoma "Benito Juárez" de Tabasco, ofrece. Una forma - de superar esas evidentes fallas de capacitación, sería la organización de cur sos intensivos teórico-prácticos para programadores radiofónicos; locutores; conductores; guionistas; camarógrafos; escenógrafos; musicalizadores; técni cos en transmisión, etc.
2. - Crear mecanismos permanentes para surtir de información crítica, histórica y estética para el personal creativo.
3. - Actualización y nacionalización de la fonoteca para las emisiones radiofónicas y la videoteca para la televisión.
4. - Restructurar los noticieros radiofónicos con el objeto de agilizar-- los. En el caso de los televisivos proporcionar mayor cantidad de imágenes -- producidas en el estado, el país y el mundo.
5. - Prohibir a los conductores y locutores vertir comentarios sin guión y/o dirección hasta que los criterios y objetivos de CORATT no sean realmente comprendidos.
6. - Incrementar el número de convenios con televisoras similares en la República para establecer intercambios que apoyen en la práctica el Pacto Federal.

7. - Promover la creación de una asociación de televisoras estatales con el fin de llevar a cabo proyectos regionales o de gran producción y abatir costos.

8. - Instrumentar y operar mecanismos rápidos y oportunos de evaluación de las emisiones para detectar con exactitud el qué y quién de la falla o del acierto para llevar a cabo la rectificación o estímulo procedente.

9. - Se sugiere la producción de series dramatizadas de contenido histórico-culturales tanto para la televisión como para la radio, por ser un género que ya ha sido probado en público con buen impacto.

10. - Se sugiere una producción de difusión científica, en donde se ponga al alcance del público aspectos de las ciencias, desmitificándolas y haciéndolas accesibles al gran público.

11. - No es recomendable encadenar la emisión "En Punto" con las radio-difusoras porque el audio de un noticiero de televisión ya que el contenido televisivo y el radifónico, no implica un mismo lenguaje.

CONCLUSIONES

En relación al análisis de los medios de comunicación colectiva del estado de Tabasco, se pueden clasificar las conclusiones en dos vertientes: una, acerca de los medios, que incluye también algunas propuestas; y otra acerca del gobierno del estado de Tabasco en la comunicación social.

I. - MEDIOS

I. i. - Prensa.

I. i. i. - Se encuentran dos grandes grupos de publicaciones periódicas. Al primero lo clasificaremos como "cosmopolita", por presentar un adecuado equilibrio de información estatal, nacional e internacional, estos son:

DIARIO OLMECA

25% información estatal.

37% información nacional.

13% información internacional.

25% publicidad.

AVANCE

25% información estatal.

55% información nacional.

8% información internacional.

20% publicidad.

NOVEDADES

20% Información estatal.

20% Información nacional.

20% Información internacional.

40% Publicidad.

PRESENTE

15% Información estatal.

21% Información nacional.

9% Información internacional.

55% Publicidad.

Este tipo de publicaciones refleja una organización empresarial, acorde con una visión capitalista moderna y nacionalista; se nota un enorme control informativo por parte de agencias o periódicos de la Ciudad de México, sobre este tipo de medios.

En el segundo grupo, denominado como de diarios locales, está constituido por:

RUMBO NUEVO

93% Información estatal.

7% Publicidad.

RESPUESTA

56% Información estatal.

12% Información nacional.

6% Información internacional.

26% Publicidad.

DIARIO DE TABASCO

43% Información estatal.

20% Información nacional.

7% Información internacional.

30% Publicidad.

Este grupo refleja una organización productiva más artesanal y limitada al ámbito regional, teñido muchas de las veces por la característica del ---chisme y el microchovinismo.

La cantidad de publicaciones periódicas y su presentación, resultan suficientes para abastecer la demanda generada por un sector pequeño de la -- población tabasqueña. Existe notoria ausencia de grupos y posiciones que no converjan con las asumidas por el partido oficial y el gobierno, en contraste con las grandes cadenas nacionales, que con criterios tradicionales utilizan los medios y difunden profusamente su postura.

Se propone propiciar una apertura de espacios en los medios a los grupos y partidos opositores, con el objeto de encontrar un equilibrio informativo, - que asegure un flujo diverso de puntos de vista, con el fin de fortalecer la - opinión que se vierte en la sociedad y no se monopolice esta función social a entidades gubernamentales y comerciantes.

