



32  
24

**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

**FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES**

**SOCIOLOGIA DE LA COMUNICACION.  
LA RADIODIFUSION PUBLICA EN MEXICO.  
UN ESTUDIO DE CASO: LA XEBCO-AM,  
"RADIO OCCIDENTE, LA VOZ DE COLIMA"  
(1 DE MARZO DE 1989 - 31 DE MAYO DE 1993)**

**T E S I S**

**QUE PARA OBTENER EL GRADO DE:  
LICENCIADO EN SOCIOLOGIA**

**PRESENTA:**

**GONZALO ALEJANDRO LAVIN BERISTAIN**

*DIRECTOR DE TESIS: FROYLAN M. LOPEZ NARVAEZ*

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**

**1996**

**TESIS CON  
FALLA DE ORIGEN**



Universidad Nacional  
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

**Biblioteca Central**



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

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

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

**A URBANO, MI PADRE,  
QUIEN YA NO HABITA ESTE TIEMPO,  
POR SU INTEGRIDAD Y ENTREGA.**

**A LEONOR, MI MADRE,  
DEDICADA Y AMOROSA SIEMPRE.**

**A MI ABUELO GONZALO,  
PRIMER MAESTRO Y AMIGO.**

## PARA NO PARECER INGRATO:

Generalmente el apartado más leído de las tesis, al menos por familiares y amigos, es la dedicatoria. Los que ahí encuentran su nombre sonríen complacidos y los que no, seguramente, externan, por lo menos, un "que ingrato es este ca..." o "pl... desmemoriado". En mi descargo, para aquéllos que no sean mencionados he de señalar que fue lo segundo.

En primer lugar he de agradecer los amores, bondades, comprensiones, apoyos y solidaridades que me ha prodigado a lo largo de los últimos dos años mi esposa Alejandra.

A mis hermanos gracias por todos los sobrinos. Aida por Nando, Polán, la Nena, Pol, Chugo, el Enano y Ceci; Arturo por Gaby, Arturo y Ariadne; Bani por Vivi, Gerar y Danla; Susana por Erika, Hugo y Pamela. Toda una prole que apenas empieza. Los Incrédulos que le pregunten a Mario y Aida.

Aida por su vida dedicada ... a otros, entre ellos a mí. Arturo por su nobleza y gran corazón. Bani por compartir sus ideales juveniles. Susana por su férrea determinación e indomable carácter.

A Froylán, maestro de vida; siempre solidario, amigo y padre. Gracias, también, por todos los enanos, por tu erudición, la rumba y el son.

A Nando por ser como es pese a todo y a todos. Froy por su gracia mordaz. La Nena porque siempre es primero la familia. Pol por su bonhomía.. Chugo por su entereza y sus humores. Saúl porque llegue pronto su independencia. Ceci por su esperanza.

A Virginia López, Guillermina Baena, Carmen Avilés y Carlos Castaño por su estímulo, paciencia, optimismo y sabiduría.

A los amigos. Por supuesto a Edgardo quien siempre me ha brindado su apoyo incondicional y sus juicios certeros.

A Martha Patricia quien ha dado muestra de que la amistad surge por convicciones y voluntades. En contraste, a Javier, gracias a quien he podido constatar que la amistad puede prevalecer pese a todo.

A Pepe por su apoyo y participación comprometidos en la elaboración del presente documento y de muchos más que han surgido, gracias a su experiencia y dedicación.

A Tonatiuh y Bety quienes me auxiliaron afectivamente para que la vivencia colimense no resultara inaguantable. A Roberto Aguila, periodista defensor avecindado en la inhóspita Colima, por su amistad a toda prueba, Inteligencia y orientación.

A Humberto Avendaño, Carlos Maya, Margarita Reyna y Guillermo Orozco, brillantes educadores, quienes nunca escatimaron esfuerzos en su tarea intelectual.

Al Vlc, por su indomable espíritu cuestionador y la sana Intransigencia con sus ideales.

Al Betancourt por el fútbol y todo lo demás.

Sería injusto no agradecer a los colaboradores de la XEBCO: Luité, Radillo, César, Homero, el Tigre, Ochoa, en fin a todos.

## INTRODUCCIÓN.

El presente trabajo se centra en la radiodifusora del Instituto Mexicano de la Radio (IMER) XEBCO, "Radio Occidente, La Voz de Colima," durante el periodo del 1º de marzo de 1989 al 31 de mayo de 1993: un lapso de 4 años, 3 meses. Durante este tiempo la emisora fue operada por tres administraciones gerenciales. El IMER estuvo a cargo de dos Directores Generales, en tanto el Estado de Colima tuvo dos Gobernadores.

Este documento busca esencialmente: arrojar pistas sobre las prácticas comunicativas específicas a partir de la operación de la radiodifusora; definir a los actores que participan en los procesos de elaboración y difusión de mensajes; plantear las condicionantes económicas, políticas, grupales y, por tanto, sociales que determinan que la radio pública, que opera el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), funcione precisamente de esa manera y no de otra.

El análisis, producto de la fructífera experiencia laboral de un año en la emisora objeto de estudio, no pretende dar cuenta de la audiencia, de los radioescuchas; es preciso sí, dejar constancia que los cambios que se implementaron en la propuesta de programación que se hacía circular, buscó atender a grupos de población claramente identificados (niños, jóvenes y mujeres), a quienes mediante diversos mecanismos, se invitó a participar en el proceso, no sólo como auditentes, sino como generadores de propuestas radiofónicas, en el diseño y elaboración de los contenidos que se difundían.

En esa época, 1992-1993, se inició el proceso de desincorporación de la industria paraestatal, que adelgazó al Estado mexicano y puso en manos de la iniciativa privada, nacional y extranjera, la gran mayoría de las empresas públicas. La venta de los medios de comunicación que controlaba el gobierno era inminente, la televisión pasó a manos de un grupo privado, y todo indicaba que la radio era la siguiente empresa a desincorporar. De ahí el énfasis que se puso en incrementar las ventas de la radiodifusora y la intención de demostrar que manejados con eficiencia y pulcritud, los medios de comunicación propiedad de la Nación son económicamente rentables y no tienen por qué venderse a la iniciativa privada.

Se trabajó en la descripción de la situación de la radiodifusora, fundamentalmente, en 3 niveles, a efecto de estar en condiciones de responder -a partir del estudio de caso- a la pregunta guía del documento: En México, ¿cómo funciona la radiodifusión pública?. Entendiendo como *radio pública* aquel medio de comunicación electrónico, que para operar, recibe financiamiento federal, estatal y/o municipal.

El primer eje descriptivo fue la administración de recursos humanos, técnicos y financieros; el segundo, la producción de los mensajes y su transmisión; y el tercero, la comercialización de sus espacios.

De esta manera, en el primer capítulo se retoman algunos planteamientos teóricos referentes a los conceptos *comunicación, información, medio y masa*. Asimismo, se presentan las principales teorías de la comunicación, a juicio del que esto escribe. Ante la falta de estatutos epistemológicos propios, el análisis de los procesos de comunicación ha recurrido, con más frecuencia de la que se cree, al auxilio de métodos sociológicos. Es prudente insistir en que no se planteó una exhaustiva revisión teórico-metodológica, sino que se buscó la recuperación de elementos que sirvieran para la conceptualización de la actividad.

En el segundo capítulo se presentan los fundamentos normativos, establecidos en la Ley Federal de Radio y Televisión y su Reglamento, que determinan las condiciones bajo las que debe de operar esta industria. Sobre esa base, se recuperan las figuras legales que diferencian y delimitan el marco de acción de la radio privada (concesión) y de la radio pública (permiso); se plantean contradicciones en la Jurisprudencia de la materia, que se reflejan en las condiciones reales de operación de concesionarios y permisionarios. Se presenta también una aproximación a los orígenes y desarrollo del organismo público descentralizado de la Secretaría de Gobernación, Instituto Mexicano de la Radio (IMER), encargado por Decreto Presidencial, de administrar las frecuencias propiedad del Estado mexicano, de las cuales forma parte la emisora objeto de estudio.

XEBCO, "Radio Occidente", se localiza en el estado de Colima, razón por la cual se consideró necesario dedicar el tercer capítulo a ubicarla en el marco de las condiciones demográficas de la localidad. De igual manera, resultó imprescindible plasmar la situación y el modo de operación de la industria en la entidad. Estos dos factores, demarcan, por un lado, el perfil de la audiencia y, por otra parte, las condiciones en que opera el mercado.

La descripción de la actividad de la emisora, como ya se señaló, se realizó en tres niveles: el primero de ellos, el relacionado con la administración de los recursos humanos, técnicos y financieros se abordó en el primer apartado del cuarto capítulo. Por lo que se refiere a la administración de los recursos humanos, se trabajó desde el crisis del enfoque de la sociología estructural-funcionalista propuesto por Robert K. Merton, a efecto de presentar, desde la perspectiva de la sociología de las organizaciones las particularidades de la comunidad de trabajo, en función de los roles, puestos, reglas, intereses y líneas de autoridad que condicionan el desempeño de los individuos en la estructura y organización.

Se presentan, también en este mismo apartado, los estados financieros de la radiodifusora; esto es, los ingresos que percibe a través de la venta de tiempo y de las aportaciones que recibe por parte del gobierno del estado de Colima, así como los egresos que se aplicaron durante cada una de las tres gerencias que operaron la emisora durante el período.

En el segundo apartado de este capítulo se pretende dar cuenta de la producción de mensajes, es decir, de los contenidos que se transmitieron. En este punto es indispensable precisar que no fue posible contar con información que arrojara datos de los contenidos que se transmitieron durante el transcurso de las dos primeras administraciones gerenciales, por lo que el énfasis es puesto en la tercera. Así se presentan las cartas programáticas, la descripción de programas, los programas de la emisora, los programas de gobierno del estado de Colima, coproducciones, programas patrocinados y la continuidad.

Finalmente cierra este capítulo el apartado dedicado a la comercialización en dos vertientes: por un lado, las políticas de comercialización marcadas por el nivel central del Instituto Mexicano de la Radio y, por otro, los convenios mercantiles e institucionales que se firmaron a lo largo del tercer período gerencial.

Es indispensable, me parece, abundar en los estudios que den cuenta de los procesos y las prácticas que confluyen en la actividad comunicativa. La sociología es abrevadero permanente para el análisis de la comunicación. La comunicación se ejerce cotidianamente, se reformula en su práctica diaria; los procesos de la comunicación colectiva so, también, cotidianos y en ellos intervienen individuos bien en los medios, bien ante los medios. De ahí, insisto, la importancia de dar cuenta, describir, ubicar, demarcar las prácticas diarias que condicionan y a partir de las cuales se lleva a cabo el proceso comunicativo.

## INDICE

1.	<b>APROXIMACIÓN CONCEPTUAL.</b>	
1.1.	Comunicación, información, medio y masa.	1
1.2.	Teorías de la comunicación.	9
2.	<b>RADIODIFUSION.</b>	
2.1.	Fundamentos.	22
2.2.	Radiodifusión pública.	23
2.2.1.	Instituto Mexicano de la Radio.	24
3.	<b>COLIMA.</b>	
3.1.	Características demográficas del Estado de Colima.	27
3.2.	El cuadrante radiofónico en Colima.	28
3.2.1.	Noticieros y servicios informativos en el cuadrante.	30
4.	<b>XEBCO, "RADIO OCCIDENTE, LA VOZ DE COLIMA"</b>	
4.1.	<b>ADMINISTRACIÓN</b>	31
4.1.1.	Análisis sociológico de la comunidad de trabajo,	31
4.1.2.	Plantilla de personal.	35
4.1.3.	Descripción de funciones.	36
4.1.4.	Estado financiero.	39
4.1.5.	Infraestructura	41
4.2.	<b>PRODUCCION.</b>	
4.2.1.	Carta programática.	43
4.2.2.	Descripción de programas.	43
4.2.3.	Programas de la emisora.	44
4.2.4.	Programas de Gobierno del Estado.	48
4.2.5.	Coproducciones.	49
4.2.6.	Programas patrocinados.	49
4.2.7.	Continuidad	50
4.3.	<b>COMERCIALIZACION.</b>	
4.3.1.	Políticas de comercialización.	52
4.3.2.	Convenios mercantiles e Institucionales.	53
	<b>CONCLUSIONES</b>	54
	<b>NOTAS</b>	
	<b>BIBLIOGRAFIA</b>	

## 1. APROXIMACION CONCEPTUAL.

### 1.1. Comunicación, información, medio y masa.

El interés de este trabajo se centra en un medio de comunicación, pero poco se avanzaría si no se entienden antes los conceptos de comunicación, información, medio y masa. No pretendo extenderme en profundas discusiones teóricas por lo que abordaré únicamente algunos pensadores.

La mayoría de los estudios en comunicación e información coinciden en otorgar un contenido social a estos conceptos. Gran parte de las investigaciones en esta área se encuentran permeadas por métodos sociológicos, es decir de interpretación del hecho social, entendiendo esto como algo que la colectividad impone al individuo.

El hombre es un ser social. La socialización requiere siempre de comunicación. La humanización del género radica precisamente en la necesidad primaria de comunicarse, de establecer vínculos con sus pares a través de diversas formas. El lenguaje, los silencios, las posturas, las gesticulaciones, las miradas, son tan sólo algunas de las formas mediante las cuales nos expresamos, nos significamos y significamos, establecemos vínculos con nuestros congéneres.

Podemos afirmar que si la comunicación tiene siempre algo que ver con los procesos sociales, debemos considerar que los procesos sociales van haciendo a la comunicación. Se esbozó ya la necesidad del individuo de comunicarse, de hacerse cotidianamente; este proceso de establecer vínculos está integrado por lo que expresamos y por lo que recibimos, por lo que percibimos e interpretamos acerca de lo que nos expresan.

La comunicación es un proceso dialéctico, nunca terminado, siempre en evolución. De ahí lo acertado de la propuesta que sostiene el profesor Froylan Mario López Narváez en el sentido de que la comunicación es afectación, dado que siempre estamos comunicados, permanentemente afectados. Nunca en este proceso existirá la última palabra, habrá, por el contrario, siempre hechos y/o situaciones por comunicar, por expresar. Al transmitir o recibir mensajes de nuestros iguales, aunque también los recibimos y los transmitimos del y al entorno, estamos siempre tocados, permanentemente afectados. En la comunicación, afirma López Narváez, nunca existe la última palabra, siempre habrá algo que decir, que informar, que comunicar.

La comunicación es un conflicto, es conflictiva. Cuando comunicamos, durante toda nuestra vida, nos damos a través de la significación que hacemos de nosotros mismos, entregamos a nuestro interlocutor parte de nosotros, parte de nuestra identidad. La comunicación interpersonal siempre contendrá una carga de identidad, la que cada individuo al entrar en el proceso comunicativo le otorga a su expresividad. En esta parte sólo señalo que es posible establecer comunicación sin identidad -ya veremos más adelante que la identidad la establece el ser humano vía la información. Esta carencia de identidad se establece en toda la red universal de comunicación en donde no interactúa por lo menos un humano.

José Antonio Paoli expone la comunicación como el acto de "relación entre dos o más sujetos, mediante el cual se evoca en común un significado", la comunicación se establece -siguiendo a Paoli- cuando se comparten experiencias, evocables en común. "Y para poderlas evocar en común necesitamos significantes comunes" (1). Para hacer más clara su exposición, Paoli define signo como la combinación del significado y el significante: "El significado es aquello que nos representamos mentalmente al captar un significante ... el significante podrá recibirse por cualquiera de los sentidos y evocará un concepto. El significante podrá ser una palabra, un gesto, un olor, algo suave o áspero." (2)

2.

El citado profesor universitario precisa que: "la comunicación no necesariamente se da evocando al mismo tiempo los significantes comunes...". Aquí Paoli se refiere a la obra que trasciende al individuo, que en un sentido amplio podríamos llamar inmortal, ya que prevalece en el tiempo. Nosotros, por ejemplo, podemos leer a Marx o escuchar a Tchaikovski a pesar de que sus obras, esfuerzos de comunicación, fueron realizadas el siglo pasado y hoy nos representen cosas distintas a las motivaciones que orientaron su creación.

"Evocamos en común a pesar del tiempo, pero el contexto social le imprime un nuevo sentido o, si se prefiere, un nuevo uso espiritual, según la experiencia histórica de cada tiempo y de cada pueblo. De tal manera que lo comunicado se informa de modo distinto." (3)

Para el filósofo funcionalista norteamericano, aveclndado en la investigación sobre comunicación en la Mass Communication Research, Wilbur Schramm, en su ensayo Investigación de la Comunicación en los Estados Unidos, del libro La Ciencia de la Comunicación Humana, define a la comunicación como "... el proceso social fundamental. Sin la comunicación no existirían los grupos humanos y las sociedades." (4)

En otra parte, Procesos y Efectos de la Comunicación de Masas, Schramm apunta: "Hoy nosotros definimos comunicación diciendo simplemente que es el compartir una orientación con respecto a un conjunto informacional de signos." (5)

Hasta aquí hemos encontrado que la comunicación entre el ser humano está cargada de contenidos, es decir, que comunicamos contenidos de nuestra experiencia a través de signos (ya dijimos que es la suma del significado y el significante) y esto es, finalmente, lo que nos permite entendernos (transmitir y transcódicar información).

Schramm considera que las personas nos comunicamos solamente en función de nuestro propio marco de referencia. Define marco de referencia como "la colección de experiencias y significados" que cada individuo ha sido capaz de asimilar. "Este es uno de los principios básicos de la teoría general de la comunicación: que los signos pueden tener solamente el significado que la experiencia del individuo le permite leer en ellos." (6)

Por otra parte, Robert Escarpit nos alerta sobre la falta de atención que se le ha dispensado a la comunicación, al ponderar la supremacía de la producción industrial. Este ha sido un grave error que ha prevalecido incluso en los marxistas, dado que se ha soslayado "el vínculo dialéctico que los une (a la comunicación y a la producción). El economismo al que suele reducirse el marxismo de salón, parece ignorar que la mundialización de la infraestructura comunicativa es un episodio del mismo proceso histórico que la mundialización de la infraestructura económica, y responde a las mismas causas. No, está por demás señalar que, lo que se llama con bastante inexactitud la 'sociedad posindustrial' es ante todo una sociedad de la comunicación." (7)

Ciertamente la tradición positivista de occidente, de la que no escapa el marxismo o los marxismos, ha orientado y profundizado la separación del trabajo en manual e intelectual, considerando que el segundo no aporta, no produce valor y, por consiguiente, no se agrega a la cuenta nacional.

La comunicación como trabajo intelectual ha acompañado a las sociedades en su devenir y, por tanto, a las innovaciones tecnológicas que han sofisticado la producción industrial. No puede haber desarrollo ni producción sin comunicación.

En su texto Teoría de la Información y Práctica Política, Escarpit entiende el universo como una inmensa red de comunicación que se extiende en todas las dimensiones del espacio-tiempo: "Cada punto de esa red está ligado directa o indirectamente con todos los otros puntos, donde ellos se encuentren, se hayan encontrado o deban encontrarse en cierto momento." (8)

Esta propuesta es a todas luces amplia, ya que en ella caben todas las interconexiones comunicativas posibles. Es una propuesta interesante, pero que rebasa no digamos los límites de este trabajo, sino de la disciplina en particular. En ella se concibe el universo de la comunicación como un ente discontinuo, es decir que no está dotado por un encadenamiento uniforme ni en el espacio ni en el tiempo. Para este autor "... toda comunicación es un conflicto abierto y que la información nace del proceso que permite la resolución de este conflicto en una situación histórica dada." (9)

Lo que produce la información, sostiene Escarpit, es el yo: esa parte irreductible de la personalidad que es el ego. Así, lo individual, el yo, al entrar en juego con los restantes egos -yo- provocará un proceso de comunicación conflictual que sólo podrá ser resuelto vía la información, que no contendrá una perfecta coherencia racional sino más bien "un camino lógico de contradicción en contradicción". A continuación enuncio algunas de las propuestas teóricas que sostiene Escarpit sobre el tema:

"1. La condición necesaria y suficiente para que se produzca información en una red de comunicación en donde circula energía, es que ... un observador humano ..., racional consciente, capaz de previsión y dotado de libre arbitrio esté incluido en esa red.

"2. La información sólo puede percibirse por un observador humano a través de acontecimientos; es decir, de variaciones energéticas discontinuas que se desvían sensiblemente de una norma conocida y aceptada...

"3. El valor informativo de un acontecimiento puede ser medido según tres parámetros entre los que no existe medida común, pero que son, los tres, componentes de la estrategia del observador humano para conocer, controlar y dominar su entorno:

- a) su grado de probabilidad (valor neg-entrópico, es decir de entropía negativa),
- b) su grado de pertinencia (valor situacional);
- c) su efecto (valor en juego).

"4. Cuando varios acontecimientos son percibidos por uno o varios observadores, teniendo valores informativos contradictorios, se establece un proceso de comunicación, ya sea en el espíritu del observador único, ya entre los diversos observadores, que tiene por efecto producir una información nueva, tendiente a resolver la contradicción.

"5. No puede establecerse ningún proceso de comunicación entre observadores individuales, cuando no existe entre ellos una norma definida, ya sea por una comunidad de postulados (probabilidad), o por una comunidad de reglas sociales (pertinencia), o por una comunidad de intereses (lo que está en juego). La falta de tal norma en un individuo genera una situación patológica.

"6. Un 'medio' es una prótesis mecánica que sirve para captar, transmitir, conservar o combinar la información producida o percibida por un observador humano, que permite obtener en cada uno de estos papeles especializados, resultados superiores a los de los medios naturales de que dispone el observador. Pero en ningún caso, el rendimiento informativo de una red de medios puede sobrepasar la capacidad máxima del más competente de los observadores humanos incluidos en esa red.

"7. El nivel de rendimiento de un sistema de comunicación depende menos del número y la capacidad de sus componentes, que del número, variedad y redundancia de las interconexiones que los vinculan." (10)

La constante en estas proposiciones es la utilización del término *observador humano*, que nos permite acercarnos al concepto información, que no es el acontecimiento en sí ni una propiedad inmanente del mismo, sino la percepción que de él realiza el *observador humano*, acontecimiento que incluso el propio observador puede generar, convirtiéndose, entonces, en actor.

En las siete propuestas de Escarpit se encuentra una diferencia fundamental entre comunicación e información, que radica en que, para que exista información, necesariamente debe estar incluido un ser humano, que será quien registre la variación energética e interprete el acontecimiento; en cambio, en la comunicación no es imprescindible la presencia del observador humano, la comunicación se establece en todo el universo, según Escarpit, sin importar ni el espacio ni el tiempo.

Es de llamar la atención la conceptualización que realiza del *medio*: "prótesis mecánica (que permite obtener) resultados superiores a los de los medios naturales de que dispone" el individuo. Esto resulta interesante pues establece que los medios son únicamente instrumentos que potencian la comunicación, la afectación.

Este autor sostiene que el universo es una red de comunicación. La comunicación es inexorable, esencial al ser humano, no es un acto voluntario, sino una necesidad individual y social.

La información es el acto mediante el cual el individuo encuentra su yo. Es el principio de identidad, a través del cual el individuo se reafirma, mediante el cual podemos afirmar *yo soy yo*. La identidad la establecemos mediante interconexiones internas. El individuo misura el valor de la información. La información aparece, escribe Escarpit, *como producto de la libertad humana en la lucha por abatir las barreras que tienden a limitarla*.

Para Schramm, la información es "cualquier contenido que reduce la incertidumbre o el número de posibles alternativas en una situación." (11)

Para que se comparta información, reduciendo la incertidumbre, el esquema más simple de la comunicación contempla un emisor, un mensaje y un receptor. En esta propuesta el mensaje está en determinada etapa del proceso, separado del emisor y del receptor. El mensaje consiste en una señal o conjunto de señales organizadas y emitidas que el receptor interpreta.

Encontramos entre estos dos autores, diferencias en la fundamentación de sus propuestas, ya que marcan las discrepancias políticas entre el funcionalismo de la escuela norteamericana -de la cual Schramm es uno de los representantes- y una propuesta informacional, como la defendida por Escarpit.

Mientras la propuesta de Escarpit es abiertamente política, planteada como una posibilidad de libertad, de ejercer soberanía, lo enunciado por Schramm encuentra fines inmediatistas, meramente instrumentales.

Por otra parte, Paoli, definiéndose como simpatizante del materialismo dialéctico e histórico, entiende por información "un conjunto de mecanismos que permiten al individuo retomar datos de su ambiente y estructurarlos de una manera determinada, de modo que le sirva como guía de su acción." (12)

Retomemos a Escarpit. En el universo comunicativo que propone lo que se desgasta en la comunicación es energía. La energía circula en forma de 'saltos'. Cada uno de estos saltos constituye un acontecimiento: "cuando ellos alcanzan ciertos puntos privilegiados que son los individuos humanos, los acontecimientos son percibidos como señales que interpretamos como signos". A esto, a la percepción del acontecimiento, a la degradación de la energía es lo que llama "el grado de probabilidad para generar información". El grado de pertinencia o valor situacional se encuentra dado por el momento en que se produce la variación energética, el acontecimiento percibido por el observador. El tercer elemento que conforma la estrategia del observador para conocer, controlar y dominar su entorno, es el efecto del acontecimiento o valor en juego. Estos tres elementos (probabilidad, pertinencia y efecto) conforman la norma que permite captar el acontecimiento.

Escarpit afirma que el cuerpo humano cumple dos funciones de base en la red de comunicación: transmitir y transcódicar: "La función de transmisión consiste en recibir mensajes por una o varias vías determinadas y encaminarlos por una o varias vías diferentes...". Transcodificar consiste en "hacer pasar el mensaje, no sólo de una vía a otra, sino también de una energía vectorial a otra. En un dispositivo de transcódicación, a cada señal de entrada corresponde una señal de salida constituida por la variación de otra energía; y esto sin ambigüedad ni doble empleo, lo constituye la definición misma del código..." (13)

El ser humano no se ha conformado, para beneficio colectivo, con ser un transmisor y un transcódicador, es decir, con comunicarse interpersonalmente, sino que ha inventado una serie de instrumentos y herramientas que transmiten y transcódicar, con lo que el espectro comunicativo ha adquirido una amplia dimensión, sofisticando el control sobre el entorno. A estas herramientas o instrumentos se les ha bautizado con el nombre de *medios* -que Escarpit define como 'prótesis': "Un medio es una prolongación del cuerpo humano, prácticamente una prótesis, que aumenta su eficiencia comunicativa." (14)

Los medios o prótesis comunicativas aparecen en la historia de la humanidad desde edades muy tempranas; pero con las innovaciones tecnológicas, tales instrumentos se han perfeccionado hasta llegar a nuestros días, en donde la sofisticación de los aparatos ha generado toda una economía que gira a su alrededor y que requiere de personal adiestrado para su manejo.

La evolución de los medios ha sido paralela a la evolución de las sociedades. Hoy que se describe a las sociedades de fin de centuria como *sociedades de masas*, se habla de medios de masas. Esto quiere decir que los medios han posibilitado básicamente dos acontecimientos: por un lado, una velocidad en la comunicación y, por otro, una afectación simultánea a un inmenso número de individuos (hemos propuesto ya que la comunicación es afectación). Nuestras sociedades son mediológicas y por lo tanto los individuos también.

Ocurre que la inmensa mayoría de las personas nos encontramos expuestas a los medios durante la mayor parte de nuestras vidas. Esta exposición es variable y selectiva y es, en la mayoría de los casos, como espectadores, escuchas. Para el individuo los espacios de exposición y afectación a y de los medios son variables, según su grado de control sobre los mismos. "Esto hace de este control uno de los aspectos políticos en juego más importantes de nuestra época. Se puede pensar que, en la sociedad llamada 'posindustrial', el control de los medios de comunicación condiciona el ejercicio del poder otorgado por la posesión de los bienes de producción." (15)

En la inmensa mayoría de los casos el poder económico da poder informativo y viceversa. Los medios de comunicación están en manos de quienes tienen el poder económico. Esta circunstancia, el control de los medios, tiene de intereses las emisiones informativas y los contenidos que difunden los medios de comunicación. Los intereses que prevalecen son los de los poseedores de los medios de producción, materiales y/o ideológicos.

El o los que mantienen el control sobre los medios de comunicación buscan, mediante todas las formas, asegurarse una respuesta acrítica de los receptores, buscando cancelar los espacios de soberanía y libertad del individuo.

La propuesta teórica del sistema informativo considera a éste como la zona del tejido comunicativo definida por interconexiones internas que le son propias, caracterizada por una corriente de entrada y una corriente de salida.

Cada modelo, como propuesta teórica de un sistema, puede ser tan amplio o pequeño como el analista lo presente y supondrá la existencia de subsistemas y la presencia de sistemas externos de mayor o menor dimensión y con los cuales mantendrá una interacción mediante la corriente de entrada y la corriente de salida. La existencia de la interacción dentro de un sistema supone cierta estabilidad en las variaciones energéticas. El repertorio de tales variaciones, anotadas en forma de signos convencionales, constituye el código. El lenguaje, elemento fundamental para la producción de información, supone una gran parte de código.

"El lenguaje es por definición un sistema abierto y evolutivo donde no puede haber invariación total, sin lo cual no podría haber producción de información, que es la función fundamental del lenguaje." (16)

Por definición, los sistemas informativos humanos manifiestan una voluntad deliberada de dominación y poseen un carácter arbitrario. Al emitir un mensaje, lo que se busca es influir en detrimento de la soberanía del receptor. La información está definida por las características del espíritu humano que la percibe y la decisión que la provoca posee las mismas características, esto es que al recibir un mensaje, con nuestra capacidad combinatoria somos capaces de responder con un nuevo mensaje. Mediante este proceso -la capacidad de recibir y emitir mensajes- el individuo reafirma su identidad, es la forma mediante la cual es capaz de decir 'yo'.

El hombre, ya lo hablamos apuntado al inicio de esta exposición, es un ser social, que se agrupa, que socializa. ¿Cómo al integrarse a grupos voluntariamente -sindicatos, clubes, partidos políticos, etcétera- el individuo puede mantener su identidad?, ¿cómo hace valer la identidad individual en la identidad colectiva?, ¿cómo hace coincidir la identidad individual con la de grupo?. Recordemos que de las identidades individuales es de donde emana la información.

La identidad se establece por interconexiones internas. Un grupo es una red de interconexiones, es propia, apropiable. Un grupo manifiesta sus identidades vía el consenso.

En todos los sistemas políticos se reserva la producción de información a un número determinado de individuos y se neutraliza la de otros, la de la mayoría, la de la *masa*. La demanda siempre latente en toda sociedad ha sido la del individuo por acceder a la red de comunicación colectiva "antes la tribuna, hoy la prensa, la radio, la televisión para hacer pasar por ella su información y ejercer su propia regulación sobre la información producida por el sistema..." (17)

Para que se constituya una identidad colectiva, de grupo, es necesaria la interconexión máxima de los elementos constitutivos del sistema y la dimensión.

7.

La identidad de grupo se complica a medida que el mismo va creciendo. Un elemento que permite identificar la identidad en el grupo es el consenso, pero en la medida en que aumenta de proporción, el consenso se dificulta, por lo que entonces es necesario recurrir a la obediencia o al voto.

En ambos casos el poder de decisión está fundamentado en una relación de fuerza. Para que el grupo conserve su identidad es indispensable, entonces, institucionalizar el funcionamiento de la relación de fuerza, mediante un aparato.

Los aparatos se constituyen por una estructura jerárquica que es caracterizada por una relación en la que la información converge hacia el jefe o emana de él; o bien por una estructura deliberativa en donde la evaluación y la decisión surgen de un intercambio informativo entre los miembros del sistema. En los medios masivos de comunicación prevalece una estructura jerárquica.

Los aparatos tendrán funciones diferenciadas de acuerdo a la dimensión en la que se sitúen. A medida que aumenta la dimensión del sistema, el aparato tenderá a reforzar y diversificar sus funciones.

En la dimensión de la situación de grupo, la interacción máxima de los individuos permite la identidad colectiva mediante el consenso. En la situación de pequeña dimensión los aparatos son simples, puesto que la proximidad les permite participar a todos los individuos en los intercambios informativos, productivos y, por tanto, reconocerse en cierta parte del aparato.

"La situación de gran dimensión se caracteriza por la influencia de aparatos complejos (como el Estado) que controlan los sistemas o las partes de los sistemas que existen sobre un territorio determinado y le imponen una identidad simbólica, reafirmada por manipulaciones unificadoras.

"... la situación de hiperdimensión ... es aquella donde ningún aparato puede asumir ya el control integral de la información producida y transmitida en un conjunto de sistemas demasiado vasto y heterogéneo como para que posea una identidad real o simbólica." (18)

En la realidad estas dimensiones no se presentan en estado puro sino aparecen como una mezcla de todas, en la que alguna sobresale y engloba al resto. Por lo general, las pequeñas dimensiones se cruzan con las grandes dimensiones en donde los aparatos de estas últimas no permiten en su zona de control ningún otro mecanismo de información que el suyo, es decir las informaciones que surgen de las pequeñas dimensiones, digamos de la situación de grupo, deberán subordinarse al control de las dimensiones mayores.

Cuando las grandes dimensiones se muestran incapaces de controlar los sistemas humanos generadores de información, se recurre a caracterizarlos como *masa*, que no es otra cosa que un conjunto indiferenciado de elementos intercambiables que es posible tratar globalmente, eliminando toda posibilidad de identidad de grupo y, por tanto, cancelándole el beneficio del consenso.

La noción de masa es una categoría prestada por las áreas biológica y mecánica que ha sido recurrentemente utilizada en el análisis social con tintes netamente políticos. Se ignora al individuo y su posibilidad de producir información, cancelando la libertad de hipótesis y resultados.

Es una categoría ambigua que supone agregación y desagregación de individuos indiferenciados a partir de la tecnificación de la sociedad, agrega valores abstractos de igualdad y libertad, con la consecuente pérdida de exclusividad de las élites en diversas áreas del consumo y la cultura.

Ortega y Gasset, citado por Mauro Wolf, escribe a propósito: "La masa es el juicio de los incompetentes, representa el triunfo de una especie antropológica que recorre todas las clases sociales y que basa su propio papel en el saber especializado vinculado a la técnica y a la ciencia. Desde esta perspectiva la masa 'es todo lo que no se valora a sí mismo -ni para bien ni para mal- mediante razones especiales, pero que se siente <como todo el mundo> y sin embargo no se angustia, es más, se siente a sus anchas al reconocerse idéntico a los demás' ... La masa arrasa todo lo que es diferente, singular, individual, cualificado y seleccionado." (19)

Puedo aventurar, junto al profesor López Narváez, que, hablar de masas y de sociedades de masas, son conceptos inexactos para entender los procesos comunicativos. Es más acertado referirnos a procesos de masificación.

Masificación supone agregación y desagregación de individuos que ceden, durante el tiempo en que se incorporan a la masificación, parte de su soberanía y libertad de producir información, parte de su identidad para hacerla colectiva.

A mediados de la centuria pasada con el desarrollo de la prensa y en este siglo con el empleo de las ondas hertzianas, se da un empuje jamás realizado al proceso de masificación vía lo que Escarpit denomina "la hiperdimensión comunicativa". Con la entrada en escena de la hiperdimensión comunicativa los aparatos adquieren confiabilidad, rapidez de transmisión y una amplísima extensión y cobertura. El número de individuos implicados en el proceso de comunicación, sobrepasó el umbral en el cual los aparatos están en condición de controlar la elaboración de información a nivel de los individuos o de los grupos receptores, provocando una contradicción entre aumento de eficacia y debilitamiento del control, que se profundiza conforme se refina la tecnología comunicativa.

Hasta aquí hemos coincidido en que **comunicación e información** son categorías de análisis que parten de la realidad social que se impone al individuo; pues la socialización del individuo es posible únicamente vía la comunicación con sus congéneres, aunque hemos señalado que la comunicación se establece en toda la naturaleza y es posible sin que sea necesaria la presencia de un humano.

En cambio, la información sólo se establece cuando un individuo capta un acontecimiento y lo transmite a sus iguales o al medio. Este acontecimiento sucede en la red universal de comunicación que abarca todas las dimensiones del espacio-tiempo.

La información es la génesis del principio de identidad, es la forma mediante la cual el individuo reafirma su ego. La información sólo es posible en la libertad ya que toda alienación es antiinformativa pues pretende arrebatar al individuo parte de su identidad, de su yo.

Para que exista información es necesario un individuo que capte el acontecimiento mediante tres elementos: la probabilidad, la pertinencia y el efecto, elementos que conforman la norma para informar y controlar el entorno. Cuando se carece de alguno de estos elementos se crea una situación patológica.

El ser humano ha creado herramientas que han potenciado su capacidad de comunicación, a esas herramientas o prótesis se les ha dado el nombre de *medios*, que en nuestros días han adquirido tal refinamiento tecnológico que hacen posible la transmisión amplia en espacio y dimensión de información. Esta característica ha convertido a las sociedades de fin de siglo en sociedades fundamentalmente mediológicas, provocando que los individuos estén en permanente exposición a los medios. Tales características hacen que el control de los medios sea uno de los aspectos políticos más importantes de nuestra era.

Otro concepto que aparece como fundamental es el de **masa**. Anteriormente hemos propuesto que el término resulta inexacto al igual que el de sociedad de masas, pues resulta un concepto poco preciso para definir la agregación y desagregación de individuos con el consecuente otorgamiento de la identidad personal para conformar una identidad colectiva. Por ello reitero la propuesta de referirnos a **procesos de masificación**.

En esta parte he querido centrarme en estos cuatro conceptos: comunicación, información, medios y masa. Inmediatamente dedico mi atención a algunas de las teorías e investigaciones en comunicación, mal llamada, de masas.

### 1.2. Teorías de la comunicación.

La investigación en comunicación es un área de reciente interés para los científicos sociales. Los primeros estudios sistemáticos aparecen en el período de entreguerras al interior de los Estados Unidos de América.

Es en la década de los años veinte cuando la curiosidad por los medios empieza a gestarse a la par del *Nuevo Día* norteamericano, que será el marco adecuado para el desarrollo de la teoría de la comunicación y de la opinión pública.

En 1933, con la elección del demócrata Rossevelt, la Unión Americana inicia una nueva política expansionista, agresiva e intervencionista y, con ella, el replanteamiento de las política de opinión. La gran crisis, la del 29, marca una nueva etapa en las relaciones de Estados Unidos hacia el resto de las Naciones y del gobierno norteamericano con sus electores. La contracción económica provoca la implantación de una agresiva política de conquista de nuevos mercados, tanto de productos como de capital, que debía ser aceptada por la opinión pública.

En este contexto, los estudios sobre medios de comunicación nacen con dos limitaciones que marcarán, en gran medida, los enfoques subsecuentes de la investigación en la materia, conocida como Mass Communication Research; la investigación de los medios no es definida como una disciplina o ciencia particular, con un sistema y método propio, por lo que los estudiosos recurrieron a herramientas teórico-metodológicas de otras disciplinas como la psicología, sociología, biología, matemáticas e, inclusive, cibemática, de ahí que los trabajos propiamente epistemológicos son escasos; y, la segunda, es que las investigaciones se encontraron condicionadas por las exigencias inmediatistas del ejercicio del poder, subvencionadores de los estudios que, por lo general, son los poseedores de los propios medios, el poder público o publicitario, mercantiles o políticos.

A lo largo de los años, la investigación en comunicación de masas ha sido sinónimo de sociología de comunicación de masas o viceversa. El enfoque sociológico encuentra razón en los cambios sociales derivados de los procesos de industrialización que han determinado la aparición de nuevos sistemas culturales y comunicativos (industria cultural para algunos), provocando resolver problemas concretos y útiles a las distintas prácticas comunicativas.

#### **El inicio de la investigación en comunicación.**

El comienzo de la investigación en comunicación se encuentra en el enfoque psicologista de la sociedad de masas. La teoría hipodérmica (bullet theory) es una propuesta de y sobre la propaganda, y es resultado del fenómeno de comunicación de masas así como una aproximación global al tema de los medios, "indiferente a la diversidad entre los distintos medios, que responde principalmente a la pregunta: ¿qué efecto producen los media en una sociedad de masas?" (20)

Esta teoría postula que cada miembro del público de masas es personal y directamente atacado por el mensaje y guía el inicio de la investigación en comunicación en Estados Unidos, la llamada Mass Communication Research.

Esta corriente encuentra como fundamental el concepto de sociedad de masas, que adquiere importancia con la progresiva industrialización de las sociedades y determina la pérdida de exclusividad por parte de las élites que se encuentran expuestas a las masas.

Las masas -para la *bullet theory*- se constituyen por una agregación homogénea de individuos que son substancialmente iguales, no diferenciables, aunque procedan de ámbitos distintos, heterogéneos y de todos los grupos sociales.

Para Blumer, las masas carecen de tradiciones, reglas de comportamiento y estructura organizativa. Se componen de personas que no se conocen, separadas unas de otras, con escasa o nula posibilidad de interactuar.

Tales aproximaciones al concepto de masa, como una nueva forma de organización social, ponen el énfasis y corroboran el elemento central de la teoría hipodérmica: los individuos se encuentran atomizados, aislados, separados. Tal particularidad es la característica de los públicos de los medios y es el presupuesto básico de la teoría de los efectos. Su superación estará marcada por la evolución de la investigación.

El aislamiento físico y normativo del individuo en la masa, es lo que explica en gran parte el interés que la teoría hipodérmica concede a la capacidad manipuladora de los primeros medios de comunicación de masas.

La teoría hipodérmica es fiel reflejo de la psicología conductista en su correlación de una teoría de la acción. La acción está condicionada por el estímulo desde el punto de vista de la relación que establece el organismo con el ambiente, es decir una visión totalmente paralizada del modelo Estímulo-Respuesta.

El énfasis era puesto en el estímulo, partiendo de la base que toda respuesta es motivada por un estímulo; en otras palabras, no hay respuesta sin estímulo. Las respuestas o efectos al estímulo no son objeto de atención, no son estudiadas, se dan por sentadas debido a la visión mecanicista del modelo.

"Los medios masivos -escribe Wolf citando a Katz y Lazarsfeld- constituyen 'una especie de sistema nervioso simple que se extiende hasta cada ojo y cada oído, en una sociedad caracterizada por la escasez de relaciones interpersonales y por una organización social amorfa' ... la teoría hipodérmica -bullet theory- mantenía, por tanto, una conexión directa entre exposición a los mensajes y comportamientos: si una persona es alcanzada por la propaganda, puede ser controlada, manipulada, inducida a actuar." (21)

Es clara la propuesta: la investigación, en estas primeras etapas, centra la atención en la conformación del mensaje (estímulo), en que esté adecuadamente estructurado, ordenado y contenga lo que el emisor quiere hacer llegar al receptor y considera a éste como receptor incondicional del mensaje, que lo acepta incondicionalmente, impensadamente responderá y actuará de acuerdo al contenido del mensaje.

El individuo (receptor) es visto aisladamente, como integrante de esa nueva organización social que es la masa, sin tener capacidad de discernimiento y expuesto incondicionalmente al mensaje.

Dicha visión de la psicología experimental privilegia al individuo soslayando lo social; es decir, deja de lado las relaciones que establece con el medio; las formas en que se arman las relaciones; la manera en que el individuo se inserta en las mismas; las formas en que la determinación social condiciona al individuo y cómo éste regresa los condicionamientos; las formas en que el receptor aprende, interioriza lo social; los matices históricos que han desembocado en lo contemporáneo para que lo social sea de esa forma y no de otra; las maneras en que se ha ido construyendo la especificidad de las relaciones; en suma, las formas culturales e ideológicas que históricamente se han conformado para que surjan los medios y la llamada "sociedad de masas". Es pues, una perspectiva muy parcial, sesgada, de entender el proceso de la comunicación.

La teoría hipodérmica desarrolla su modelo de proceso comunicativo a partir de la manipulación de la conducta de los públicos receptores de los mensajes. El estudio de los estados de opinión se establece de facto, olvidando, como ya se expuso, las relaciones sociales, las condiciones económicas imperantes, los entrecruces culturales y las condiciones históricas que confluyen en la constante social comunicativa que pretendía estudiar.

Los teóricos de esta corriente consideraban a los mass media como una nueva fuerza unificadora de la masa atomizada; entendían cada mensaje como "un estímulo directo y potente, capaz de producir una respuesta inmediata." (22)

En la época dorada de la teoría hipodérmica surgen figuras de relevancia como Paul F. Lazarsfeld, Hadley Cantril, Wilbur Schramm, Elihu Katz y Harold D. Lasswell, entre otros.

Harold D. Lasswell, sociólogo norteamericano y catedrático de la Universidad de Yale, realizó en 1948 su propuesta paradigmática para describir y estudiar el acto comunicativo planteando sus preguntas: ¿quién dice qué, a través de qué canal, a quién, con qué efecto?.

El paradigma lasswelliano corroboraba implícitamente los presupuestos de la teoría hipodérmica: en la comunicación la iniciativa la ejerce el emisor y los efectos se evidencian directa y exclusivamente en el público receptor.

Al respecto Wolf escribe:

"a) dichos procesos (de comunicación de masas) son exclusivamente asimétricos, con un emisor activo que produce el estímulo y una respuesta pasiva de los destinatarios que, 'atacados' por el estímulo, reaccionan;

b) la comunicación es intencional y tiende a un fin, a obtener un cierto efecto, observable y medible en cuanto da lugar a un comportamiento de alguna forma relacionable con dicha finalidad. Esta última está en relación sistemática con el contenido del mensaje..." (23)

La propuesta de Lasswell repercutió profundamente en la Mass Communication Research, al organizar la subsecuente investigación en las dos áreas centrales de interés: análisis de los efectos y análisis de contenido.

Los estudios en comunicación avanzaron en la superación de la bullet theory con los enfoques de tipo psicológico-experimental, sociológico y por la aproximación funcional a la temática global de los mass media, "en sintonía con la afirmación a nivel sociológico general del estructural funcionalismo. La primera tendencia estudia los fenómenos psicológicos individuales que constituyen la relación comunicativa; la segunda explicita los factores de mediación entre individuos y medio de comunicación; la tercera elabora hipótesis sobre las relaciones entre individuo, sociedad y mass media." (24)

La vertiente de la psicología experimental recupera el sentido mecanicista e inmediateísta de la propuesta hipodérmica en lo tocante a estímulo-respuesta, pero pone de relieve, por primera vez, la complejidad de los elementos que se inmiscuyen en la relación emisor-mensaje-destinatario. "Se tiende a estudiar por un lado la eficacia óptima de persuasión y por otro a explicar el fracaso de los intentos de persuasión. De tal suerte esta teoría de los media se organizó en torno a dos coordenadas: la primera, representada por los estudios sobre las características del destinatario que mediatizan la realización del efecto; la segunda, representada por las investigaciones sobre la organización óptima de los mensajes con fines persuasivos." (25)

Así, los factores relativos a la audiencia fueron estudiados a partir del interés por adquirir información sobre el público receptor; la exposición selectiva del público a los mensajes; la percepción selectiva del público de los mensajes; la memorización selectiva de los mensajes a los que decidía exponerse.