1.1.2. - Se encuentra una relativa capacitación y profesionalismo en los trabajadores de los periódicos; hay deficiencias en la actitud del redactor-repor-tero, que no emplean la herramienta de la investigación para contribuir a la crítica y por ende al progreso del periodismo como función social.

Se propone generar cursos y seminarios de actualización y capacitación para el personal en funciones o en formación, se hace extensivo para radio y televisión. Estos cursos los puede impartir la Universidad "Juárez" Autónoma de Tabasco.

1.2. Radio.

1.2.1. - En la actualidad la radio tabasqueña, cubre la totalidad del estado; aunque se muestra indiferente a la atención que pueda prestarse en los municipios y zonas distantes de la capital, o las principales ciudades del estado.

1.2.2. - Dentro del funcionamiento de la radio, actúan dos grupos corporativos predominantes, que compiten por cautivar al público con una programación pobre y con un alto índice de anuncios comerciales. Estos grupos son la Organización Impulsora de Radio (OIR) y Radiodifusoras Asociadas, S. A. (RSA); y apuntalan el medio mediante publicidad generada desde la capital de la República.

En cuanto a las relaciones que guardan con el gobierno, puede decirse -- que en los aspectos informativos tienen cierta autonomía. Cuando lo menciona, por ejemplo, en la mayoría de los casos adoptan una retórica neutra. En contraste, otorgan mucha importancia a fallas mínimas o muy parcializadas de la actividad cotidiana del gobierno, como son las prestaciones de servicios y la procuración de la justicia. Es importante advertir que en los espacios de estas dos cadenas se mezcla indiscriminadamente la publicidad comercial con la propaganda política, porque desde estas tribunas se autoerigen como líderes de opinión, por su penetración ideológica, que se pone de manifiesto en el alto número de llamadas telefónicas de espontáneos informantes y seudocríticos de la actualidad gubernamental.

Se propone combatir la política divisionista y entreguista que realizan - las dos grandes cadenas radiofónicas, con un esquema totalmente diferente y que no reproduzca en ninguna de sus partes la ideología de los empresarios de la "cultura nacional", sino de la identidad nacional y valores regionales

1.2. 3.- El gobierno del estado, a través del CORAT, participa como emisor en Radio y Televisión, su público dista mucho en cantidad del resto que atiende las estaciones comerciales. No obstante que maneja estaciones en las dos frecuencias radiofónicas, no ha podido encontrar una programación atractiva, que sea capaz de captar la atención de un sector más amplio de la población. En el caso de la estación que opera en la banda de FM se detecta una programación interesante y atractiva que sólo se puede objetar por el escaso manejo de música regional y lo poco actualizado de la música internacional. Es importante señalar que la calidad de transmisión es deficiente y se convierte en difícil poder captar la estación. El terreno informativo y noticioso está - caracterizado por ser una tribuna noticiosa.

Cabe hacer mención del caso particular , de la emisora radicada en Nacajuca, que transmite en Chontal y Español, auspiciada por el Instituto Nacional Indigenista,

Si se lograra impulsar la implantación de radiodifusoras locales para que el público pueda participar más activamente en la programación, se podría - hacer de este medio un medio integrador e informador pleno en la entidad, como lo realiza cotidianamente la estación Chontal, en tanto que en ella se ven reflejadas las inquietudes y se dan soluciones objetivas y reales a su -- público.

1. 3. Televisión.

1. 3.1. - El estado de Tabasco cuenta con dos canales de televisión , uno de estos está en manos del gobierno y otro de la iniciativa privada.

El gubernamental presenta la información de manera abrumadora y no utiliza el cien por ciento los recursos de comunicación audiovisual propio de la T. V.

El privado es un receptáculo de repetición de información que difunde la cadena radiofónica OIR.

Se propone elaborar una programación cimentada en la cultura regional (actual e histórica), en el entretenimiento pedagógico, la difusión de la ciencia y la información netamente actual.

2. - Gobierno Estatal y Comunicación.

2.1. - El gobierno emite mensajes a través de la prensa, radio y televisión, con el fin de utilizar los beneficios de estos en materia de comunicación colectiva, cultura y recreación y legitimarse ante el universo de los gobernados.