En torno a los llamados factores vinculados al mensaje, se especificaron: la credibilidad del comunicador, el orden de las argumentaciones, la exhaustividad de las mismas y la explicitación de las conclusiones.

La segunda tendencia relativa a los factores de mediación entre individuo y medio de comunicación o también llamada Estudios empíricos sobre el terreno o de los efectos limitados, de orientación sociológica, sigue teniendo como objeto de estudio los efectos, aunque ya reconoce algunos matices fundamentales. Ya no se habla de manipulación, tampoco de persuasión, sino de influencia de las comunicaciones de masas sobre el individuo, que se encuentra expuesto a un sinnúmero de influencias, donde las comunicaciones son tan sólo una más.

"... la investigación sociológica sobre el terreno consiste ... en relacionar los procesos de comunicación de masas con las características del contexto social en el que se producen. Desde este punto de vista se contempla la revisión crítica de la teoría hipodérmica." (26)

El enfoque de esta teoría resulta de carácter administrativo, busca la dimensión práctica y de aplicación de los problemas indagados. De esta suerte, proliferan los estudios sobre las predilecciones electorales, sobre la influencia de los líderes de opinión, etcétera.

En tal sentido, los estudios empíricos se organizan en dos líneas: "el primero atañe al estudio de la composición diferenciada de los públicos y de sus modelos de consumo de comunicación de masas; el segundo -y más significativo- comprende las investigaciones sobre la mediación social que caracteriza dicho grupo." (27)

Hasta aquí hemos visto que ante la carencia de una teoría general que guíara los estudios, la mayoría de las investigaciones empíricas fueron análisis *ad hoc*, "estimuladas, guiadas y, desde luego, subvencionadas principalmente por grupos que deseaban respuestas inmediatas para unos problemas inmediatos." (28)

Se puede afirmar que estas tres vertientes -las primeras en el análisis de los medios de comunicación en Estados Unidos- resultan teorías inmediateístas, extremadamente limitadas para la comprensión de la práctica comunicativa, que es mucho más que una teoría de los medios, mucho más que una propuesta para la propaganda y el control, que es lo que hasta el momento sugieren tales modelos. Modelos que, como esquemas para la congelación de la realidad, resultan del libre arbitrio del investigador.

Una propuesta teórica más amplia es la funcionalista, heredera directa del positivismo decimonónico, orientada a la legitimación de la racionalidad capitalista, que pretende validar el orden social.

El funcionalismo nos habla de una estructura organizada, en la cual sus miembros deben desempeñar funciones; de una distribución de poderes y tareas. El funcionalismo supone una sociedad ya dada e integrada; resulta, por tanto, una visión ontológica de la sociedad.

La teoría funcionalista busca desarrollar el estudio de las funciones que desempeñan los sistemas de comunicación de masas dentro del contexto global del sistema social. ¿Cómo el subsistema comunicativo contribuye al mantenimiento de la estabilidad del macrosistema social?, ¿de qué forma colabora en la adaptación al ambiente por parte del individuo?, ¿cómo el subsistema comunicativo desarrolla funciones para que el sistema social logre los fines que se propone?, ¿cuáles son los fines que persigue el subsistema comunicativo y cómo éstos se adaptan a los objetivos sociales?, ¿qué funciones desempeña el subsistema comunicativo para contribuir a la homeostasis del sistema social?

Los teóricos de esta corriente son, primordialmente, Robert K. Merton y Talcott Parson. El trabajo del primero se centró "en las funciones y disfunciones de los medios, en íntima relación con el criterio general de la sociología norteamericana." (29) Merton plantea el problema en la dimensión ideológica y política de los medios.

Talcott Parson, por su parte, es uno de los principales teóricos del estructural-funcionalismo en el nivel macro, es decir, social. Parson contribuyó a sentar las bases para el análisis funcional de la sociedad con cuatro imperativos funcionales a los que todo sistema social debe hacer frente:

- 1.- La conservación del modelo y el control de las tensiones...
- 2.- La adaptación al ambiente...
- 3.- La persecución de la finalidad...
- 4.- La integración..." (30)

Sobre estos presupuestos se desarrollará parte importante de la subsecuente investigación en comunicación. Surgen la teoría de los usos y gratificaciones y la teoría matemática de la información o teoría de la información.

Antes de pasar a la exposición de estas dos teorías es pertinente realizar algunas acotaciones respecto al funcionalismo comunicativo. Merton es el primero en la *Communication Research* en alertar sobre la heterogeneidad de la sociedad; habla también del conflicto, el cual, dice, es necesario para la evolución del sistema social; la función puede contener su propia disfunción; la sociedad genera sus propios elementos de autorregulación; en el análisis comunicativo se introducen aspectos sociales, existe ya la preocupación de ubicar a los medios en un contexto social.

Estas características nos inducen a pensar en la relevancia que se le empieza a conceder al aspecto social para comprender la comunicación, nos habla de la idea de conformar una teoría de alcance medio, preocupada por dar cuenta de las imbrincaciones sociales y las mediaciones que emergen en el proceso comunicativo, aunque aún no se puede hablar precisamente de la teoría de la mediación comunicativa.

La teoría de los usos y gratificaciones incorpora elementos que no habían sido tomados en cuenta en los anteriores enfoques que se ocuparon de las prácticas comunicativas. El elemento central radica en la *función* que se le concede ahora al receptor. Este ya no es un elemento pasivo dentro del proceso, ya actúa frente a las emisiones, frente a los mensajes, ya es visto como parte activa del proceso de comunicación.

"El receptor es también iniciador, tanto en el sentido de dar origen a mensajes de retorno, como en el sentido de realizar procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía. El receptor 'actúa' sobre la información de la que dispone y la 'usa'." (31)

La estructura de necesidades del o de los destinatarios de los mensajes es la hipótesis de esta vertiente, relacionando el consumo, el uso y los efectos de los medios.

Katz-Gurevitch-Hass, citados por Mauro Wolf, establecen cinco clases de necesidades que los medios masivos satisfacen, a saber: a) necesidades cognoscitivas; b) necesidades afectivas-estéticas; c) necesidades integradoras a nivel de la personalidad; d) necesidades integradoras a nivel social; e) necesidades de evasión.

Sintetizando: las funciones de los medios en relación con el individuo se identifican a partir de la atribución de status y prestigio a las personas y grupos a los que prestan atención los medios; el fortalecimiento de prestigio por ser una persona actualizada e informada y el fortalecimiento de las normas sociales. La hipótesis de los usos y gratificaciones se sustenta en que se concibe a la audiencia como parte activa, es decir, usa los medios; el destinatario define sus necesidades y elige los medios que le pueden permitir satisfacerlas y, en relación con la segunda, los medios compiten con otras fuentes de satisfacción de necesidades.

Una vertiente más del estructural-funcionalismo que adquirió auge y relieve, fue la Teoría Sistémica o de Sistemas, mediante el desarrollo de la Teoría Matemática de la Información o Teoría de la Información.

El principio de la Teoría de Sistemas es prácticamente el mismo que el del Funcionalismo. Parte del intento de análisis de la sociedad, entendida como un sistema, que será propuesto por el investigador tan amplio o limitado como lo presente para su estudio. Se fijan en el modelo los límites o fronteras, lo que queda fuera de tales fronteras es el medio ambiente, conformado por otros sistemas con los que el modelo mantendrá una interacción. Al interior se delimitan funciones, se asignan tareas y se otorgan cuotas de poder o de influencia. Las primeras aproximaciones pretendían lograr la homeostasis o si se prefiere el equilibrio y buen funcionamiento del sistema y de éste con el ambiente. Posteriormente los estudiosos se percataron que los sistemas manifestaban una dinámica que los conducía a desequilibrios, por lo que tuvieron que plantearse alternativas funcionales y disfuncionales; entendieron que los sistemas no podían permanecer indefinidamente en la homeostasis sino que pasaban del equilibrio al desequilibrio.

En lo tocante a la versión comunicativa, la Teoría Matemática de la Información o Teoría de la Información, se planteó como la forma de eficientar la transmisión eliminando el ruido o las interferencias. Se pensó en los elementos físicos del sistema comunicativo, olvidándose de los aspectos socioculturales, del sentido y contenido de los mensajes. Así, resultó un modelo extremadamente lineal, hipersimplificado.

El origen del modelo matemático informacional se localiza en los trabajos de ingeniería de telecomunicaciones. Los fundadores Shannon y Weaver buscaban determinar la forma más económica, rápida y segura de codificar mensajes, sin que la presencia del ruido hiciera problemática su transmisión. Aquí aparece un elemento nuevo: *el código*.

Para Humberto Eco el código es "un sistema de reglas que atribuye a determinadas señales un determinado valor." (32) Para este modelo el código tiene que ver con la redundancia "... de la equiprobabilidad en la fuente. Es un sistema puramente sintáctico, un sistema organizador que no contempla en su pertinencia el problema del significado del mensaje, es decir, la dimensión más específicamente comunicativa." (33)

Para esta vertiente la información es otro de los conceptos básicos, se le utiliza como "... una medida de predecibilidad de la señal, es decir, del número de opciones abiertas al emisor; no tiene que ver con su contenido." (34) Como es posible observar, el concepto de información se encuentra íntimamente ligado con el de redundancia (aquello que es predecible o convencional en un mensaje), para otros, como Robert Escarpit, entropía negativa.

Para teóricos como K. W. Deutsch, más apegados a los orígenes de este modelo, es decir, a la ingeniería de comunicaciones (transferencia de mensajes o información; no acontecimientos sino una relación pautada entre acontecimientos), el concepto de retroalimentación resulta sustantivo, pues para la cibernética la retroalimentación es la reacción del receptor hacia el mensaje.

Existe una serie de modelos matemático-informativos más, por lo que únicamente me permitiré mencionarlos y en los casos que a mi juicio tengan relevancia, acotaré los avances o diferencias respecto al original de Shannon y Weaver.

El modelo de Gerbner plantea dos mejoras, a decir de Fiske: "... relaciona el mensaje con la realidad a que se refiere, permitiéndonos así enfrentar cuestiones de percepción y significado; y ve el proceso de comunicación con dos dimensiones alternativas: la perceptual o receptiva, y la comunicativa o de medios y control." (35) El de Laswell, el paradigma ¿quién dice qué, por qué canal, a quién, con qué efecto?; el de Estley y MacLean y el modelo Jakobson.

Este último es considerado importante porque representa un puente entre la escuela centrada en el proceso y la escuela semiótica. El modelo semiótico-informacional se diferencia de los esquemas anteriores en que la linealidad de la transmisión va unida al funcionamiento de los factores samánticos, introducidos mediante el concepto de código. Es decir, "se pasa de la acepción de comunicación como transferencia de información a la de la transformación de un sistema en otro. El código garantiza la posibilidad de dicha transformación.

"La noción de código -entendida en este modelo como correlación entre los elementos de sistemas distintos- ... cobra importancia teórica y como objeto de investigación empírica por el problema de la decodificación, es decir el proceso por el que los componentes de los públicos construyen un sentido de lo que reciben de la comunicación de masas.

"... se subraya que los efectos y las funciones sociales de los media no pueden prescindir de la forma en la que se articula -en la relación comunicativa- el mecanismo de reconocimiento y atribución de sentido." (36)

Este resulta un paso trascendental en relación con los modelos, propuestas y/o teorías que se han expuesto hasta el momento. El código da cuenta ya no sólo de la redundancia o entropía negativa, se remite ahora a la transformación de un sistema en otro, de un significado en otro u otros más. Los efectos y las funciones de los medios pasan paulatinamente a los sentidos que se construyen en el ámbito social, en el de los receptores; ya no es el mensaje como dardo narcotizador que ataca a los receptores.

Este giro tuvo su consecuente superación en el modelo semiótico textual: ya no se habla del análisis simple de los códigos, de los mensajes codificados susceptibles de decodificación, se plantea que los receptores reciben no sólo "... mensajes particulares reconocibles, sino conjuntos textuales ... los destinatarios no reciben nunca un único mensaje; reciben muchos, tanto en sentido sincrónico como en sentido diacrónico." (37)

Este estructuralismo lingüístico ha mudado la atención de la comunicación de la América imperial a la Europa occidental y es un estupendo ejemplo de cómo se puede colaborar en ciencias, puesto que, como escribe Moragas en Teorías de la Comunicación, "... los sociólogos de la comunicación y la cultura de masas ... carecen de un modelo de interpretación de la sociedad de consumo sobre el cual apoyar los descubrimientos que realizan a propósito de la cultura de masas...

"La semiótica exige una reformulación, una nueva aproximación al lenguaje, que sea capaz de distinguir entre mensaje, texto, discurso y código y (...) que sea capaz de una justa interpretación de las relaciones entre el texto y la sociedad. La semiótica viene en auxilio de la sociología cuando ésta se encuentra ante su 'caja negra': la significación.

"La sociología recibe de la semiótica los modelos para interpretar su 'caja negra': el texto; la semiótica espera de la sociología descripciones precisas sobre el funcionamiento de los aparatos que transmiten la producción discursiva." (38)

Paso a la variante española, centraré la atención en torno a un autor en boga: Manuel Martín Serrano, específicamente en relación a su texto Teoría de la Comunicación, Epistemología y Análisis de la Referencia.

Serrano busca los orígenes de la comunicación como práctica creadora, como comportamiento; cae en el detalle a ultranza, pretende la construcción de categorías *ad hoc* para su análisis.

Manuel Martín Serrano se separa de la escuela estadounidense desde el momento que pretende explicar la génesis de la comunicación. La entiende como una interacción creativa entre actores (ego y alter) y no se centra únicamente en el emisor o en los efectos que produce el mensaje en el receptor.

Se emparenta con los teóricos de los sistemas (sistémicos) desde el momento en que construye su objeto de estudio como un "sistema de comunicación" que se interrelaciona con el "sistema social" y con el "sistema de referencia"; es decir, ve la comunicación como un sistema abierto y elástico. De igual forma se identifica con los teóricos de la información, que no se separan tampoco de la teoría de sistemas, en la medida que recupera parte de sus propuestas, tales como las cargas de energía que requieren los actores para dar entrada y/o salida a la información.

Es su trabajo un interesante esfuerzo de búsqueda ontológica a partir de la comunicación, pero su labor queda empañada al no alcanzar el método que pretende que guíe su investigación: el dialéctico.

Estamos en Frankfurt, 1923, al interior del Instituto de Investigaciones Sociales. Es la llamada Escuela de Frankfurt y su método la teoría crítica. Estamos ante un grupo de eruditos de extracción judía y en los albores de la Segunda Guerra Mundial, en la República de Weimar y el inminente ascenso del nazismo.

El movimiento que aglutina a Teodoro Adorno, Max Horkheimer, Herbet Marcuse y colateralmente a Walter Benjamin, como figuras centrales, recupera a los filósofos centrales del modernismo para elaborar una teoría de alcance global que pretende dar cuenta críticamente de los errores de la modernidad; así retoman a Maquiavelo, Hegel, Marx, Nietzsche, Heidegger, Spengler y Freud.

La preocupación que comparten es la cultura. Su visión se centra en la modernidad y la razón instrumental que tal proyecto conlleva. Maquiavelo es el primero que se aventura a abrir cauce a la modernidad al argumentar a favor de la razón como instrumento al servicio de los intereses de la humanidad; intenta abolir la escisión entre filosofía y existencia, entre razón y realidad.

Hegel hizo madurar el proyecto maquiavélico cuando, al proclamar el triunfo de la humanidad sobre las depredaciones de la realidad, sostiene que lo real y lo racional han consumado su unidad. Marx comparte la confianza hegeliana en la existencia del acontecer histórico y afirma la posibilidad de resolver el problema de la historia. Hegel ve la unidad consumada de lo real y lo racional en la razón de Estado -Maquiavelo hablaba del príncipe-; Marx da una linealidad a la filosofía de la historia y proclama que el proletariado emancipará a la humanidad de la opresión, conduciéndola al paraiso terrenal: el comunismo, la dictadura del proletariado.

Con la llegada al poder de Hitler los integrantes de la Escuela de Frankfurt se ven obligados a emigrar a Estados Unidos -a excepción de Benjamin, quien se suicida un día antes de que España abra sus fronteras a la emigración. Es la Segunda Guerra Mundial, la cacería de judíos, la época de los campos de concentración, Treblinka ... Auschwitz ..., símbolo de la modernidad descarnada, lugar donde lo racional no es razonable, síntesis de la razón instrumental de la modernidad capitalista.

"Los frankfurtianos asumen como proyecto político la lucha contra el reaccionarismo burgués. Su aversión no es a la pobreza o al sufrimiento cruel, sino a la sociedad opulenta y deshumanizada, subliminal. El ruedo político resulta ser la estética, no la economía." (39)

"... Su labor consistía nada menos que en comprender la crisis de la modernidad desde todas las perspectivas posibles para apropiarse de su espíritu, plasmado en el lenguaje filosófico ... (el propósito radical): comprender la modernidad para socavarla. Detrás del esteticismo frankfurtiano se escondía la verdadera política, la de los principios más bien que la de la efectividad." (40)

El Instituto de Investigaciones Sociales surgió como parte del proyecto marxista, no obstante se deslinda de dos tipos de marxismos: el reformista de la socialdemocracia europea y el oficial soviético; pretende en cambio rescatar el espíritu de Marx.

De Nietzsche les atrae su preocupación por la modernidad, los valores en los que sustenta el proceso modernizador. El existencialista alemán orientó sus esfuerzos intelectuales a la crítica de la mitología y al mito más acabado de la ilustración: el mito de la razón, el mito del hombre moderno.

De Heidegger retomaron la autenticidad ontológica del hombre. Sus conceptos de tiempo y muerte. De Spengler recuperaron su crítica a la cultura como producto de la ilustración, de la cultura positivista con arreglo a fines, que al cumplirlos, al consumarlos, ha quedado vacía, estática, siendo la única alternativa -para la cultura de la ilustración- volver a la barbarie. La cultura, sostiene la Escuela de Frankfurt junto a Spengler, avanza indefectiblemente a su autodestrucción, pero es la cultura de la ilustración, la cultura de la modernidad.

De la teoría psicoanalítica de Freud llama su atención el enfoque individual del proceso social. Es vista como el eslabón perdido para entender la propuesta marxista de la base y la superestructura, para armar una nueva teoría social que dé cuenta de los factores socioeconómicos, Ideológicos e individuales que conforman la cultura.

La creciente tecnificación de las sociedades era para la teoría crítica, el sojuzgamiento del individuo a través de la razón instrumental; tecnificación que llegó a los medios denominados, por Adorno y Horkheimer, "industrias culturales". Los representantes de la racionalidad crítica "accedieron al estudio de la comunicación desde la crítica cultural y mediante una voluntad de estudio global de la totalidad histórica ...

"Con (...) Horkheimer y Adorno (...) la crítica cultural pasó a convertirse en una labor central de su reflexión. Se observa en la cultura, y en la cultura de masas, un fenómeno relativamente autónomo en el que se manifestaban las contradicciones surgidas en el marco de la totalidad social. Por el contrario, Habermas entiende la comunicación ... como el elemento central de la racionalidad crítica, por lo que ha iniciado una comprensión de la teoría social crítica como teoría de la comunicación capaz de englobar el análisis de los espacios de comunicación pública e institucional." (41)

"En el ámbito de la racionalidad instrumental, en la que se produce una continua sustitución de las finalidades últimas por los medios disponibles para su realización, la comunicación pública se manifiesta como uno de los principales agentes de control social. Adorno y Horkheimer propondrán la denominación de 'Industria Cultural' ... como resultado de una sociedad cosificada, en la 'Industria Cultural' se observa la performance de un tipo de comunicación que refleja dicha cosificación y en la que la finalidad racional de una comunicación libre se verá sometida a los criterios de la racionalidad instrumental.

"Para Horkheimer, incluso el lenguaje es reducido a un instrumento más del enorme aparato de producción, en el que las formas clásicas de cultura serán descontextualizadas en su ejecución efectiva, convirtiéndose en productos destinados al engranaje industrial que, a su vez, ha modificado las formas clásicas de la recepción de la forma cultural: a una cultura sometida a la producción industrial le corresponderá como receptor un consumidor cultural.

"... Con el estallido del universo tecnológico, dominado por la racionalidad instrumental, la cultura pasa a ser un sistema de control social y, en este sentido, se ha visto sometida a una progresiva selección de sus elementos críticos..." (42)

La teoría crítica tuvo fuertes repercusiones y continuadores brillantes, me limitaré a plantear, primero a la vertiente de la Escuela Inglesa (Cultural Studies) y, después, someramente a Jürgen Habermas.

El auge de la Escuela Inglesa (Cultural Studies) surge en la década de los años sesenta, en el marco de la guerra fría entre un occidente cada vez más agresivo y un marxismo ortodoxo que empieza a padecer los estragos de las purgas stalinistas y la subordinación de la sociedad toda a la razón burocrática del Estado.

En un sentido amplio esta Escuela propone una economía política de la cultura, "en que la economía política de la comunicación de masas ocupe un lugar subordinado." (43) Desde aquí se deduce que se realizan estudios sobre consumo de los medios, condiciones de producción y reproducción a través de tres elementos claves:

- 1) Control y distribución de los medios,
- 2) Las ideas de los poseedores de los medios rigen la producción cultural y
- 3) La hegemonía de clase posibilita la legitimación de las desigualdades sociales.

Las críticas que se anteponen a los Cultural Studies son, por un lado, no desplazar la atención a la producción de sentido, partiendo de que la comunicación es una práctica social creadora de sentido y, por otro, íntimamente ligado con lo anterior, que se continúa pecando de determinismo económico, al enfocarse al consumo y producción de los media.

Me interesa dejar en claro que una economía política de la cultura y de la comunicación son tareas imprescindibles para entender la 'industria cultural', comunicación de masas o cualquier otra acepción que se refiera a la comunicación; ciertamente me parece de capital importancia estudiar la producción de sentido y un área de investigación no invalida la otra.

Jürgen Habermas, como ya se expuso líneas arriba, entiende la comunicación como el elemento central de la racionalidad crítica, en el sentido amplio del concepto, sin referencia a la comunicación de masas. Es, pues, la teoría de la comunicación una nueva teoría crítica.

El elemento central para esta nueva teoría crítica es la producción de sentido en la sociedad, para lo cual incorpora la lingüística con la consecuente reformulación de la teoría del lenguaje.

La teoría crítica, sostiene Habermas, debe contribuir a la comprensión de la comunicación y la acción, para lo cual el énfasis lo pone en el ámbito cultural, dado que la cultura es una conducta fundamentalmente comunicativa. La unidad cultural es para Habermas el habla, el lenguaje como fenómeno social que trasciende la voluntad individual.

Habermas entiende cuatro dominios de competencia comunicativa:

- a) el mundo de la naturaleza (objetos y las formas de representación de los mismos),
- b) el diálogo con referencia a la apropiación del mundo externo (es la presentación de validez susceptible a la crítica),
- c) el mundo social, que implica normas y valores preexistentes. La comunicación es juzgada en referencia a tales normas y/o valores y
- d) el mundo interno que compete al reino de la subjetividad.

La producción de sentido, dice Habermas, es construido por toda la sociedad, con lo que rompe con el maniqueísmo de la clase dominante y la clase dominada y toda la valoración ética que tal visión implica, lo que no significa, de ningún modo, que no exista mayor difusión al sentido que produce el poder, político y/o económico. En suma, la teoría de la acción comunicativa de Habermas representa una teoría de alcance social, fundada en preceptos epistemológicos, filosóficos y ontológicos.

Una teoría que ha alcanzado importancia en el ámbito latinoamericano y particularmente en nuestro país, es la llamada teoría de la mediación. Son dos los principales exponentes de esta línea de investigación, ambos españoles: Manuel Martín Serrano y Jesús Martín Barbero, avecinado en Colombia desde hace ya varios años.

Serrano, a quien ya se hizo referencia líneas antes, habla de mediación desde la perspectiva del emisor, desde el medio de comunicación y desde el mediador profesional.

Mediaciones son "... aquellas afectaciones entre dos sistemas distintos que son resultado de prácticas humanas guiadas por procesos cognitivos y culturales y no sólo la consecuencia de las leyes naturales." (44)

Barbero analiza la mediación comunicativa desde la perspectiva de la recepción y la cultura: "... Benjamín, fue el pionero en vislumbrar la mediación fundamental que permite pensar históricamente la relación de la transformación de las condiciones de producción con los cambios en el espacio de la cultura, esto es, las transformaciones del sensorium de los modos de percepción, de la experiencia social..." (45)

Dos polos, el de Serrano y el de Barbero, que se complementan y no se excluyen en el análisis del fenómeno comunicativo. La mediación es afectación que constituye al ser, a la vida misma -individual y colectiva, socialmente-; proceso continuo de conocimiento, desconocimiento, reconocimiento y significación individual y social. Lugar de intercambio de sentidos y contenidos humanos y comunicativos, por tanto.

La comunicación se ejerce desde las prácticas sociales, desde las prácticas diarias. Es desde ahí que nos constituimos como individuos y como sociedad, que nos hacemos y nos re-hacemos con significados y contenidos que se han venido construyendo a lo largo de nuestra trayectoria, de nuestra vida.

La comunicación la hemos hecho y nos ha hecho, nos ha acompañado como género y como individuos. Es, quizá, la manera en que el hombre adquirió especificidad, fue el vínculo que nos humanizó, que nos permitió separarnos, paulatina y sistemáticamente, del mundo animal.

Con esto no quiero decir que la comunicación ha sido el único elemento constitutivo del género. Nada más lejano. La matriz del hombre debe buscarse en la multicombinación de factores de índole comunicativo, económico, político, social, histórico, cultural, físico, biológico, jurídico y filosófico que lo han conformado. La comunicación es, pues, un factor de peso que debe ser considerado en su justa dimensión.

La mediación se presenta pertinente para el análisis comunicativo y permite orientar el estudio de esta disciplina desde un crisol totalmente diferente al de las propuestas funcionalistas y/o estructuralistas, ya que es en la mediación, entendida como constitución-afectación, donde se construye el sentido en la comunicación, bien desde la perspectiva medio-mensaje de Serrano, bien desde la propuesta culturalista, receptor-instancias mediadoras de Barbero.

Barbero en el artículo De los medios a las prácticas plantea tres rupturas para la reubicación de la investigación de la comunicación desde las prácticas sociales, sin las cuales el estudio de esta actividad continuará marcada por mitos y tabúes, que no permiten su comprensión:

"... con el *comunicacionismo* que es la tendencia ... a ontologizar la comunicación como el lugar donde la humanidad revelaría su más secreta esencia...

"... con el *mediacentrismo*. Que resulta de la identificación de la comunicación con los medios...

"... con el *marginallismo de lo alternativo* y su creencia en una 'auténtica' comunicación que se produciría fuera de la contaminación tecnológico/mercantil de los grandes medios..." (46)

Retomando a Barbero, José Luis García Garza propone, en el artículo Los comunicólogos: de intermediarios a mediadores, que "... los comunicadores ... (pasen en) el estudio de la comunicación de un 'mediacentrismo' a una investigación de su producción a partir de diversas prácticas sociales..." (47)

"... hemos de pasar de los modelos teóricos conceptuales a las prácticas concretas de investigación de las cuales derivar pistas específicas para redefinir a los actores como individuos y como colectivos." (48)

## 2. RADIODIFUSIÓN.

### 2.1. Fundamentos.

Pese a que la radiodifusión en México se inicia a fines de la década de los años veinte y principio de los treinta, no es sino hasta el 19 de enero de 1960, cuando en el país se define el marco normativo específico de esta industria, a través de la publicación en el Diario Oficial de la Federación de la Ley Federal de Radio y Televisión.

Esta herramienta jurídica parte del principio de que le corresponde a la Nación el dominio directo de su espacio territorial y, en consecuencia, del medio en que se propagan las ondas electromagnéticas, considerando dicho dominio como inalienable e imprescriptible. Lo cual quiere decir que, consecuentemente con la Constitución Política Mexicana, en referencia al Artículo 27, es el Estado quien administra el uso del espacio aéreo a través de las figuras de concesión o permiso para la propagación, mediante canales, de noticias, ideas e imágenes como vehículos de información y de expresión.

Esta industria usufructúa el uso de las ondas electromagnéticas, mediante la instalación, funcionamiento y operación de estaciones radiodifusoras, concesionadas o permitidas, por los sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, televisión, facsímil o cualquier otro procedimiento técnico posible.

Tanto la Ley como el Reglamento en la materia definen que la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público; por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social, entendida como "... el fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana (por lo que sus transmisiones) ... procurarán: ... afirmar el respeto a los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares; evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud; contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo y a conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana; fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales." (1)

La Ley Federal de Radio y Televisión da al Presidente de la República, la facultad de otorgar concesiones o permisos, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, que señalará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otra índole.

El artículo 13 de la Ley establece que "las estaciones comerciales requerirán concesión, mientras que las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios sólo requerirán permiso." (2) Se define también, que las concesiones para explotación comercial de los canales de radio y televisión en cualesquiera de sus sistemas de modulación, amplitud o frecuencia, se otorgarán únicamente a ciudadanos mexicanos o sociedades constituidas por nacionales. De igual manera, los permisos serán otorgados exclusivamente a ciudadanos mexicanos, entidades u organismos públicos o sociedades, cuyos miembros sean connacionales.

Es prudente acotar que existe una contradicción entre los principios que establece la normatividad en la materia y la figura para la explotación de la industria, pues mientras por un lado define a esta actividad como de interés público y se le asigna, por tanto, una función social, por el otro, al facultar a los concesionarios a comercializar, éstos anteponen al interés público y a la función social los beneficios económicos que de las transmisiones obtienen.

El otorgamiento de concesiones a particulares ha conducido a que, entre los industriales del medio y los diversos gobiernos federales, se haya establecido una complicidad, que ha consistido, fundamentalmente, en el apoyo incondicional de las políticas públicas, a cambio de un trato preferencial en la revalidación y otorgamiento de concesiones, lo que a la larga ha motivado la creación y fortalecimiento de monopolios comunicativos.

Los distintos gobiernos, por su parte, han otorgado un trato preferencial a los industriales del ramo, al establecer el pago especial del impuesto por el uso del espacio aéreo; asimismo, el sector se ha desarrollado gracias al proteccionismo, que elimina la competencia externa y limita, bajo argumentos de carácter técnico, la interna, esto es, se asignan frecuencias únicamente a personas o sociedades con antecedentes en el medio.

El Estado, claro de la potencialidad de esta actividad en la vida social, ha definido a esta industria como una vía general de comunicación, otorgándole el rango federal a todos los medios con las ventajas respectivas, es decir, que se encuentran al amparo de las legislaciones federales, excluyendo las de carácter estatal y/o municipal.

En este mismo sentido, los medios han sido sectorizados en el área de la política interior, a través de la Secretaría de Gobernación, lo que supone que el poder público ha entendido claramente la relevancia de la producción de mensajes, la importancia política de influir a la población a través de los canales comunicativos que operan a lo largo del territorio nacional.

Desde aquí, se puede afirmar que la política de los radiodifusores privados es muy clara: la explotación comercial de las frecuencias con fines absolutamente mercantiles y particulares. En tanto, los diversos gobiernos federales no han definido ni explicitado una clara política de comunicación social, lo cual no quiere decir que no exista sino que ha sido aplicada de acuerdo a necesidades "de Estado", coyunturales.

Aunado a lo anterior, la normatividad establece que es el Presidente de la República quien está facultado para otorgar concesiones y permisos para el uso del espacio aéreo, en la modalidad de ondas electromagnéticas, lo que lo ha implicado que el otorgamiento de concesiones y permisos, para instalar estaciones de radio y televisión sean decisiones discrecionales, generalmente políticas.

## 2.2. Radiodifusión Pública.

El marco normativo sólo establece dos figuras para la operación de esta industria: concesión, para fines comerciales, y permiso, para la radiodifusión pública, entendida como aquella que cuenta con presupuesto proveniente del erario público y que no persigue fines comerciales.

Actualmente el Estado administra estaciones que transmiten bajo el amparo de concesión y permiso; lo cual transgrede los fundamentos legales que se establecen, tanto en la Ley Federal de Radio y Televisión, como en el Reglamento respectivo, para normar el funcionamiento de la industria.

De esta suerte, es posible definir a la radiodifusión pública como aquel sector de esta industria que cuenta con financiamiento público, proveniente de los niveles federal, estatal y/o municipal, tales como las estaciones operadas por los gobiernos de los estados, por los organismos públicos descentralizados denominados Instituto Mexicano de la Radio (IMER) e Instituto Nacional Indigenista, así como las emisoras administradas por instituciones de educación superior.

En la práctica, existe un modelo que rebasó el marco legal. El Estado, por la crisis económica evidenciada con la devaluación del peso de 1976, que repercutió en falta de liquidez de algunos industriales, asumió la operación de las emisoras de radio concesionadas, XEB, XERPM y XEMP. En televisión, se hizo cargo de XHDF-TV, Canal 13.

Con su participación en la industria concesionada, el Estado violenta el marco jurídico que norma a este sector económico, pues la Ley define que sólo podrá participar en esta actividad con frecuencias permisionadas, es decir con emisoras que legalmente no están facultadas para comercializar. La operación, por parte del Estado, de frecuencias autorizadas para comercializar, estableció de facto una nueva figura de radiodifusión pública, al operar emisoras con financiamiento del erario que además, al ser concesionadas, obtienen recursos por la venta de su tiempo de transmisión, lo que les otorga ventajas respecto al resto de las emisoras.

La radiodifusión pública en junio de 1993, estaba integrada por 114 emisoras de un total nacional de 1102, lo que representaba el 10.3% de la totalidad de las radiodifusoras instaladas en el país.

De éstas, 61 son administradas por 23 gobiernos estatales; 19 por el Instituto Mexicano de la Radio en 11 entidades; 17 por 15 universidades; 14 por el Instituto Nacional Indigenista en 10 Estados de la República, y 3 por igual número de Institutos tecnológicos. (Ver anexo 1).

#### 2.2.1 Instituto Mexicano de la Radio.

El 25 de marzo de 1983 por decreto presidencial se crea, como organismo público descentralizado de la Secretaría de Gobernación, el Instituto Mexicano de la Radio, cuya finalidad es operar de manera integrada las diversas frecuencias que administra el gobierno. El documento hace referencia a la necesidad de distinguir y separar las funciones normativas, propias de la autoridad, y las funciones operativas.

Según el decreto, este organismo debía lograr el máximo aprovechamiento de los recursos humanos y técnicos con que cuentan las instituciones oficiales que realizan actividades de radio. Se le encomendó cumplir con las necesidades y requerimientos de "cultura y entretenimiento" de la población; que fuese instrumento "de la educación y la cultura populares"; que contribuyese "al desarrollo armónico de la niñez"; que preservase "los valores en que se fundamenta la identidad nacional"; que fortaleciese "las convicciones democráticas". Para ello se le asignaron las siguientes funciones:

- "1.- Formular los planes y programas de trabajo que se requieran para el cumplimiento de su objeto;
- "2.- Promover y coordinar las actividades radiofónicas, a través de las entidades que opere y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas;
- "3.- Estimular, por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y la descentralización cultural;
- "4.- Fungir como órgano de consulta de los sectores público, social y privado;
- "5.- Celebrar convenios de cooperación, coproducción e intercambio con entidades de radio, nacionales y extranjeras;
- "6.- Realizar estudios y organizar un sistema de capacitación en materia radiofónica;

## RADIODIFUSION PÚBLICA.

Distribución por entidad de las 115 radiodifusoras operadas por: IMER, INI, gobiernos estatales, universidades e instituciones de educación superior.

<b>Aguascalientes</b>			
Gobierno del Estado	1	XENM	Aguascalientes
Universidad Autónoma de Aguascalientes	1	XEUAA	Aguascalientes
<b>Baja California</b>			
Universidad Autónoma de Baja California	1	XHBA-FM	Mexicali
Instituto Tecnológico de Baja California	1	XHITT-FM	Tijuana
IMER	1	XHUAN-FM	Tijuana
<b>Baja California Sur</b>			
Gobierno del Estado	1	XHBCS	La Paz
<b>Campeche</b>			
IMER/Gobierno del Estado	1	XETEB	Campeche
<b>Colima</b>			
IMER/Gobierno del Estado	1	XEBCO	Villa de Alvarez
<b>Coahuila</b>			
IMER	1	XERF	Cd. Acuña
<b>Chiapas</b>			
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEVFS	Las Margaritas
IMER/Gobierno del Estado	3	XEMIT	Comitán
		XECAH	Cacahoatán
		XECHZ	Chiapa de Corzo
Gobierno del Estado	3	XEPLE	Palenque
		XEOCH	Ocosingo
		XERA	San Cristóbal de las C.
<b>Chihuahua</b>			
Universidad Autónoma de Chihuahua	1	XERU	Chihuahua
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XETAR	Guachochi
IMER	1	XHUAR-FM	Cd. Juárez
<b>Distrito Federal</b>			
IMER	6	XEQK	
		XEB	
		XHMX-OC	
		XEDTL	
		XEMP	
		XHIMER-FM	
		XHOF-FM	
SEP	1	XEEP	
Universidad Nacional Autónoma de México.	2	XEUN	
		XEUN-FM	

<b>Durango</b>			
Universidad Autónoma de Durango	1	XEHD	Durango
Instituto Tecnológico de Durango	1	XEITD-FM	Durango
<b>México</b>			
Gobierno del Estado	1	XEGEM	Meteppec
<b>Guanajuato</b>			
Gobierno del Estado	3	XHLTO-FM	León
		XHSLM-FM	San Miguel de A.
		XHGUA-FM	Guanajuato
Universidad de Guanajuato	1	XEUG	Guanajuato
Instituto Tecnológico de Guanajuato	1	XEITC	Celaya
<b>Guerrero</b>			
Gobierno del Estado	5	XEGRO	Chilpancingo
		XEGRT	Taxco
		XEGRM	Ometepec
		XEGRA	Acapulco
		XEGRC	Coyuca de Catalán
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEZV	Tlapa de Comonfort
<b>Hidalgo</b>			
Gobierno del Estado	9	XHBCD-FM	Pachuca
		XHLLV-FM	Pachuca
		XEAWL	Pachuca
		XEHGO	Pachuca
		XEHUI	Huichapan
		XEIND	Tlalchinol
		XEZG	Ixmiquilpan
		XHD-FM	Ixmiquilpan
		XEPEC	Tutotepec
<b>Jalisco</b>			
Gobierno del Estado	2	XEJB	Guadalajara
		XEJB-FM	Guadalajara
Universidad de Guadalajara	1	XHUG-FM	Guadalajara
<b>Michoacán</b>			
Gobierno del Estado	1	XEREL	Morelia
Universidad Michoacana de Sn. Nicolás de Hgo.	1	XESV	Morelia
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEPUR	Cherán
<b>Morelos</b>			
Gobierno del Estado	4	XECTA	Cuautla
		XEVAC	Cuernavaca
		XHJLA	Jojutla de Juárez
		XHYTE-FM	Yautepec

<b>Nayarit</b>			
Gobierno del Estado	1	XETNC	Tepic
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEJMN	Jesús María
<b>Nuevo León</b>			
Gobierno del Estado	9	XHCER-FM	Cerralvo
		XHAHU-FM	Ciudad Anáhuac
		XHARR-FM	Arroyo
		XHGAL-FM	Galeana
		XHNAR-FM	Linares
		XHLOS-FM	Montemorelos
		XEQI	Monterrey
		XHQI-FM	Monterrey
		XHSAB-FM	Ciudad Sabinas
<b>Oaxaca</b>			
Gobierno del Estado	7	XEOAX	Oaxaca
		XHOAX-FM	Oaxaca
		XEDHL	Huajuapán de León
		XEHUA	Huatulco
		XEPNA	Pinotepa Nacional
		XETUX	Tuxtepec
		XEMRO	Matías Romero
IMER	1	XHSCO	Salina Cruz
Universidad Autónoma Benito Juárez	1	XEUBJ	Oaxaca
Instituto Nacional Indigenista (INI)	4	XEGLO	Guelatao de Juárez
		XEJAM	Jamiltepec
		XEOJN	San Juan L. Ojiltán
		XETLA	Tlaxiaco
<b>Puebla</b>			
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XECTZ	Cuetzalan
<b>Querétaro</b>			
Gobierno del Estado	1	XEQUE	Querétaro
Universidad Autónoma de Querétaro	1	XHUAQ	Querétaro
<b>Quintana Roo</b>			
Gobierno del Estado	4	XECCN	Cancún
		XHCUN-FM	Cancún
		XECPR	Felipe Carrillo Puerto
		XECTL	Chetumal
<b>San Luis Potosí</b>			
Universidad Autónoma de San Luis Potosí	2	XEXQ	San Luis Potosí
		XHUSP-FM	San Luis Potosí
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEANT	Tancanhuitz de Santos

<b>Sinaloa</b>			
Universidad Autónoma de Sinaloa	1	XEUAS	Cullacán
Universidad de Occidente	1	XEUDO	Los Mochis
<b>Sonora</b>			
Gobierno del Estado	1	XHHB-FM	Hermosillo
Universidad Autónoma de Sonora	1	XEUS	Hermosillo
IMER	1	XEFQ	Cananea
<b>Tabasco</b>			
Gobierno del Estado	2		
		XETVH	Villahermosa
		XHTVH-FM	Villahermosa
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XENAC	Nacajuca
<b>Tamaulipas</b>			
Gobierno del Estado	2		
		XEVIC	Cd. Victoria
		XHVIC-FM	Cd. Victoria
Universidad Autónoma de Tamaulipas	1	XHUNI-FM	Cd. Victoria
<b>Tlaxcala</b>			
Gobierno del Estado	3		
		XETT	Tlaxcala
		XHTLAX-FM	Tlaxcala
		XHCAL-FM	Calpulalpan
<b>Veracruz</b>			
Universidad Autónoma de Veracruz	1	XERUV	Jalapa
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEZON	Zongolica
<b>Yucatán</b>			
IMER/Gobierno del Estado	1	XHYUC	Mérida
Universidad Autónoma de Yucatán	1	XERUY	Mérida
Instituto Nacional Indigenista (INI)	1	XEPET	Peto
<b>Zacatecas</b>			
Gobierno del Estado	1	XHZH-FM	Zacatecas

"7.- Establecer oficinas, agencias y representaciones en la República Mexicana y en el extranjero, pudiendo adquirir, poseer, usar y enajenar los bienes muebles e inmuebles necesarios para el cumplimiento de este fin;

"8.- Expedir su Reglamento Interior ...". (3)

El Instituto se integró originalmente con las siguientes entidades: Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A., concesionaria de la frecuencia 1220 Khz., identificada como XEB; Vocero Mexicano, S.A., concesionaria de la frecuencia 660 Khz., XERPM, actualmente XEDTL; Radiovisión Mexicana, S.A., concesionaria de 710 Khz., XEMP, todas ellas conformaban el Grupo RTC-Radio, S.A. Asimismo se incorporaron las emisoras XHOF-FM, Radio Departamento, y la Onda Corta XERMX, Radio México Internacional; la Productora Nacional de Radio; La Promotora Radiofónica del Balsas.

El artículo 4 del decreto de creación, establece que su patrimonio se integrará con "1.- Los bienes muebles e inmuebles que el Gobierno Federal le asigna; 2.- El presupuesto que anualmente le asigne la Federación; 3.- Los ingresos que perciba por concepto de los servicios que preste ...". (4)

Los elementos señalados en los incisos 2 y 3 del citado artículo confirman la contradicción, ya señalada, en el sentido de que el Estado creó un modelo híbrido para la explotación de la radiocomunicación. Esto es, que el IMER opera con un presupuesto anual que le asigna la Federación a la vez que, a contrapelo por lo dispuesto en la legislación, explota comercialmente estaciones permisionadas, así como frecuencias concesionadas, cuya asignación esta reservada a particulares.

Durante los primeros diez años el Instituto fue presidido por tres Directores Generales: el primero Teodoro Rentería Arroyave, desde su creación al 1º de diciembre de 1988; el segundo Gerardo Estrada, del 1º de diciembre de 1988 a mayo de 1991, y Alejandro Montaña Martínez, de mayo de 1991 al 12 de octubre de 1993.

El primero de ellos, se había desempeñado como director de noticias de Grupo ACIR y director de Informex, entre otras actividades; por su parte, Estrada contaba con amplia experiencia en el ámbito cultural. Estas dos administraciones se caracterizaron por el establecimiento de nuevas estaciones, hasta alcanzar el número actual de 19; asimismo, en el Distrito Federal, en donde el IMER opera 7 frecuencias, definieron proyectos radiofónicos específicos, tales como Radio Rin, primera emisora en Latinoamérica con formato dedicado exclusivamente a niños, y Estéreo Joven, orientada a la atención de radioescuchas juveniles, especialmente grupos marginados, caracterizada por programar rock en español e inglés "underground", así como por ser un canal que abría el micrófono a este sector de la población.

Por su parte, Montaña Martínez llegó precedido por su cuestionada labor en Radio Educación, en donde canceló diversos proyectos. Su actividad al frente del IMER se caracterizó por un estancamiento en la ampliación de nuevas frecuencias, por la cancelación de los proyectos radiofónicos que generaron sus antecesores, y por la distorsión de las funciones encomendadas al organismo, al privilegiar la explotación mercantil de los espacios sobre la función social, buena o mala, que había caracterizado la programación de las diversas estaciones.

Así, en el transcurso de las dos primeras administraciones, el Instituto Mexicano de la Radio creó 14 emisoras, por lo que para 1993 funcionaban en 10 entidades del país, 19 radiodifusoras operadas por este organismo. 11 de ellas transmiten en amplitud modulada, 6 en frecuencia modulada y una en onda corta; de las 11 de amplitud modulada 2 tienen la cualidad de canal libre

internacional; 7 emisoras, incluyendo la de onda corta, transmiten en el Distrito Federal; una en Baja California; una en Colima; una en Michoacán; una en Oaxaca; una en Yucatán; una en Campeche; una en Sonora; una en Chihuahua; una en Coahuila y 3 en Chlapas. (4)

En total el IMER, sumadas las 19 emisoras, transmite diariamente 329 horas, cuenta con una potencia global autorizada de 954,000 watts, de la cual utiliza realmente 472,300 watts, es decir que de su capacidad autorizada aprovecha tan sólo el 49.5%. De las 19 emisoras, 7 operan bajo la figura de concesión y las 12 restantes bajo la modalidad de permiso. (ver anexo 2).