2.2. - El gobierno no es compacto en su política de comunicación social, - carece de un programa orgánico para presentar una fisonomía coherente y armónica de sus mensajes emitidos; el abuso de lo oficioso le resta brillo y contundencia a lo oficial (se entiende por oficioso aquello que resulta y resalta al sujeto en tránsito por la gestión de gobierno y menosprecia la dinámica generada por la sociedad, entendiéndose por oficial los actos cívicos, resultantes de las conquistas sociales obtenidas por la sociedad en su conjunto)'

Se propone diseñar y aplicar en función de los resultados e infraestructura, un programa global de comunicación social coherente con la idea de soberanía e identidad nacional, restando con esto la penetración mercantil de las estaciones cien por ciento comerciales y dar por tanto una alternativa viable a la - comunicación colectiva en el estado, con hondas raíces culturales en la región.

2.3. - La política de comunicación social que justifica al gobierno, es implantada con suficiencia cuantitativa e insuficiencia cualitativa; esto responde a la ley del menor esfuerzo y a la improvisación, generada por la carencia de un programa orgánico que oriente el rumbo de la comunicación colectiva que brinda - el estado. Del cúmulo de información extraída puede destacarse el amplio porcentaje de apariciones en los medios de comunicación colectiva en manos del gobierno.

2.4 - Como positivo se encuentra la información cultural, que tiende a elevar el nivel apreciativo y crítico de la ciudadanía, por lo que se puede generar una idea y personalidad clara por parte del trabajo cultural del gobierno tabasqueño, al reforzar continuamente la política cultural, con el objetivo de superar la personalidad del tabasqueño, a partir de sus valores propios, pero sin perder su carácter de mexicano.

BIBLIOGRAFIA *

BERLO, David K.

El proceso de la comunicación. Ed. El Ateneo, Buenos Aires, Argentina.
1969.

BOND, Fraser F.

Introducción al periodismo. Ed. Limusa, México, 1982.

CAZENUEVE, Jean.

Sociología de la Radio y la T. V. Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.
1967.

Comunicación para el desarrollo, Ed. Comisión de Radio y Televisión de
Tabasco. 1984.

COVO, Milena E.

Conceptos comunes en la metodología de la investigación sociológica.
Ed. UNAM, México. 1973.

Directorio de Medios Impresos. Ed. Medios Publicitarios Mexicanos, S. A.
de C. V. , México. 1986.

Directorio de Medios Audiovisuales. Ed. Medios Publicitarios Mexicanos,
S.A. de C. V. , México, 1986.

ESTEVA, Gustavo.

El Estado y los medios de comunicación. Ed. Revista Nueva Imagen, México,
1976.

FREUR De, Melvin L.

Teorías de la comunicación masiva. Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina.
1975.

* La presente Bibliografía nos sirvió como punto de referencia en la presente
investigación.

FLORES JARAMILLO, Renal.

La exposición de las comunicaciones y la educación permanente. Ed. Promociones Culturales, Barcelona, España. 1975.

GARZA MERCADO, Ario.

Manual de técnicas de investigación. Ed. Colegio de México, México. 1966.

GONZALEZ CASANOVA, Pablo.

Las categorías del desarrollo económico y la investigación en ciencias sociales. Ed. UNAM, México. 1967.

GONZALEZ PEDRERO, Enrique.

Televisión pública y sociedad. Ed. Revista Nueva Imagen, México. 1976.

HOVLAND, Carl.

Comunicación y persuasión. Ed. Adiestramiento de extensionistas en Comunicación. OEA, EEUU. 1960.

Informe de gobierno de Tabasco (primero), 1983. Ed. Gobierno del estado de Tabasco, 1983.

Informe de gobierno de Tabasco (segundo), 1984. Ed. Gobierno del estado de Tabasco, 1984.

Informe de gobierno de Tabasco (tercero), 1985. Ed. Gobierno del Estado de Tabasco, 1985.

LEON, Emiliano.

La prensa y el movimiento sindical. Ed. Cultura Popular, México. 1975.

MALETZKE, G.

Sociología de la Comunicación Social. Ed. Epoca, Quito, Ecuador. 1976.

Manual de información básica de la nación. Ed. SPP. México. 1979, 1985.

Plan estatal de desarrollo, 1983-1988. Ed. Gobierno del estado de Tabasco, -
1983.

WRIGHT, Charles.

Comunicación de masas. Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina. 1979.