Datos obtenidos en la Dirección de Radiodifusoras del IMER dan cuenta que durante 1993, las emisoras foráneas, es decir las 12 que se localizan en 10 Estados de la República, vendieron un total de N\$2'438,978.00 contra una meta anualizada de N\$2'350,578.00, es decir que se logró una diferencia a favor de N\$88,400.00, lo que en porcentaje significó el 3.7% más de lo planeado. (5)

El análisis descriptivo que complementa el presente trabajo se refiere a la emisora que el Instituto Mexicano de la Radio instaló en mayo de 1986, junto con Gobierno del Estado de Colima, en el municipio de Villa de Alvarez en esa entidad, de acuerdo con el Convenio de Coordinación signado por la gobernadora Griselda Alvarez y por el Director General del IMER, Teodoro Rentería.

RED FEDERAL IMER  
CAPACIDAD INSTALADA Y APROVECHAMIENTO\*  
OCTUBRE 1993

EMISORA	UBICACION	HORAS DE TRANSMISION	POTENCIA AUTORIZADA	POTENCIA DE OPERACION	SITUACION LEGAL
XEDTL-660 AM	MEXICO, D.F.	24 AL DIA	50,000 WATTS	15,000 WATTS	CONCESIONARIA
XEMP-710 AM	MEXICO, D.F.	20 AL DIA	1,000 WATTS	1,000 WATTS	CONCESIONARIA
XEB-1220 AM	MEXICO, D.F.	24 AL DIA	100,000 WATTS	46,000 WATTS	CONCESIONARIA
XEQK-1350 AM	MEXICO, D.F.	24 AL DIA	1,000 WATTS	1,000 WATTS	CONCESIONARIA
XHIMER-94.5 FM	MEXICO, D.F.	24 AL DIA	100,000 WATTS	28,000 WATTS	PERMISIONARIA
XHOF-105.7 FM	MEXICO, D.F.	24 AL DIA	100,000 WATTS	34,000 WATTS	PERMISIONARIA
XHUAN-102.5 FM	TIJUANA, B.C.	20 AL DIA	56,000 WATTS	53,000 WATTS	PERMISIONARIA
XHUAR-106.7 FM	JUAREZ, CHIH.	20 AL DIA	100,000 WATTS	18,000 WATTS	PERMISIONARIA
XERF-1570 AM	ACUÑA, COAH	24 AL DIA	250,000 WATTS	12,000 WATTS	CONCESIONARIA
XEQO-980 AM	CANANEA, SON.	19 AL DIA	1,500 WATTS	1,000 WATTS	CONCESIONARIA
XEBCO-1210 AM	COLIMA, COL.	24 AL DIA	50,000 WATTS	50,000 WATTS	PERMISIONARIA
XELAC-1560 AM	LAZARO CARDENAS, MICH	19 AL DIA	5,000 WATTS	5,000 WATTS	CONCESIONARIA
XHSCO-96.5 FM	SALINA CRUZ, OAX.	18 AL DIA	3,500 WATTS	1,500 WATTS	PERMISIONARIA
XHYUC-92.9 FM	MERIDA, YUC	24 AL DIA	100,000 WATTS	96,000 WATTS	PERMISIONARIA
XETEB-920 AM	CAMPECHE, CAMP.	18 AL DIA	1,500 WATTS	1,000 WATTS	PERMISIONARIA
XEMIT-540 AM	COMITAN, CHIS.	12 AL DIA	5,000 WATTS	500 WATTS	PERMISIONARIA
XECAH-1350 AM	CACAHOATAN, CHIS	20 AL DIA	5,000 WATTS	2,500 WATTS	PERMISIONARIA
XECHZ-1560 AM	CHIAPA DE CORZO, CHIS.	18 AL DIA	20,000 WATTS	3,000 WATTS	PERMISIONARIA

\* FUENTE: DIRECCION DE RADIODIFUSORAS, INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO.  
NO SE INCLUYE LA ESTACION DE ONDA CORTA (XERMX, RADIO MEXICO INTERNACIONAL).

### 3. COLIMA

#### 3.1 Características demográficas del Estado de Colima.

El XI Censo General de Población y Vivienda 1990 registró que al 12 de marzo de ese año, el Estado de Colima ocupó el lugar 31 en distribución de población en el país, al contar con un total de 428,510 personas, de las cuales 212,543 eran varones y 215,967 mujeres. (1)

En 1990 persiste una alta concentración poblacional en tres municipios, que en conjunto representan el 68.2% del total de la entidad, ellos son: Colima con 27.2%; Manzanillo con 21.7% y Tecomán con 19.3% de la población estatal. (2)

En contraste, se observa baja participación porcentual en el resto de los municipios. Villa de Álvarez y Armería, que son los siguientes en volumen poblacional, cuentan, respectivamente, con sólo 8.8% y 6.5% de la población total del Estado. (3)

Al analizar la distribución de la población de acuerdo al tamaño de las localidades se encuentra que de las 948 localidades habitadas en la fecha del censo, 18 de ellas tienen 2,500 habitantes o más y en éstas se concentra el 83.3% de la población total de la entidad, mientras que en el lado opuesto, se encuentran 801 localidades con menos de 100 habitantes, aunque en conjunto cuentan únicamente con el 1.8% de la población estatal. (4)

La pirámide de población de Colima muestra una base que se angosta y el grupo que concentra mayor volumen es el que tiene entre 10 y 14 años de edad. La estructura por edad puede calificarse de "joven", ya que el 37.9% de la población de Colima tiene menos de 15 años y sólo el 4.6% tiene 65 años y más. Dicha característica se verifica también con la edad mediana, que es de 19 años para el total estatal. Esto significa que la mitad de la población de la entidad tiene entre cero y 19 años. (5)

Características similares a las anteriores se reflejan en el resto de los municipios del Estado, aunque con algunas diferencias entre ellos.

En cuanto a la composición por sexo, la población femenina, que representa el 50.4%, es ligeramente superior a la masculina que comprende 49.6%. Los resultados censales muestran que en 1990 el 90.6% de la población del Estado de 15 años y más es alfabeta. (6)

Los habitantes de la localidad con edad de entre 6 y 14 años que sabe leer y escribir representaron, en 1990, el 88.9 %, de los cuales la mayor proporción corresponde a las niñas, con el 89.7 % frente al 88 % de los niños. (7)

Los resultados censales correspondientes a las características económicas indican que el 45.9% de la población que tiene 12 años y más se encuentra económicamente activa mientras que el 52.8% es económicamente inactiva. (8)

En cuanto a la condición de actividad según sexo, se tiene que el 70.9% de los hombres son económicamente activos, contra sólo 21.8% de las mujeres; que en la población económicamente desocupada tal situación se presenta a la inversa, con 76.7% de mujeres y 27.7% de hombres. (9)

Al analizar cómo se distribuye la población económicamente inactiva al interior de su clasificación, se observa que la mayor parte de la población masculina se concentra en los estudiantes con 59.5%, en tanto que para las mujeres la cifra más elevada corresponde a las que se dedican a los quehaceres del hogar con 73.6%. (10)

En Colima la ocupación que tiene mayor porcentaje de trabajadores es la de tipo agropecuario, que agrupa 23.6%, seguida de la actividad artesanal y obreros con 16.7%; después se encuentran los oficinistas con 9.2% y dependientes que representan 9%. (11)

La distribución del ingreso en la población ocupada revela que 59% recibe mensualmente entre uno y tres salarios mínimos. 10.6% de la población gana menos de un salario mínimo y 9.1% percibe más de cinco salarios mínimos. (12)

### 3.2 El Cuadrante Radiofónico en Colima.

El levantamiento del cuadrante radiofónico, realizado en 1993 por el que esto escribe, reportó que la competencia radiofónica en Colima está conformada por 9 emisoras locales que transmiten en diferentes horarios y con potencias diversas. También tienen presencia 8 emisoras de otros Estados de la República, que alcanzan a penetrar ocasionalmente el cuadrante, de acuerdo a las condiciones climatológicas.

En la banda de Amplitud Modulada operan 8 radiodifusoras locales y 6 foráneas; en Frecuencia Modulada se pueden sintonizar una emisora local y 3 que emiten su señal desde puntos que no corresponden al mapa geográfico del Estado.

El grupo con más emisoras en Colima es el denominado "Radio Colima", que posee 3 emisoras, 2 en la ciudad capital y una más en Tecomán. Este grupo radiofónico es propiedad de la familia Levy, a cuya cabeza se encuentra, como Director General, Roberto Levy. Sus emisoras son:

- XERL en 710 Khz., con 1,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "La RL", transmite de las 05:00 a 00:00 hrs. Su programación consiste en música variada y noticieros. Cubre los municipios de Colima, Coquimatlán, Comala, Villa de Alvarez e Ixtlahuacán. Se localiza en Colima, Col.

- XEDS en 930 Khz., con 1,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "93 Digital", transmite de 06:00 a 00:00 hrs. música moderna, vocal e instrumental. Cubre los municipios de Colima, Coquimatlán, Comala, Villa de Alvarez e Ixtlahuacán. Transmite desde la capital del Estado.

- XEMAX en 810 Khz., con 3,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Radio Felicidad", transmite de 05:00 a 00:00 hrs. Su programación es música variada en español. Cubre los municipios de Tecomán y Colima. Se encuentra ubicada en Tecomán.

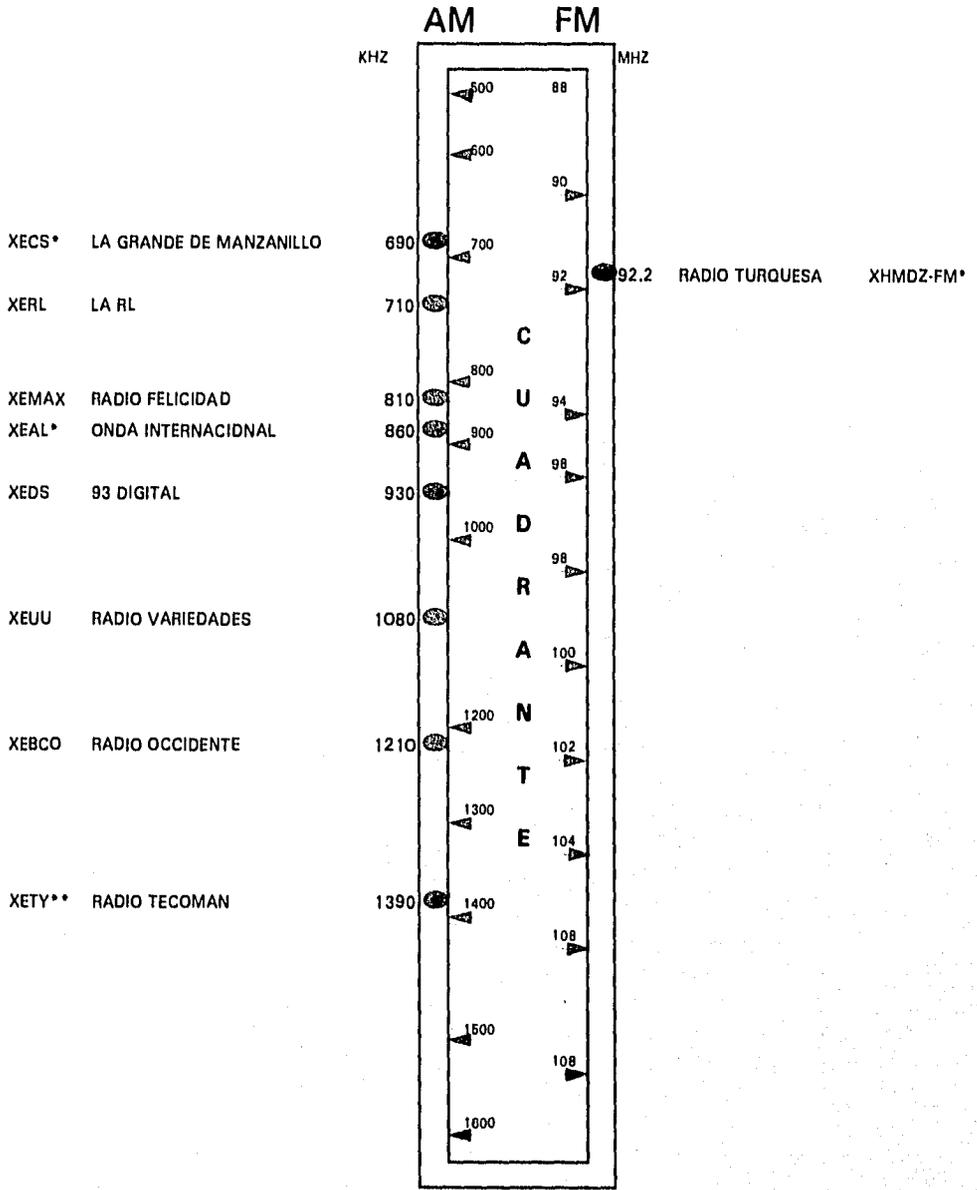
Enclavada en la capital del Estado, se localiza la XEUU, copropiedad de Jesús Ordorica, empresario dedicado fundamentalmente a la industria mueblera, y Enrique Padilla Vázquez, quien funge como Director.

- XEUU en 1080 Khz., con 1,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Radio Vanedades", transmite de 06:00 a 00:00 hrs. música variada en español, principalmente balada moderna. Cubre los municipios de Colima, Coquimatlán, Comala, Villa de Alvarez e Ixtlahuacán.

En el municipio de Tecomán se localiza la XETY, propiedad del Sr. Victor Martínez Escamilla.

- XETY en 1390 Khz., con 5,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Radio Tecomán", transmite de 17:00 a 21:00 hrs. música variada en español. Tiene una cobertura primaria de 40 kms. y una secundaria de 60 kms.

COLIMA, COL.



\* TRANSMITE Y SE SINTONIZA ÚNICAMENTE EN MANZANILLO.

\*\* TRANSMITE DESDE TECOMAN.

En el municipio costero de Manzanillo se encuentran tres emisoras, dos en amplitud modulada y la única frecuencia modulada del Estado.

- XHMOZ en 92.2 Mhz., con 50,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Radio Turquesa", transmite las 24 hrs. del día música en inglés. Cubre todo el Estado y parte de Jalisco y Michoacán. Esta emisora es propiedad de Gastón Alegre, quien fue tesorero de la campaña presidencial de Carlos Salinas de Gortari.

- XECS en 690 Khz., con 5,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "La Grande de Manzanillo". Transmite las 24 hrs. del día música variada en español. Cubre Manzanillo y la zona norte del Estado de Jalisco.

- XEAL en 860 Khz., con 1,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Onda Internacional de la Juventud". Transmite de 06:00 a 00:30 hrs. música variada en español, predominantemente balada. Cubre Manzanillo.

En el Municipio de Villa de Alvarez se localizan las instalaciones de la XEBCO, emisora del Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

- XEBCO en 1210 Khz., con 50,000 watts de potencia. Conocida comercialmente como "Radio Occidente, La Voz de Colima". Transmite las 24 hrs. del día música de todos los géneros, noticieros, nacional y local, y programas de orientación y servicio. Su potencia le permite cubrir los 10 municipios del Estado y bañar con su señal, parte de Jalisco, Nayarit, Zacatecas, Michoacán y Aguascalientes.

En el cuadrante se pueden sintonizar, también, 5 emisoras en amplitud modulada y 3 de frecuencia modulada, cuyas señales provienen de otros Estado de la República.

En amplitud modulada se localizan:

- "La Mexicana" que transmite desde Ciudad Guzmán, Jalisco, con 5,000 watts de potencia en 960 Khz.

- "La T Grande" que transmite desde Monterrey, Nuevo León, con 100,000 watts de potencia.

- En los 905 Khz. se encuentra la XEW, que emite su señal desde la Ciudad de México.

- En 1570 Khz. se escucha XERF, "Radio Frontera", que transmite desde Ciudad Acuña, Coahuila.

En frecuencia modulada se pueden sintonizar:

- "La Tapatia" que emite desde Guadalajara, Jalisco, con 50,000 watts en 103.5 Mhz.

- "Estereo Sensación" que transmite desde Ciudad Guzmán, Jalisco, con 10,000 watts en 96.7 Mhz.

- En 92.1 Mhz. y con 3,000 watts transmite una emisora de Apatzingán, Michoacán.

Es pertinente señalar que las radiodifusoras que emiten su señal desde lugares geográficos que no corresponden al Estado de Colima, no tienen una presencia continua en el cuadrante, debido a las condiciones climatológicas que determinan la propagación de su señal.

### 3.2.1. Noticiarios y Servicios Informativos en el Cuadrante.

#### **Grupo Radio Colima**

El Grupo Radio Colima conformó una agencia de noticias denominada "Sistenoticias", que provee a sus dos estaciones ubicadas en la capital del Estado, XERL y XEDS, de servicios noticiosos e informativos.

La agencia cuenta con 6 reporteros en la capital y con, por lo menos, un corresponsal en cada uno de los restantes 9 municipios.

XERL transmite de 08:00 a 08:30 horas su noticiero "8 en punto", que es simultáneamente grabado y retransmitido a las 20:00 horas por XEDS. Este noticiero es producido y conducido por el encargado de Sistenoticias.

De 08:30 a 09:00 horas, la XERL transmite de lunes a viernes y los sábados de 09:00 horas hasta agotar tema, "Desayunos Colimotes", programa, de opinión y comentarios, conducido por el director del diario vespertino La Extra.

De 14:00 a 15:00 horas Sistenoticias transmite, también por XERL, el programa "La Mesa del Despelleje", que dedica los primeros 10 minutos a una síntesis de noticias y los 50 minutos restantes son de entrevistas y comentarios en tono informal.

XERL se enlaza, cada media hora a partir de las 07:30 y hasta las 16:30, con el servicio informativo de RASA (Radiodifusoras Asociadas, S.A.).

XEDS, "93 Digital" se enlaza de 06:00 a 07:00 horas con el programa de Esteban Mayo. De 07:00 a 09:00 horas se ligan con el "Informativo Penorama" de Guillermo Ochoa, ambos de Grupo ACIR (Asociación de Concesionarios Independientes de Radio, propiedad de Francisco Ibarra López).

De 15:00 a 16:00 horas se enlazan nuevamente a Grupo ACIR para transmitir "Los Protagonistas", que conduce José Ramón Fernández. A las 20:00 horas retransmite grabado el noticiero "8 en punto", que se difundió en vivo a las 08:00 horas por XERL.

#### **Radio Variedades.**

XEUU, "Radio Variedades", es afiliada a OIR (Organización Impulsora de Radio), que les envía a las 07:30 y 14:00 horas su noticiero "Enlece", que conduce Pedro Ferriz de Con.

El 30 de abril de 1993 concluyó el proyecto informativo que venía trabajando esa emisora y que contaba con dos ediciones de 30 minutos cada una, que se transmitía a las 08:00 y 20:00 horas.

#### **XEBCO, "Radio Occidente, La Voz de Colima".**

La emisora XEBCO transmite de lunes a viernes "El Noticiero" de Grupo IMER, en sus tres ediciones: 07:00 a 07:45, 14:00 a 14:45 y 19:00 a 19:45 horas. Sábados y domingos difunde también sus tres ediciones, pero con duración de 30 minutos: 08:00, 14:00 y 19:00 horas.

De lunes a viernes esa emisora cuenta con tres servicios locales de Información, con 15 minutos de duración cada uno, denominados "Collima Informa", que son transmitidos de lunes a viernes a las 07:45, 14:45 y 19:45 horas.

#### 4. XEBCO, "RAMO OCCIDENTE, LA VOZ DEL SOLIFE"

##### 4.1. ADMINISTRACIÓN.

###### 4.1.1. Análisis sociológico de la comunidad de trabajo.

Necesario resulta presentar una propuesta sociológica para abordar el análisis de la comunidad de trabajo de la emisora. Se optó por la corriente funcionalista, dado que la emisora forma parte del Instituto Mexicano de la Radio, organismo público descentralizado que persigue, en estos tiempos de pretendida modernidad, el aumento de la productividad y eficiencia, lo que se reduce en un óptimo funcionamiento del organismo en todas sus áreas.

De la teoría funcionalista, la propuesta que se recupera es la del sociólogo estadounidense Robert K. Merton, ya que es a partir de sus postulados teórico-metodológicos que se reformula el funcionalismo, pues realiza una severa crítica de esa vertiente sociológica, introduciendo conceptos tales como disfunción y, uno muy de moda, *cambio estructural*.

Existen dos necesidades básicas que llevaron a la integración de la comunidad de trabajo que conforma la emisora XEBCO. Por una parte, la necesidad de la población de la entidad por contratarse para subsistir y, por otra, el requerimiento de personal del IMER para operar y administrar la radiodifusora

Desde sus inicios el personal se asoció en un conglomerado laboral, Sindicato Nacional de Trabajadores del IMER (SNTIMER), que fue creado a la par del decreto que dio origen al Instituto Mexicano de la Radio.

La comunidad laboral, aunque pequeña, contempla una división del trabajo, con roles y papeles perfectamente diferenciados, organizados por un control administrativo que regula las necesidades de la empresa y los derechos laborales, plasmados en las condiciones generales de trabajo.

Es prudente señalar que las características propias de la ciudad de Colima y del municipio conurbado de Villa de Alvarez: poca densidad demográfica que permite que gran parte de los habitantes se conozcan, con la consecuente interrelación personal, frente a frente, permite establecer vínculos duraderos, incluyentes y personales; la división del trabajo es relativamente simple, la conducta es regulada más por la costumbre, con normas de convivencia basamentadas en el respeto, la lealtad y el afecto, que por el derecho, si bien éste se encuentra conformado por la legislación y un aparato burocrático. De esta manera, las relaciones sociales se rigen por la tradición, resultado de la experiencia acumulada por la sociedad.

La comunidad que se constituyó con la integración del centro de trabajo, empezó a ver cómo se diluían las normas de respeto, lealtad y afecto que tradicionalmente habían regido las relaciones interpersonales, a partir de los nuevos roles que se vieron obligados a asumir, tanto por la determinación laboral como por los intereses de competencia que posibilitaba el asumir alguna cartera sindical.

Otro elemento que se pudo observar fue el debilitamiento del consenso, que se hacía cada vez más pronunciado conforme se acercaba la fecha en la que se cambiaría a la directiva sindical, que concluyó su gestión inmersa en el desprestigio.

Los intereses de competencia en relación al sindicato, tornaron cada vez más tirantes las relaciones entre el personal, dado que existían dos grupos de interés que se disputaban el liderazgo sindical, uno ejerciéndolo y el otro en su búsqueda.

Esta situación de franca descomposición de las relaciones humanas y de enfrentamiento entre la comunidad de trabajo se incrementó con el ingreso de un gerente que favoreció al grupo opositor a la dirigencia sindical a cambio de su apoyo. De esta suerte, el conflicto entre los miembros de la comunidad de trabajo se trasladó al corazón mismo de la estación, lo que repercutió directamente en las relaciones laborales entre empresa y trabajadores.

Un elemento explicativo del proceso de descomposición de las relaciones sociolaborales al interior de la emisora, se encuentra en la reformulación del postulado de la unidad funcional de la sociedad que plantea Robert K. Merton.

El principio referido considera que las formas de cultura sirven para que los individuos o la sociedad funga como "unidad perdurable". Se entiende el grado de unificación como "una variable empírica, que cambia para la misma sociedad de tiempo en tiempo y que difiere en sociedades diferentes ... todas las sociedades deben tener algún grado de unificación." (1)

Merton difiere de este señalamiento pues detecta los desniveles y desacuerdos que surgen en la cotidianidad social, lo que de hecho rompa con la pretendida unidad funcional de la sociedad. "... el supuesto de la unidad funcional completa de la sociedad humana es con frecuencia contrario a la realidad. Los usos o los sentimientos sociales pueden ser funcionales para unos grupos y disfuncionales para otros de la misma sociedad." (2) Más aún, estos usos o sentimientos pueden ser afuncionales para otro u otros grupos.

Este punto de la crítica de Merton al funcionalismo tradicional aparece como crucial, ya que introduce la varianza en la estructura social; se reconocen desniveles y desigualdades económicas, sociales, políticas y de acceso a la cultura. Se rompe con el esquematismo unificador y, con ello, se da un vuelco para pasar de la visión homogénea al análisis heterogéneo, lo que permite que la función social "... se refiera a consecuencias objetivas observables, y no a disposiciones subjetivas..." (3)

"... la unidad funcional (...) de la sociedad total no puede afirmarse previamente a la observación. Es cuestión de hechos y no materia de opinión. La armazón teórica del análisis funcional debe requerir expresamente que se especifiquen las unidades para las cuales es funcional una manifestación social o cultural dada. Tiene que admitir en forma expresa que una manifestación dada tenga consecuencias diferentes, funcionales y disfuncionales..." (4)

En este sentido, para 1991 la población del Estado sufrió una fuerte escisión con la consulta para elegir candidato priista a gobernador, que enfrentó no sólo a Socorro Díaz y a Carlos de la Madrid Virgen, sino a gran parte de la población, por lo que los malestares políticos fueron trasladados a otros ámbitos, como el familiar, el laboral y, en general, el social.

Las animadversiones, rencillas y facturas político-electorales fueron incluidas como parte de la agenda de la comunidad de trabajo y de ésta con la gerencia, dejando de lado las actividades sustantivas de su quehacer: los niveles de producción y comercialización cayeron; el conflicto era ventilado en los diarios de circulación estatal y fue trasladado a oficinas centrales del Instituto Mexicano de la Radio, desde donde se decidió el reemplazo del mando gerencial con una persona ajena al Estado y al conflicto priista postelectoral.

La situación empezó a recomponerse en la medida en que la nueva administración asumió el control de la emisora y exigió el cumplimiento de las funciones y horarios que los trabajadores tenían asignados. Esto provocó la desbandada de empleados contratados por honorarios y solicitud de permisos sin goce de sueldo por parte de algunos trabajadores de base.

La situación pareció normalizarse a partir del 18 de marzo de 1993, fecha en que se instrumentó el Programa de Retiro Voluntario -eufemismo de despido- y al cual se incorporaron 7 trabajadores. Pese a aceptar su liquidación, conforme a derecho laboral, los trabajadores despedidos iniciaron una campaña de desprestigio en contra de la administración de la emisora, en contra de la radiodifusora misma y en contra del Instituto Mexicano de la Radio. Esta campaña fue orquestada por el gerente que retiró el IMER y financiada por el líder del grupo político "Periodismo y Comunicación, A.C.", a la sazón asesor del gobernador Carlos de la Madrid Virgen.

Todo ello da una clara muestra de que las antaño relaciones duraderas, incluyentes y personales se tornaron en relaciones formales e impersonales, teñidas de intereses, al interior de la comunidad de trabajo.

El paradigma funcionalista de Merton, que sistematiza conceptual y metodológicamente su propuesta, resulta una conveniente guía para el análisis que se plantea, una guía compacta y concisa, que permite hacer explícitos los postulados y supuestos del análisis funcional; pretende sensibilizar al sociólogo sobre las implicaciones científicas, políticas y sociales de este tipo de investigación.

El objetivo del análisis funcional son todos los datos sociológicos estandarizados, esto es, papeles sociales, normas institucionales, procesos sociales, instrumentos de control, etcétera.

Este tipo de investigación supone alguna concepción de la motivación de los individuos, implícita en un sistema social. El paradigma corrige dos concepciones en la noción de "función":

"1) La tendencia a limitar las observaciones sociológicas a las aportaciones positivas de una entidad sociológica al sistema social o cultural en que está comprendida; y

"2) La tendencia a confundir la categoría subjetiva de motivo o móvil, con la categoría objetiva de función." (5)

Para aclarar las citadas confusiones, Merton precisa el concepto de función, que se convierte en el eje de su propuesta e involucra los términos de "disfunción" y "afunción".

"Funciones son las consecuencias observadas que favorecen la adaptación o ajuste de un sistema dado; y disfunciones, las consecuencias observadas que aminoran la adaptación o ajuste al sistema. Hay también la posibilidad empírica de consecuencias afuncionales, que son simplemente ajenas al sistema de estudio." (6)

Para hacer resoluble el segundo punto, realiza una diferencia conceptual para distinguir cuando el propósito subjetivo coincide con la consecuencia objetiva, y los casos en que esto no sucede. Para ello elabora los conceptos de *funciones manifiestas* y *funciones latentes*.

Las manifiestas "son las consecuencias objetivas que contribuyen al ajuste o adaptación del sistema y que son buscadas y reconocidas por los participantes en el sistema. Las segundas son, correlativamente, las no buscadas ni reconocidas." (7)

En el paradigma se localizan también los conceptos: *unidad servida por la función*; *exigencias funcionales* (necesidades, requisitos previos); que son mecanismos mediante los cuales se realizan las funciones referentes a mecanismos sociales y la división de papeles que se requieren para realizar una función deliberada; *alternativas funcionales* (equivalentes o sustitutos funcionales); *contexto estructural* (coerción estructural), las funciones deliberadas en una estructura social no están limitadas, están dadas por la interdependencia de los elementos de la estructura. "El concepto de coerción estructural corresponde, en la zona de la estructura social, al principio de las posibilidades limitadas." (8)

Finalmente se localizan en la propuesta mertoniana los conceptos de *dinámica y cambio*. Este autor reconoce que el análisis funcional tiende a enfocarse sobre la estática de la estructura social y olvida el estudio del cambio estructural. Resulta interesante pensar el concepto de disfunción, pues es el que dará la pauta para el estudio de la dinámica y el cambio, ya que involucra tirantez y tensión en el nivel estructural.

Se plantea el problema de la validación del análisis y el problema de las implicaciones ideológicas. Al respecto Merton escribe "... el análisis funcional no tiene ningún compromiso intrínseco con ninguna posición ideológica. Eso niega el hecho de que los análisis funcionales particulares y las hipótesis particulares formuladas por funcionalistas puedan tener un papel ideológico perceptible..." (9)

Con estos antecedentes teóricos, se puede señalar en relación a la comunidad objeto de análisis, que a partir de finales de abril de 1993, las relaciones interpersonales entre la comunidad de trabajadores reiniciaron una nueva y diferente descomposición, motivada por la incapacidad del Comité Ejecutivo Nacional del SNTIMER por mejorar las percepciones de sus agremiados.

Como consecuencia de los conflictos ya descritos, fue necesario redefinir las líneas de autoridad, que con las gerencias precedentes sufrieron un proceso de disolución, producto de las confrontaciones entre los grupos y entre éstos y los administradores de la emisora.

Elo pasó por reestructurar los horarios de trabajo, supervisar constantemente los turnos de operación al aire, revisar las actividades programáticas y las rutinas administrativas, así como dar seguimiento a las labores de Ingeniería y mantenimiento, con la consecuente reasignación de funciones.

Para el 18 de marzo de 1993, se hizo indispensable replantear roles y funciones, debido al recorte de personal, vía el Programa de Retiro Voluntario, que implicó, también, la aplicación de un nuevo tabulador salarial y un nuevo esquema de estímulos y recompensas.

Implícita o explícitamente, la gran mayoría de las organizaciones o instituciones consideran estos elementos para lograr el control y la regularidad organizacional, elementos que definirán un tipo específico de autoridad, basada en la legitimidad, que es dada por "un sistema ... de reglas abstractas que han sido ... establecidas con toda intención." (10)

La existencia y aplicación de reglas institucionales le dan a la organización su cualidad extraindividual.

También se considera, a partir de Gouldner y en contraposición a la postura estructural, el enfoque interaccionista, que procura un esfuerzo por describir la relación entre las reglas y el comportamiento, preguntando para qué y para quién sirven las reglas, ubicando la discusión en dos niveles: el significado y la implicación política.

#### 4.1.2. Plantilla de personal.

Los individuos interpretan roles, que determinan en gran parte su actuar en algunas áreas. El rol implica deberes y recompensas, relación con la administración y con los compañeros.

La burocracia fue pensada por Weber como una forma de organización racional. "La administración burocrática significa autoridad sobre la base de conocimiento. Este es su carácter específicamente racional." (11) "... la autoridad burocrática es específicamente racional en el sentido de estar ligada a reglas analizables por deducción." (12) Así, su tipo ideal de burocracia fue tipificada a partir de :

1. la especialización de tareas;
2. una jerarquía de la autoridad;
3. un sistema de reglas;
4. impersonalidad;
5. el empleo basado en las calificaciones técnicas y,
6. la eficiencia.

Este tipo ideal weberiano refleja una percepción de la organización, esto es, el ordenamiento de las relaciones sociales que es aceptada por los individuos; relaciones sociales que suponen la existencia en general de un sistema administrativo, con la consecuente asignación de roles y funciones.

En este sentido la organización es un agrupamiento sistemático de roles de trabajo oficiales, orientados a la búsqueda de alguna meta. El rol es impuesto al individuo por la organización a partir de prescripciones y proscipciones, que cristalizan en presiones y/o sanciones para ajustarse a las expectativas; aunque, también, el individuo realiza un esfuerzo de internalización de patrones y expectativas.

El puesto de trabajo implica, a su vez, actividades a desempeñar, conocidas como comportamientos potenciales que, a su vez, derivan en el rol. De esta suerte, el puesto laboral es identificado con el rol.

A lo largo de la gerencia que se hizo cargo de la emisora entre el 1º de marzo de 1989 y el 15 de noviembre de 1991, el personal de la emisora alcanzó 27 personas, de las cuales 4 eran de confianza, 22 de base y una de honorarios. El personal de confianza lo conformaban el gerente, subgerente, secretaria de gerencia e Ingeniero de mantenimiento. (13)

El personal de base se componía de 4 locutores, 7 operadores, 2 reporteros, un coordinador de noticieros, un intendente, 2 veladores, un mensajero-cobrador, un continulista, un programador-productor y se contrató a un locutor por honorarios. (14)

La administración que operó la emisora entre el 15 de noviembre de 1991 y el 11 de agosto de 1992 contrató 8 personas por honorarios, con lo que el personal se incrementó a 35 trabajadores. Así, se sumaron 4 locutores, 3 operadores y un intendente. (15)

De las 19 radiodifusoras que conforman el Instituto Mexicano de la Radio, esta emisora, en el periodo del 16 de noviembre de 1991 al 11 de agosto de 1992, era la que contaba con más personal. (16)

Durante la tercera administración que conforma el periodo de análisis, se llevó a cabo el denominado "Programa de Retiro Voluntario", al cual se incorporaron 7 trabajadores de base; una más fue despedida y se concluyeron relaciones laborales con 4 personas contratadas por honorarios. (17)

Con ello, al 31 de mayo de 1993, la emisora contaba con una plantilla de personal integrada por 21 personas, de las cuales 4 eran de confianza, 15 de base y 2 de honorarios. El personal de confianza lo conformaban: el gerente, subgerente, secretaria de gerencia y el ingeniero de mantenimiento. (18)

El personal de base se componía de 3 operadores, 5 locutores-operadores, 3 reporteros, un coordinador de noticieros, un intendente, un continulista-mensajero-cobrador, una secretaria y un programador-productor. El personal contratado por honorarios estaba integrado por un programador y un operador descansero. (ver diagrama de organización)

El "Programa de Retiro Voluntario" contempló también la cancelación de 3 plazas que se encontraban vacantes, con lo que la radiodifusora redujo en total 10 puestos laborales de base.

Con la reducción de personal, a partir del 18 de marzo de 1993, fue necesario especificar el perfil de puestos y modificar las rutinas y mecánicas de trabajo con las que se venía operando, pues supuso la compactación de funciones, incremento en los niveles de eficiencia, nuevos roles de trabajo, adiestramiento y capacitación al personal que continuó laborando, a la vez que se aumentaron sus percepciones, vía compensación.

#### **4.1.3. Descripción de funciones.**

Es prudente señalar que la sociedad industrial, desde los inicios de la modernidad, ha sido paulatinamente dominada por organizaciones grandes y complejas, dirigidas por profesionales que instrumentan su accionar a partir de reglas y roles detallados, a efecto de ejercer un estricto control.

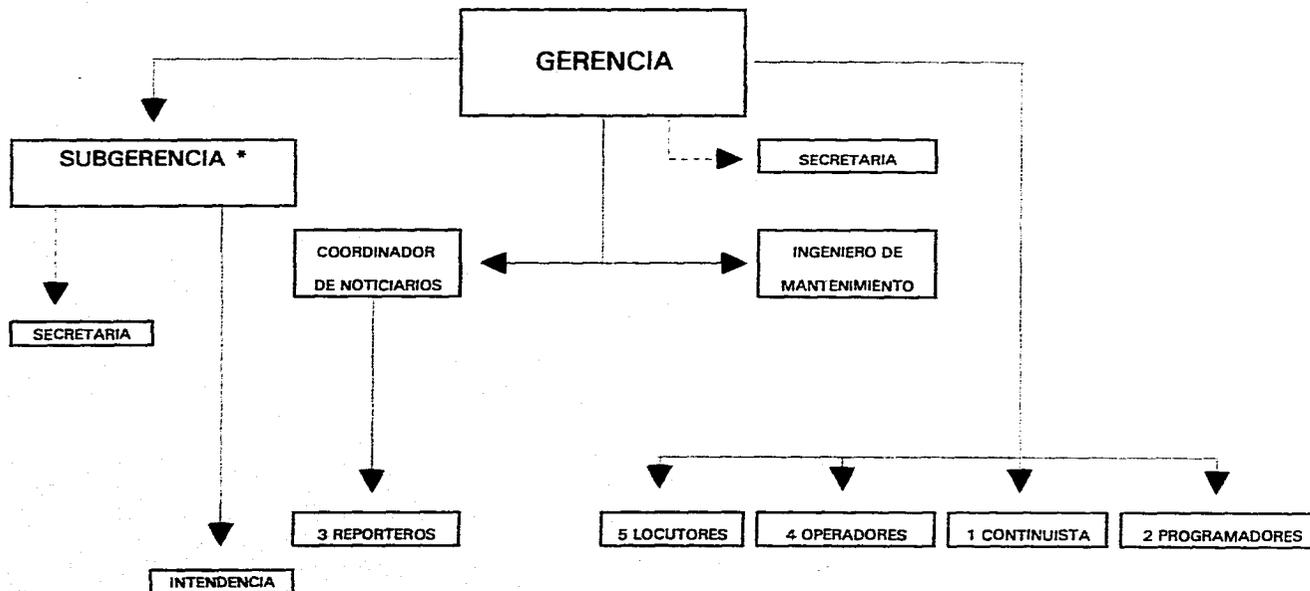
Max Weber identificó las nuevas formas de la sociedad organizacional, apuntalada en el fenómeno de la burocracia:

"El desarrollo de la forma moderna de la organización de grupos corporativos en todos los campos es nada menos que idéntico al desarrollo y la constante extensión de la administración burocrática... Su desarrollo, en mucho bajo los auspicios capitalistas, ha creado la necesidad urgente de una administración estable, estricta, completa y calculable. Es esta necesidad la que da a la burocracia un papel crucial en nuestra sociedad como elemento central en cualquier clase de administración en gran escala." (19)

Este tipo de organización, no exclusiva de las economías de libre mercado, procura implementar maneras para ejercer el control en lo social, tanto internamente en relación a sus miembros, como externamente en relación a su ambiente.

Las organizaciones modernas y sus formas de ejercicio de control social, permean toda la estructura haciendo imposible liberarse de su influencia. Los sistemas de control organizacional interno encuentran interrelación con sistemas de control de la acción social.

DIAGRAMA DE OPERACION  
RADIODIFUSORA XEBCO.  
MAYO DE 1993.



\* La Subgerencia desempeñaba únicamente funciones administrativas.

Los trabajadores de la emisora llevaban a cabo las funciones que les correspondía desempeñar, a partir de la experiencia que les transmitían sus similares en el cargo, sin que existiera un documento que les indicara las tareas a desarrollar. Con la reducción de personal, fue necesario compactar funciones, fundamentalmente en las áreas de operación, locución, continuidad, mensajería y cobranza. La reducción de personal obligó a la administración que se encargó de la radiodifusora entre el 12 de agosto de 1992 y el 31 de mayo de 1993, a elaborar la descripción de funciones, que se plasmó en "Evaluación de la XEBCO. 1993".

#### **Locutor-operador.**

Antes de la aplicación del "Programa de Retiro Voluntario", la locución y la operación eran funciones separadas, que desempeñaban personas distintas. A partir del 18 de marzo de 1993, una persona debe realizar ambas funciones. Este personal tiene bajo su responsabilidad la transmisión del discurso radiofónico, lo cual implica la verbalización de los contenidos discursivos de los programas que le corresponde difundir.

Así, anuncia los temas musicales que fueron programados; da la hora; realiza entrevistas o controles remotos; contesta llamadas telefónicas; envía saludos; graba textos promocionales, institucionales, políticos y/o de servicio. Paralelamente se encarga de operar los equipos de cabina de transmisión o audio, tales como tomamesa, consola, grabadoras de carrete abierto, deck, reproductor de discos compactos, tira de parcheo y cartucheras, de acuerdo a la programación y continuidad correspondientes. Asimismo, está encargado, en su turno, de los equipos de transmisión, tales como los transmisores, planta de emergencia, satélite y monitoreo al aire.

Debido a los peligros que implica el trabajo, sobre todo en las áreas de transmisores y planta de emergencia, en donde las altas cargas de energía conllevan riesgos, fue necesario instrumentar un curso de inducción, impartido por el ingeniero de mantenimiento, para las personas que no se encontraban familiarizadas con el equipo.

#### **Operador de estudio de grabación.**

Es el responsable de realizar todas las grabaciones que la emisora requiera, sean éstas de comercialización, apoyo social, musicales y programas, tanto de la emisora como institucionales.

#### **Continuista-mensajero-cobrador.**

Hasta antes del recorte de personal, a través del "Programa de Retiro Voluntario", estas funciones las realizaban dos personas: un continuista y un mensajero-cobrador.

Este trabajador tiene como funciones sistematizar y ordenar todos los contenidos que se difundirán, señalando con precisión las horas del inicio y término de los programas y los horarios en que deberán incluirse los comerciales para su transmisión, promocionales de estación, intercortes e identificaciones.

Recibe todas las órdenes de comercialización y, previa autorización del gerente, las remite al operador-grabador y al locutor para la realización del promocional. Teóricamente está encargado de verificar que se cumpla con lo que marca la hoja de continuidad. Paralelamente realiza la mensajería y el cobro de la facturación.

**Programador-productor.**

Es el encargado de organizar y programar todos los contenidos musicales, así como producir los especiales musicales que se considere pertinente transmitir. Es responsable de la fonoteca y discoteca, determina qué materiales musicales deben grabarse en cintas de un cuarto de pulgada a efecto de proteger los acetatos. Resulta indispensable que conozca no sólo todos los materiales musicales de la emisora sino que este al tanto de las novedades discográficas, para proponer su adquisición.

**Ingeniería.**

El ingeniero es el responsable de que la emisora se encuentre técnicamente apta para emitir la señal en la frecuencia y con la potencia asignadas. Dentro de sus labores se encuentra el mantenimiento preventivo y correctivo de los equipos; asesora a los locutores-operadores respecto a cualquier duda en el manejo del equipo; realiza, todos los días, a partir del 18 de marzo de 1993, los cambios de transmisor; se encarga de que la emisora cuente con un stock mínimo indispensable de material de repuesto; realiza las cotizaciones de material y equipo; reporta mensualmente al gerente el tiempo efectivo al aire y controla la memoria técnica de la emisora.

**Reportero.**

Tiene asignadas fuentes de información que cotidianamente debe cubrir para surtir de material al coordinador de noticiarios. A partir de septiembre de 1992 tiene la obligación de elaborar sus notas con sonido o testimonial del informante y grabar, así sea por teléfono, sus materiales.

Cabe aclarar que para la atención de la información deportiva, se cuenta con el apoyo de un reportero, cuyos honorarios son pagados por Gobierno del Estado.

**Coordinador de noticiarios.**

Coordina de manera cotidiana la atención de los asuntos informativos en curso. Recibe, revisa, corrige y escucha los materiales que le fueron turnados, escritos o grabados. Estructura los noticiarios, jerarquiza y cabecea la información y transmite los servicios. Es indispensable que la entregue al operador en turno una copia del guión, a efecto de eliminar, en lo posible, errores.

**Secretaría.**

Es personal que sirve de apoyo en gerencia y subgerencia. Lleva el control de los archivos.

**Intendente.**

Se encarga del aseo general de las instalaciones.

**Subgerente.**

Se encarga fundamentalmente de las actividades administrativas y contables, apoya organizativamente al gerente en las actividades que éste le asigna.

### **Gerente.**

Es el responsable de la marcha general de la radiodifusora. Define, en coordinación con la Dirección de Radiodifusoras y la Subdirección de Radiodifusoras Foráneas del IMER, contenidos de programación. Autoriza y suscribe contratos de comercialización, previo acuerdo con la Dirección de Comercialización del IMER. Define los apoyos de servicio social que la emisora está en condición de brindar. Atiende gestiones del sindicato y problemáticas laborales. Coordina y supervisa el mantenimiento preventivo y correctivo, de acuerdo al plan de trabajo del ingeniero y en coordinación con la Dirección de Ingeniería del IMER. Funge de enlace entre el nivel central del IMER y Gobierno del Estado de Colima.

### **4.1.4. Estado financiero.**

Los estados financieros de la emisora contemplan únicamente libro de ingresos y egresos y conciliaciones bancarias. El balance financiero de la emisora forma parte del balance general del IMER. Para efectos del presente análisis se considera solamente libro de ingresos y egresos. Todas las cifras que dan cuenta del comportamiento financiero de la emisora provienen de esa fuente.

### **Ingresos.**

La emisora cuenta con dos mecanismos mediante los cuales se allega de recursos. Uno de ellos es la venta de tiempo y el otro es el subsidio, de origen federal y/o estatal, este último bajo la figura de la aportación que proporciona el Gobierno del Estado, de acuerdo al Convenio de Coordinación que signó el ejecutivo estatal con el IMER.

Es prudente señalar que las cifras referentes al subsidio federal, es decir el proveniente del IMER, se obtuvieron de la diferencia entre la erogaciones y la suma de las ventas y las aportaciones de Gobierno del Estado, debido a que a los gerentes no se les informa del monto del subsidio que el IMER destina a las emisoras.

Los recursos que envió el IMER durante la administración que operó la emisora del 12 de agosto de 1992 al 31 de mayo de 1993, se transfirieron como préstamos, que invariablemente fueron remitidos por la radiodifusora a oficinas centrales, a excepción de los recursos que envió la Secretaría de Hacienda, vía el IMER, para las liquidaciones del personal que se incorporó al "Programa de Retiro Voluntario", que fue de N\$51, 428.00. (20)

Por las razones ya expuestas, la administración del periodo del 12 de agosto de 1992 al 31 de mayo de 1993, nunca contó con partidas permanentes y fijas por parte del IMER, sino que la emisora solicitaba préstamos de recursos, de acuerdo con las necesidades, las cuales no tenían periodicidad preestablecida.

Las cantidades que se presentan como totales se homogeneizaron a viejos pesos, pues como es por todos conocido, en 1993 el dinero cambió su denominación a "nuevos pesos".

La cantidad total, de los 4 años 3 meses, por concepto de ventas y aportaciones de Gobierno del Estado ascendió a \$1,319' 774,038.00; en tanto el envío de recursos por parte del IMER, subsidio federal, alcanzó \$769' 216,926.00. (21)

### **Ventas.**

A continuación se desglosan las ventas que realizó la emisora bajo la dirección de cada una de las gerencias que la operaron a lo largo del período de análisis.

En total la administración que se encargó de la emisora en el período del 1° de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991, vendió un total de \$273' 658,826.00. En los 10 meses de 1989 el total fue de \$53' 583,761.00; en 1990 las ventas de tiempo alcanzaron \$103' 626,268.00 y en los 11 meses de 1991 (se considera hasta el último día de noviembre pese a que esa gestión concluyó el día 15 de ese mes) la cifra por concepto de ventas fue de \$116' 448,797.00. (22)

Durante el período del 15 de noviembre de 1989 al 12 de agosto de 1992, tiempo en que dirigió la radiodifusora la segunda administración, se alcanzaron ventas totales de \$64' 458,185.00. (23) Se consideran las ventas a partir del 1° de diciembre de 1989 hasta el último día de agosto de 1992, en total 9 meses.

En un período de, también, 9 meses, del 1° de septiembre de 1992 al 31 de mayo de 1993, fecha del corte de este análisis, la estación vendió un total de N\$120,394.00. (24)

Por concepto de ventas en los 4 años 3 meses, se obtuvieron recursos por \$458' 511,011.00. (25)

### **Aportaciones de Gobierno del Estado.**

Las aportaciones de Gobierno del Estado si bien son registradas como ingresos, mantienen una relación directa con los egresos de la emisora, dado que representan la mitad de lo que la radiodifusora aplicó como gasto del mes inmediato anterior.

En el período del 1° de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991, la emisora recibió del Gobierno estatal un total de \$601' 870,736. Por año las aportaciones fueron: 1989 un total de \$144' 942,228.00; en 1990 recibió \$210' 430,900.00 y hasta el cierre de noviembre de 1991 obtuvo \$246,497,608.00. (26)

En el período del 1° de diciembre de 1991 al 31 de agosto de 1992 (se consideran los cierres de mes, pese a que la administración inició el 15 de noviembre y concluyó el 12 de agosto) recibió de Gobierno del Estado \$194,576,560.00. (27)

Finalmente, en el lapso del 1° de septiembre de 1992 al 31 de mayo de 1993, recibió de las finanzas del Estado de Colima un total de N\$248,157.31. (28)

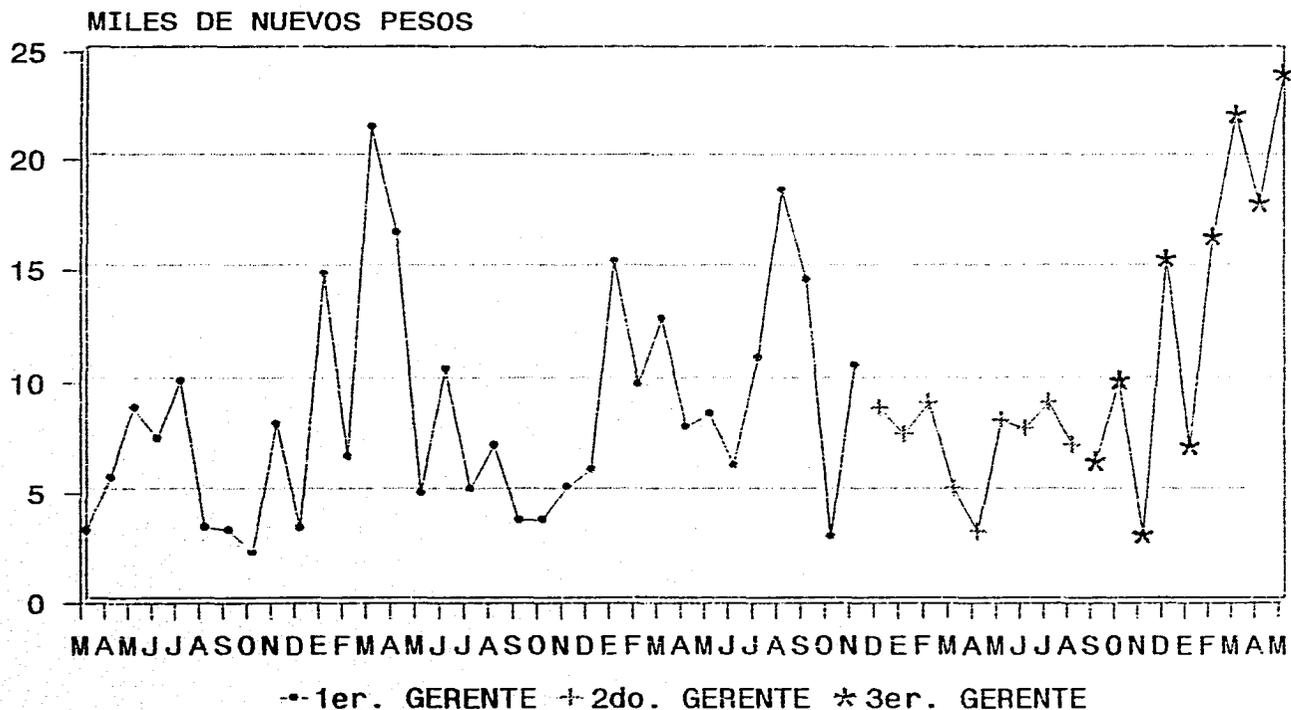
En los 51 meses objeto de análisis, la emisora recibió, bajo el rubro de aportaciones de Gobierno del Estado, un total de \$821' 263,027.00. (29)

### **Egresos.**

En este rubro se registran todas las erogaciones que la emisora aplica. Las cifras que a continuación se anotan se obtuvieron, al igual de los datos de ventas, del libro de Ingresos y egresos de la radiodifusora.

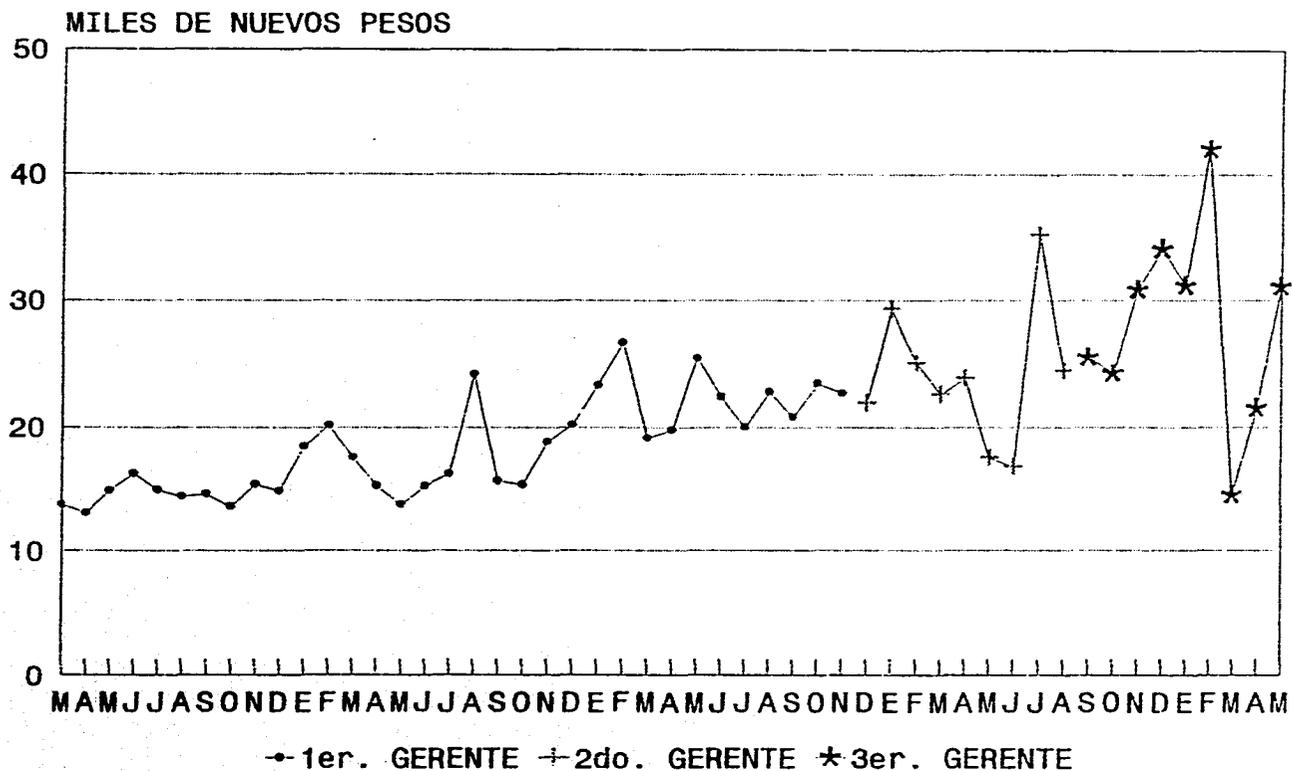
# VENTAS

## DEL 1 MARZO 1989 A 31 MAYO 1993



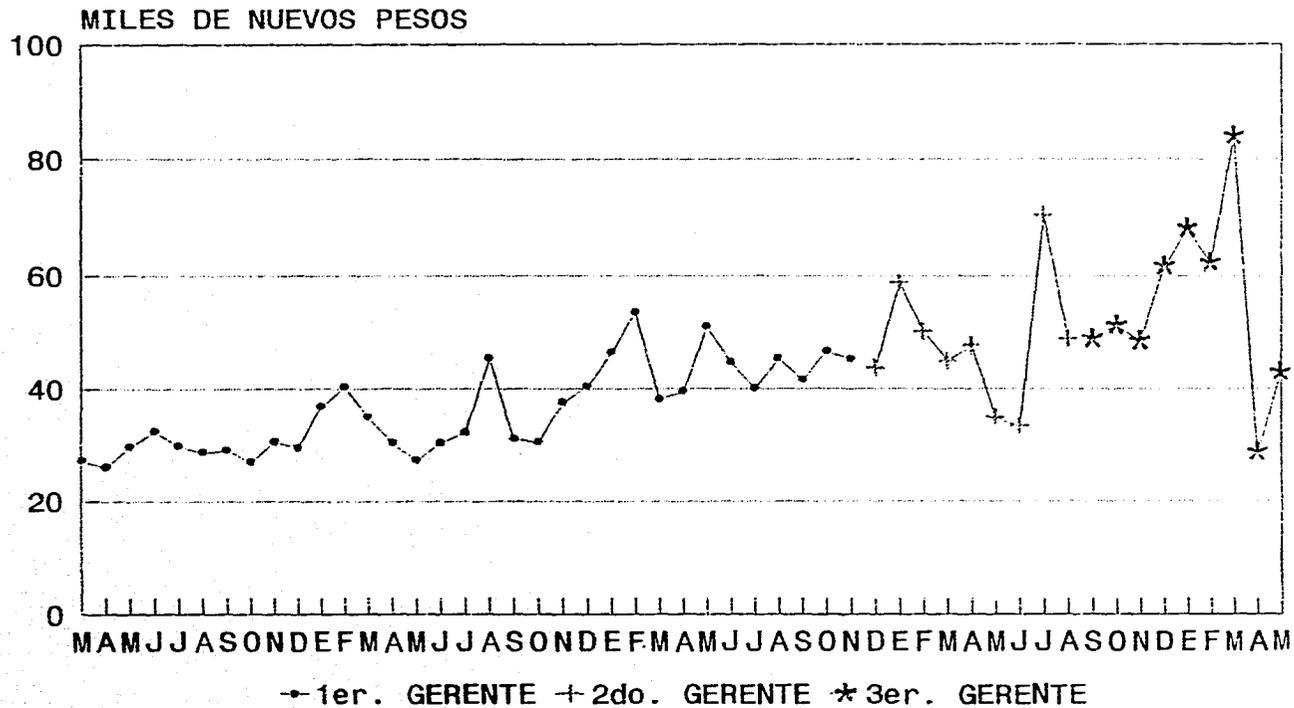
# APORTACIONES DE GOBIERNO DEL ESTADO

1ro. MARZO 1989 a 31 MAYO 1993



# EGRESOS

1ro. MARZO 1989 AL 31 MAYO 1993



Durante el periodo del 1° de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991, los gastos de la estación fueron de \$1,203' 522,844.00. En los 10 meses correspondientes a 1989, el gasto fue de \$289'884,456.00; en 1990, fue de \$420' 861,800.00 y durante los 11 meses de 1991, fue de \$492' 776,628.00. En este último año se considera hasta el cierre de noviembre, pese a que el encargo en esta gerencia concluyó el día 15. (30)

En la administración que la operó entre el 15 de noviembre de 1991 al 12 de agosto de 1992, la emisora erogó \$389,153,120.00. Esta cifra contempla del 1° de diciembre de 1991 al 31 de agosto de 1992. (31)

Por lo que respecta a la última de las tres administraciones que contempla este periodo de análisis, se erogaron N\$496, 315.00. Se contabilizó a partir del 1° de septiembre de 1992 y hasta el 31 de mayo de 1993, pese a que el ingreso de esta gerencia a la radio fue el 12 de agosto. (32)

Durante los 4 años 3 meses, es decir del 1° de marzo de 1989 al 31 de mayo de 1993, periodo del presente análisis, la radiodifusora erogó un total de \$2,088' 990,964.00. (33)

#### **Balanco financiero.**

La administración del 1° de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991, un lapso de 33 meses, tuvo una diferencia entre ingresos y egresos de \$327' 993,332.00, lo que implicó un déficit mensual de \$9' 839,191.18. La siguiente, que abarcó del 15 de noviembre de 1991 al 12 de agosto de 1992 alcanzó un déficit de \$152' 009,081.00, lo que supone una diferencia negativa mensual de 16' 889,897.88. Finalmente, la gerencia que cierra el ciclo analizado, presentó un déficit de N\$127,764.18, lo que implica una diferencia negativa mensual de \$14, 196.02. (34)

El incremento del déficit en la segunda administración, en comparación con la primera, se debió al pago del personal adicional contratado por honorarios, a un incremento en gastos de representación del gerente, a que se adquirieron materiales que nunca se utilizaron en la radiodifusora y a la realización de un baile con motivo del aniversario de la creación de la emisora.

Para la tercera administración, el déficit descendió pese a que se reparó totalmente la emisora, se adquirieron materiales musicales y se pagó la liquidación del personal que se incorporó al "Programa de Retiro Voluntario".

#### **4.1.5. Infraestructura.**

La emisora se encuentra ubicada en el municipio de Villa de Alvarez, Colima, en la esquina de Av. Benito Juárez y Niños Héroes. El terreno tiene una extensión de 10,440 metros cuadrados, superficie óptima para la adecuada operación y difusión de la señal. (35)

La radiodifusora se construyó en un edificio de tres niveles. La superficie de planta es de 126,42 metros cuadrados. Presenta como unidad principal una construcción antisísmica, diseñada expresamente para alojar el equipo de la emisora, que cuenta con todos los servicios. (36)

Fue dotada con dos transmisores marca Harris, uno de 50,000 watts y otro de 10,000 watts, configurados para operar en la frecuencia 1210 khz. Con el transmisor de 50,000 watts opera de 06:00 a 19:00 horas y con el de 10,000 watts de 19:00 a 08:00 horas, de acuerdo a la normatividad que establece la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. (37)

Teóricamente la emisora cubre los 5,455 kilómetros cuadrados que conforman el Estado de Colima, además de tener potencia suficiente para abarcar parte de Jalisco, Michoacán, Nayarit, Zacatecas y Aguascalientes. (38)

La emisora cuenta con una antena triangular de 62 metros. Por lo que se refiere a la superficie, se tiene un plano de tierra compuesto por 198 radiales, de las cuales 118 tienen una longitud de 62 metros y las 80 restantes son radiales cortas de 25 metros. (39)

La calidad en la recepción de la transmisión no era uniforme en toda el área de cobertura, debido a que el plano de tierra presentaba una deficiencia de aproximadamente 40%. No obstante que el problema era serio y añejo, no se trabajó en la corrección sino hasta marzo de 1993.

La emisora en general careció de mantenimiento preventivo y correctivo. Durante sus primeros seis años de vida no se realizó prácticamente ningún tipo de conservación, lo que provocó que durante la segunda quincena de agosto de 1992 se iniciara una profunda reparación en todas sus áreas.

Como los antecedentes lo indican, la emisora se encontraba al 31 de mayo de 1993, fecha del corte para la elaboración de este trabajo, en óptimas condiciones técnico-operativas.

## 4.2. PRODUCCIÓN

### 4.2.1. Carta Programática.

La carta programática es un documento que, teóricamente, debe elaborarse a partir de estudios de audiencia, que permitan identificar las necesidades y demandas de los receptores. El conocimiento de estas necesidades pautará la concepción de los programas y su posterior organización en la estructura programática general del emisor.

Ante la falta de interés de los coinversionistas de la XEBCO, el Instituto Mexicano de la Radio y el Gobierno del Estado de Colima, por conocer los requerimientos y demandas comunicativas de los radioescuchas de la emisora, la conformación de la programación se realizó a partir de la discrecionalidad de los funcionarios en turno, del IMER, del Gobierno del Estado y de los gerentes.

Las dos primeras administraciones, de las tres que conforman el período de análisis, es decir las que abarcaron del 1º de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991 y del 15 de noviembre de 1991 al 12 de agosto de 1992, no elaboraron una carta programática formal, que diera cuenta de los contenidos que se difundían; únicamente se realizaba el listado de la programación diaria. Entre la programación que transmitió la radiodifusora bajo cada una de estas administraciones, las diferencias son mínimas, pero los cambios que implementó la segunda en relación a lo programado por la primera, rompieron la coherencia programática.

La administración que operó la estación del 12 de agosto de 1992 al 31 de mayo de 1993, estructuró, a partir del 1º de septiembre de ese año, la carta programática semanal, que daba cuenta de los contenidos que se transmitían.

Para el 31 de mayo, fecha del corte de esta investigación, había realizado dos cartas programáticas y entre una y otra son mínimas las modificaciones (ver cartas anexas), siendo éstas la eliminación de una hora del programa "Integración", transmitiendo en su lugar una hora de "La Música Alrededor del Mundo"; la conclusión de las cápsulas "Parlas de Reflexión", dado que el patrocinador decidió no continuar; la introducción de la emisión "Revista Deportiva", transmisión semanal patrocinada, y la compactación de "Boleros" y "Agustín Lara y sus intérpretes" en el programa "Cita con el Recuerdo".

La primera carta programática guó las transmisiones de la emisora del 1º de septiembre de 1992 al 28 de febrero de 1993; la segunda organizó la programación a partir del 1º de marzo de 1993 y es la que tenía vigencia a la fecha de corte del presente análisis. (Ver cartas programáticas)

### 4.2.2. Descripción de programas.

Las dos administraciones que operaron la emisora entre el 1º de marzo de 1989 al 12 de agosto de 1992, no elaboraron la descripción de los programas que diera cuenta de: conductores, programador, productor, si era programa de la emisora, de Gobierno del Estado o de alguna institución, si contaba con patrocinio.

Junto con la carta programática, la gerencia que operó la estación del 12 de agosto de 1992 al 31 de mayo de 1993, elaboró la descripción de los programas que conformaban dicha carta. (Ver cartas programáticas anexas).

La información que se describe a continuación se obtuvo de las cartas programáticas de la emisora.

XEBCO  
 CARTA PROGRAMATICA  
 SEPTIEMBRE 1992 FEBRERO 1993

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO							
00:00-00:30	SALON MEXICO						SALON DE BAILE							
00:30-01:00														
01:00-01:30	VARIEDAD NOCTURNA													
01:30-02:00														
02:00-02:30														
02:30-03:00														
03:00-03:30														
03:30-04:00														
04:00-04:30														
04:30-05:00														
05:00-05:30								COLIMA EN EL CAMPO					EL NOTICIARIO	
05:30-06:00														
06:00-06:30														
06:30-07:00														
07:00-07:30	COLIMA EN EL CAMPO					EL NOTICIARIO								
07:30-08:00														
08:00-08:30	CAMINITO DE LA ESCUELA					CON SABOR AFROANTILLANO								
08:30-09:00														
09:00-09:30														
09:30-10:00	RITMO TROPICAL					AFROANTILLANO								
10:00-10:30														
10:00-10:30	<u>EN VOZ DE MUJER</u>					NUESTRA	XEBCO							
10:30-11:00	ESPACIOS	VIOLENCIA	FAMILIA	SALUD	CULTURA	COMUNIDAD	MENTARIOS							
11:00-11:30	REVISTA MUSICAL					RECONDANDO		REVISTA						
11:30-12:00						(MALADAS)		MUSICAL						

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
12:00-12:30				ISSSTE	LA VOZ	UD. Y AUT.	BARRAS
12:30-13:00	P. REFLEXION				DEL MPO.	SONIDO	Y
13:00-13:30	SONIDO INSTRUMENTAL					INSTRU-	ESTRELLAS
13:30-14:00					OP. Y RUID.	MENTAL	
14:00-14:30	EL NOTICARIO					EL NOTICARIO	
14:30-15:00	COLIMA INFORMA					N. PALABRAS	S. INSTRUM
15:00-15:30	CON LOS CLASICOS						
15:30-18:00							
16:00-18:30	ENSAMBLE					N. COMPOS.	MUSICA DEL
16:30-17:00	FRANCIA P.					HIST. BOLERO	MUNDO
17:00-17:30	P. REFLEXION	INTEGRACION				MEXICO	5 GRANDES
17:30-18:00						CANTA	CAN. MEX
18:00-18:30						EL CANTO DE	
18:30-19:00						UN CONTINENTE	
19:00-19:30	EL NOTICARIO					EL NOTICARIO	
19:30-20:00	COLIMA INFORMA					ALA DEL TANGO	BOLEROS
20:00-20:30	NOCHE MEXICANA					HOY TANGO	DOMINGO
20:30-21:00						A. LARA	
21:00-21:30	BOLEROS	LO NUESTRO	TANEA PUBLICA	BOLEROS	MOMENTO	SINFONICO	
21:30-22:00	AGUSTIN LARA Y SUS INTERPRETES				BOHEMIO		
22:00-22:30	SERENATA					P. REFLEXION	HORA
22:30-23:00							NACIONAL
23:00-23:30	TROVADORES					SERENATA	
23:30-24:00							

HIMNO NACIONAL A LAS 00:00 Y 06:00 HORAS

XEBCO  
 CARTA PROGRAMATICA  
 MARZO A SEPTIEMBRE DE 1993

HORA	LUNES	MARTES	MIERCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO							
00:00-00:30	SALON MEXICO						SALON DE							
00:30-01:00							BAILE							
01:00-01:30	VARIEDAD NOCTURNA													
01:30-02:00														
02:00-02:30														
02:30-03:00														
03:00-03:30														
03:30-04:00														
04:00-04:30														
04:30-05:00														
05:00-05:30								COLIMA EN EL CAMPO						
05:30-06:00														
06:00-06:30														
06:30-07:00														
07:00-07:30	EL NOTICARIO													
07:30-08:00	COLIMA EN EL CAMPO													
08:00-08:30	CAMINITO DE LA ESCUELA					EL NOTICARIO								
08:30-09:00						CON SABOR								
09:00-09:30	RITMO TROPICAL					AFROANTILLANO								
09:30-10:00														
10:00-10:30	<u>EN VOZ DE MUJER</u>					NUESTRA	XEBCO							
10:30-11:00	ESPACIOS	VIOLENCIA	FAMILIA	SALUD	CULTURA	COMUNIDAD	MENTARIOS							
11:00-11:30	REVISTA MUSICAL					RECORDANDO	REVISTA							
11:30-12:00						(BALADRI)	MUSICAL							

HORA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
12:00-12:30	SONIDO INSTRUMENTAL			ISSSTE	LA VDZ	UD. Y AUT.	BARRAS
12:30-13:00				DEL MPO.	SONIDO	Y	
13:00-13:30				OP. Y RUID.	INSTRU-	ESTRELLAS	
13:30-14:00				MENTAL			
14:00-14:30	EL NOTICARIO					EL NOTICARIO	
14:30-15:00	CDLIMA INFORMA					N. PALABRAS	S. INSTRUM.
15:00-15:30	CON LOS CLASICOS						
15:30-16:00							
16:00-16:30	E N S A M B L E					N. COMPOS.	MUSICA DEL
16:30-17:00	FRANCIA P.					HIST. BOLENO	MUNDO
17:00-17:30	I N T E G R A C I O N					MEXICO	6 GRANDES
17:30-18:00						CANTA	CAN. MEX.
18:00-18:30	LA MUSICA ALREDEDDR DEL MUNDO				REV. DEPORTIVA	EL CANTO DE	
18:30-19:00					UN CONTINENTE		
19:00-19:30	EL NOTICARIO					EL NOTICARIO	
19:30-20:00	CDLIMA INFORMA					ALR. DEL MUNDO	BOLEROS
20:00-20:30	NOCHE MEXICANA					HOY TANGO	
20:30-21:00						A. LARA	DOMINGO
21:00-21:30	CITA CON EL RECUERDO			LO PUBLICO	TAREA PUBLICA	MOMENTO	SINFONICO
21:30-22:00				BOHEMIO			
22:00-22:30	SERENATA						HORA
22:30-23:00							NACIONAL
23:00-23:30	TROVADORES					SERENATA	
23:30-24:00							

HIMNO NACIONAL A LAS 00:00 Y 06:00 HORAS

#### 4.2.3. Programas de la emisora.

##### Salón México

00:00 - 01:00. Lunes a sábado.

Se programa música de salón con ritmos tales como danzón, cha cha cha y mambo.

Público: trabajadores nocturnos y desvelados.

##### Variedad Nocturna

01:00 - 05:00 Lunes a viernes y domingo.

01:00 - 06:00 Sábado.

Como su nombre lo indica se programa una gran variedad de ritmos, preferentemente música de "banda".

Público: Trabajadores nocturnos y desvelados.

##### Colima en el Campo

05:00 - 07:00 Lunes a viernes.

06:00 - 08:00 Sábado.

05:00 - 08:00 Domingo.

Se programa música popular mexicana, predominantemente los géneros vernáculo y ranchero.

Público: Público madrugador. Trabajadores del campo y la zonas urbanas.

##### El Noticiero (IMER)

07:00 - 07:45 Lunes a viernes.

14:00 - 14:45 Lunes a viernes.

19:00 - 19:45 Lunes a viernes.

08:00 - 08:30 Sábado y domingo.

14:00 - 14:30 Sábado y domingo.

19:00 - 19:30 Sábado y domingo.

Se recibe señal vía satélite desde la Cd. de México. El segmento Informativo es elaborado por la Dirección de Noticiarios del IMER. Su contenido es de información nacional, internacional, cultura y deportes.

##### Colima Informa

07:45 - 08:00 Lunes a viernes.

14:45 - 15:00 Lunes a viernes.

19:45 - 20:00 Lunes a viernes.

Este servicio informativo está dirigido a todo público y contiene la información local más relevante.

Su perfil es totalmente noticioso. La edición matutina se transmite grabada; la segunda es, por lo general, 25% en vivo y 75% grabada; la tercera es totalmente en vivo.

Las fuentes del noticiero local son el sector político, el ejecutivo estatal y sus dependencias, el sector privado, las representaciones de las dependencias federales y deportes. El servicio informativo cuenta con un coordinador y tres reporteros, dos de ellos cubren información general y el restante la fuente deportiva.

A partir de septiembre de 1992 se cambió la producción del noticiero, modificándose entrada, salida y clic o corte entre notas; se dotó a los reporteros de grabadoras, cassettes y pilas, a efecto de que su información contuviese sonido o testimonial de la fuente y se les permitió que cada uno grabase sus notas, dado que durante las administraciones que la operaron en los periodos del 31 de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991 y del 15 de noviembre de 1991 al 12 de agosto de 1992, los reporteros redactaban la información para que el coordinador les diera lectura en cabina.

**Caminito de la Escuela**

08:00 - 09:00 Lunes a viernes.

Programa con teléfono abierto, dirigido al público infantil que, a través de la línea, pide canciones, expresa sueños, cuentos, adivinanzas.

**Ritmo Tropical**

09:00 - 10:00 Lunes a viernes.

Se programan ritmos afroantillanos tales como rumba, salsa, son, merengue, huahuancó, entre otros.

Público: todo público.

**En Voz de Mujer**

10:00 - 11:00 Lunes a viernes.

Programa dirigido a la mujer, que aborda los espacios en que participa; amor y violencia en torno a ella; salud, belleza y alimentación alternativa, y arte y cultura femenina.

**Revista Musical**

11:00 - 12:00 Lunes a viernes y domingo.

Programa dirigido a público de 14 años en adelante en el que se pasa revista a las baladas contemporáneas en boga.

**Sonido Instrumental**

12:00 - 14:00 Lunes a miércoles.

12:30 - 14:00 jueves.

13:00 - 13:30 viernes.

12:30 - 14:00 sábado.

14:30 - 15:00 domingo.

Dirigido a todo tipo de público. Se programan materiales de música instrumental, desde clásica contemporánea hasta la llamada música de "supermercado".

**Con los Clásicos**

15:00 - 16:00 Lunes a domingo

Programa dirigido a estudiantes y profesionistas que gustan de las obras clásicas. Generalmente se presentaba una obra completa, con las referencias del compositor y del o los intérpretes. Se invitaba a la audiencia a que colaborara en la emisión, llevando sus materiales musicales y sus conocimientos sobre el tema.

**Ensamble de Jazz**

16:00 - 17:00 Lunes a viernes

Dirigido a estudiantes y profesionistas que gustan del blues, rhythm and blues y jazz en todas sus expresiones. A lo largo de las transmisiones se procuraba contextualizar al compositor y/o intérprete, proporcionando referencias musicales y/o biográficas. Se invitaba al público a participar en la emisión con materiales y a compartir sus conocimientos en este género.

**Integración.**

17:00 - 18:00 Lunes a viernes.

Programa dirigido a los jóvenes, en el que se difunde rock, preferentemente en español y de músicos mexicanos alternativos, que no se difunden generalmente en la Industria. Se intentaba contextualizar a los grupos y se proporcionaban datos de los mismo. Al igual que con las emisiones Con los Clásicos y Ensamble de Jazz se invitaba a los radioescuchas interesados a llevar materiales musicales para transmitirlos y participar en el programa comentando la discografía. A la vez, un locutor, de profesión sociólogo, realizaba entrevistas, en la calle, con jóvenes sobre un tema previamente seleccionado y se procuraba contextualizar la problemática elegida. Era un foro para la discusión de temas que proponían los Centros de Integración Juvenil.

**La Música Alrededor del Mundo**

18:00 - 19:00 Lunes a jueves.

18:30 - 19:00 Viernes.

19:30 - 20:00 Sábado.

16:00 - 17:00 Domingo.

Dirigido a todo público, preferentemente jóvenes. Con objeto de dar a conocer la música de distintas partes del mundo, se programaban todo tipo de géneros, desde música popular latinoamericana hasta new age alemán.

**Noche Mexicana**

20:00 - 21:00 Lunes a viernes.

La transmisión de los servicios Informativos era utilizado como pretexto para marcar el tercer bloque de programación, el pensado para adultos, que gusta, por características culturales de la región, de la música popular mexicana. Con esta emisión iniciaba precisamente este bloque.

**Cita con el Recuerdo**

21:00 - 22:00 Lunes, martes y viernes.

21:30 - 22:00 Miércoles y jueves.

Programa dirigido a público mayor de 25 años, se programaban boleros. Se contaba con participación del público, que muchas veces sugería la música que quería escuchar.

**Serenata**

22:00 - 23:00 Lunes a viernes.

22:00 - 24:00 Sábado.

23:00 - 24:00 Domingo.

Dirigido al radioescucha romántico, se programaban solistas, tríos y rondallas. Esta emisión era bien recibida por la audiencia, a grado tal que frecuentemente enviaban poemas, que eran leídos a lo largo de la emisión. Se organizaron algunas cenas, en copatrocinio con un restaurante, desde donde se realizaba un control remoto.

**Trovadores**

23:00 - 24:00 Lunes a viernes.

Se programaban trovadores contemporáneos, tales como Silvio Rodríguez, Alberto Cortés, Joan Manuel Serrat, Pablo Milanés, entre otros.

**Con Sabor Afroantillano**

08:30 - 10:00 Sábado y domingo.

La programación era conformada por ritmos afroantillanos, tales como reggae, son, merengue, huaracha y huahuancó, entre otros.

**Nuestra Comunidad**

10:00 - 11:00 Sábado.

Programa de opinión, dirigido por un doctor, que abordaba temáticas médicas. Era un especie de consultorio al aire.

**Recordando el Ayer en el Sentimiento Joven de la Balada.**

11:00 - 12:00 Sábado.

Dirigido a todo público. Se programaban baladas en español de los años sesentas y setentas.

**México Canta, Presenta una Hora con...**

17:00 - 18:00 Sábado.

Programa dirigido al público que gusta de la música vernácula mexicana. Esta hora es dedicada a un músico o cantante consagrado en este género.

**El Canto de un Continente**

18:00 - 19:00 Sábado y Domingo.

Para todo público. Se programa música popular latinoamericana, la llamada "folclórica". Se procuraba difundir datos de los autores y/o intérpretes.

**Hoy Tango**

20:00 - 20:30 Sábado.

Esta emisión nació de un convenio de intercambio con un restaurante de comida argentina. El convenio feneció, pero la emisión permaneció. Emisión dirigida a público adulto.

**Agustín Lara y sus Intérpretes**

20:30 - 21:00 Sábado.

Programa dirigido al público que gusta de la música del compositor veracruzano, dirigida primordialmente a los adultos.

**El Momento Bohemio**

21:00 - 22:00 Sábado.

Se programaba música de solistas románticos. El público meta se componía de personas mayores de 25 años.

**Salón de Baile**

00:00 - 01:00 Domingo

Se programaba música para bailar, de todos los ritmos y de todos los géneros. Se atendía al público desvelado, que en sábado generalmente estaba en reuniones o fiestas.

**Barras y Estrellas**

12:00 - 14:00 Domingo.

Dirigido al público que gusta del sonido de las orquestas y grandes bandas de Estados Unidos, que se han convertido, con el paso de los años, en clásicos musicales.

**Los Cinco Grandes de la Canción Mexicana**

17:00 - 18:00 Domingo.

Pensado para público que gusta del género vernáculo. La hora se dedica a transmitir canciones de José Alfredo Jiménez, David Záizar, Pedro Infante, Jorge Negrete y Javier Solís.

**Boleros**

19:30 - 20:30 Domingo.

Se transmiten los boleros de compositores clásicos, en versiones originales o en nuevas interpretaciones.

**Domingo Sinfónico**

20:30 - 22:00 Domingo

Se programan obras sinfónicas completas.

**La Hora Nacional**

22:00 - 23:00 Domingo.

La primera media hora la señal es recibida desde la Ciudad de México vía satélite; la segunda media hora es producida, con los recursos de la emisora, por la Dirección General de Comunicación Social de Gobierno del Estado.

**4.2.4. Programas de Gobierno del Estado****Lo Nuestro**

21:00 - 21:30 Miércoles.

Programa que pretende ser de corte cultural, pero que carece de idea, producción e investigación, limitándose los encargados, a emitir opiniones sobre cualquier tópico y sin conocimiento certero del tema. Es una emisión totalmente prescindible.

**Tarea Pública**

21:00 - 21:30 Jueves.

Programa que supone el análisis de la tarea que desempeña el sector público estatal. Al igual que el anterior, carece de idea, producción e investigación, concretándose los conductores a emitir juicios y opiniones, sin contar con un conocimiento de la administración pública ni de sus tareas.

**Usted y su Autoridades**

12:00 - 12:30 Sábado.

Es el único programa de Gobierno del Estado que logra proporcionar información y orientación a la comunidad. Previa investigación, bajo el formato de entrevista, se aborda sobre el tema que el invitado conoce; sin hacer concesiones logra credibilidad y presencia.

**XEBComentarios**

10:00 - 11:00 Domingo.

Pretendiendo ser una revista de la actividad municipal, del quehacer político en ese nivel de gobierno, la emisión, en su totalidad hablada, resulta antradiofónica, pues cansa al escucha y no logra concluir la revisión de los temas, fundamentalmente porque carece de investigación.

**La Hora Nacional (Media hora local)**

22:30 - 23:00 Domingo.

En formato de revista, se abordan a razón de 2 a 3 temas por emisión, más una breve y ocasional sección informativa. Los temas tienen relación con festividades populares, tradiciones, leyendas, entre otros, fundamentalmente de la región.

#### 4.2.5. Coproducciones

##### Francia Presenta

16:30 - 17:00 Miércoles.

Coproducción XEBCO - Alianza Francesa, campus Colima.

En formato de revista se brinda un panorama de la cultura francesa en general, se comentan las particularidades artísticas, deportivas, musicales, entre otras de aquel país. En marzo de 1993, se firmó el convenio de intercambio, que obliga a la emisora a transmitir el programa y a la Alianza Francesa a surtir de material musical a la estación.

##### Opiniones y Ruiditos

13:30 - 14:00 Viernes.

Coproducción IMER/UPN.

En opiniones, segmento de 15 minutos, se charla con un invitado sobre un tema educativo. Ruiditos es una producción grabada de 15 minutos que envía la Dirección de Producción del IMER.

La producción y conducción está a cargo de la Universidad Pedagógica Nacional, campus Colima.

##### Nuestras Palabras

14:30 - 15:00 Sábado

Programa del Instituto Nacional de Educación para los Adultos (INEA).

Se transmite bajo orden de transmisión de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía. El programa es coordinado por la Delegación del INEA en el Estado y da cuenta de los planes y programas así como los avances en su ejecución, que mantiene ese Instituto en la entidad.

##### Nuestros Compositores

16:00 - 16:30 Sábado.

Coproducción XEBCO/Asociación de Autores y Compositores de Música del Estado de Colima.

Pretende dar a conocer la producción de los compositores colimenses. La emisión carece de calidad en las grabaciones que presenta, pues son realizadas por los propios compositores con equipo casero, no obstante resulta un foro de expresión para la creación.

#### 4.2.6. Programas Patrocinados

##### Caminito de la Escuela

08:00 - 09:00 Lunes a viernes.

Programa dirigido al público infantil. Cuenta con teléfono abierto, mediante el cual los niños plantean y responden adivinanzas, platican sus sueños, piden las canciones infantiles que les gustaría escuchar.

Patrocinador: Dulcería "La Económica".

Costo por emisión: N\$250.00 más IVA.

##### Presencia del ISSSTE en Colima

12:00 - 12:30 Jueves.

Programa patrocinado por el ISSSTE, Delegación Colima. Emisión totalmente institucional.

Costo por emisión: N\$150.00 más IVA.

##### La Voz del Municipio

12:00 - 12:30 Viernes.

Emisión que paga el Ayuntamiento del Municipio de Colima. Es una emisión totalmente institucional.

Costo por emisión: N\$200.00 más IVA.

Revista Deportiva

18:00 - 18:30 Viernes

Programa que financia la Agencia de Información y Publicidad y que, como su nombre lo indica, en formato de revista aborda temas deportivos del Estado.

Costo: N\$300.00 más IVA.

#### 4.2.7. Continuidad

Como se señaló en párrafos anteriores, el área de continuidad tiene por objeto sistematizar y ordenar todos los contenidos que serán difundidos en la bitácora diaria, señalando con precisión las horas de inicio y conclusión de los programas y los horarios en que deberán incluirse para su transmisión los promocionales, sean éstos de comercialización, de apoyo social, de tiempo oficial, de Gobierno del Estado, del IMER y/o de la radiodifusora.

Este departamento recibe todas las órdenes de comercialización y las turna, previa autorización de la gerencia o en su caso de la subgerencia, al operador-grabador para la realización del promocional y su posterior encartuchado; ya encartuchado el material, el continuista lo retoma, "bitacorea", es decir lo incluye en la hoja de continuidad, y lo turna al locutor-operador en turno para su transmisión de acuerdo a los horarios marcados en la bitácora.

El continuista entrega a la subgerencia la orden de grabación y de transmisión, que contiene la pauta contratada por el cliente. La subgerencia realiza la factura correspondiente de acuerdo a los datos que contienen tanto la orden de grabación como la de transmisión.

Las gerencias que administraron la emisora en los periodos del 1º de marzo de 1989 al 15 de noviembre de 1991 y del 15 de noviembre de 1991 al 12 de agosto de 1992, no fiscalizaban adecuadamente el área de continuidad, lo que motivó la transmisión de mensajes no autorizados. Paralelamente, los gerentes en turno establecieron convenios de intercambio de servicios, especialmente con restaurantes, de los cuales los beneficiarios eran ellos mismos.

La subgerencia únicamente facturaba lo que le era turnado por el continuista, que a su vez era autorizado por la gerencia para grabar promocionales, quedando sin cobro casos como los anteriores.

En síntesis, durante estas dos gerencias, no existió un efectivo control sobre la publicidad que salía al aire y que debía ser cobrada. En contraste, tampoco hubo un control sobre los servicios pagados y en muchas ocasiones no se transmitía la totalidad de impactos contratados, lo que generó pérdida de credibilidad en la clientela cautiva de la emisora, que paulatinamente dejó de contratar, con el consecuente descenso en las ventas, lo que se puede comprobar en la gráfica correspondiente.

Con el inicio de la última administración objeto de estudio, se estableció un mecanismo más de control en el área de continuidad. Este mecanismo consistió en la elaboración de hojas semanales en las que se vaciaba la información de las pautas de transmisión, tipificadas en comercialización por cliente, con su respectivo número de orden; tiempo oficial solicitado por dependencias o instituciones federales, con el respectivo número de oficio de RTC; tiempo de Gobierno del Estado, amparado con el respectivo oficio de la Dirección General de Comunicación Social; y tiempo de la emisora y/o IMER.

La suma de los tiempos totales que arroja cada una de estas hojas de seguimiento son cuadradas contra las órdenes de grabación y transmisión y con las hojas de continuidad.

Todos ello con objeto de eliminar la posibilidad de que se incluyeran promocionales que no contaran con el respectivo sustento que amparase su transmisión, con el consiguiente perjuicio para la radiodifusora y para el IMER.

#### 4.3. COMERCIALIZACIÓN

Un obstáculo importante, por el cual la emisora no tenía la posibilidad de establecer una comercialización agresiva, fue la falta de interés de las primeras administraciones, que no solicitaron las políticas de contratación a oficinas centrales del IMER; asimismo, las tarifas de contratación de servicios, superiores a las de la competencia local, hacían poco atractivos los planes de venta para los potenciales clientes. Si a ello le sumamos que no se transmitía totalmente la publicidad contratada, se entiende porqué los compradores de servicios optaban por transmitir sus campañas promocionales por otras emisoras.

En octubre de 1992, la administración que operó la emisora durante el periodo del 12 de agosto de 1992 al 31 de mayo de 1993, última del periodo analizado, solicitó a la Dirección de Comercialización del IMER las políticas de contratación vigentes y expuso la necesidad de reducir las tarifas a efecto de instrumentar una política de comercialización agresiva, que permitiera a la emisora brindar planes de ventas atractivos para los clientes y atacar así el mercado y revertir la tendencia de contratación, que se encontraba a la baja.

##### 4.3.1. Políticas de Comercialización

###### Políticas de contratación.

- 1.- Todos los anuncios comerciales deberán ajustarse estrictamente al tiempo contratado, aplicándose tarifas conforme a dicho tiempo; si los anuncios rebasaran el tiempo pactado en uno o más segundos, se cobrará la tarifa inmediata superior.
- 2.- Las cuotas señaladas en las presentes tarifas, no incluyen elementos artísticos, producción, grabación, locución, dirección artística, teatro, estudio o promoción.
- 3.- Las cuotas señaladas en las tarifas, son para los promocionales uniformemente distribuidos, de acuerdo a la disponibilidad en la programación. Los horarios que solicite el cliente con colocación especial, tendrán un cargo del 30%.
- 4.- Toda orden de cancelación deberá hacerse por escrito y con 48 horas de anticipación, cobrándose al cliente la totalidad de los servicios prestados, hasta el momento en que opere dicha cancelación. En patrocinios exclusivos o copatrocinios de programas especiales y no institucionales, no se admitirán cancelaciones.
- 5.- El IMER se reserva el derecho de aceptar o rechazar la publicidad, cuando ésta no satisfaga sus normas generales.
- 6.- En el caso de las radiodifusoras foráneas, las tarifas que rijan serán las que están establecidas para cada una de ellas.
- 7.- Solamente se pagarán comisiones al personal contratado por la Dirección de Comercialización del IMER para venta de tiempo en las diferentes estaciones que la conforman, quedando excluidos aquéllos que realicen cualquier otra función, diferente a la comercialización que no hayan sido ni puedan ser contratados para el efecto.
- 8.- El Instituto Mexicano de la Radio otorgará 15% de comisión a las agencias de publicidad nacionales y locales reconocidas, derivado de la venta de tiempo en las que estas actúen como intermediarios.
- 9.- En la contratación de servicios cuyo pago se realiza con cargo a recursos etiquetados, no se otorgarán descuentos y bonificaciones.

10.- En la venta de producción o transmisión que se efectúe por el sistema de intercambio, no se harán descuentos ni bonificaciones y se procederá según las normas señaladas en el Manual de Procedimientos de Control para el Uso de Intercambios, como estrategia de comercialización.

11.- Cualquier venta realizada por ejecutivos de cuenta, comisionistas o terceros, sólo quedará perfeccionada cuando la Dirección de Comercialización lo apruebe, circunstancia que deberá ser expuesta a clientes y anunciantes.

12.- En la venta de tiempo de transmisión, serán susceptibles de comercialización hasta 12 minutos por hora, de los cuales el Instituto se reserva el derecho de comercializar, por su propia cuenta, dos minutos del tiempo comercial. En el caso de que se trate de patrocinios exclusivos, el contratante pagará al Instituto el importe del tiempo correspondiente a tarifas vigentes, sin descuentos ni bonificaciones.

Como se señala en el punto seis de las Políticas de Contratación, que especifica que "para las radiodifusoras foráneas, serán las que están establecidas para cada una de ellas", para la XEBCO se consiguió que la Dirección de Comercialización autorizara la venta de tiempo con hasta 50% de descuento en las tarifas vigentes publicadas, según el tipo de contratación.

Para fines de octubre de 1992 se logró la regularización de los comisionistas que venden tiempo de la XEBCO, a través de la suscripción de los respectivos contratos, avalados por la Dirección de Comercialización del IMER.

#### 4.3.2. Convenios mercantiles e institucionales.

Las dos primeras de las tres administraciones que conforman el periodo de análisis, establecieron convenios de intercambio de servicios sin que mediara un documento que avalara, tanto los compromisos de la radiodifusora, como los de la contraparte.

La gerencia que operó la emisora del 12 de agosto de 1992 al 31 de marzo de 1993, estableció convenios mercantiles, avalados mediante contrato, con empresas de la localidad y con agencias de publicidad de Guadalajara, que manejan cuentas de empresas asentadas en Jalisco y que tienen negocios en Colima.

Así, se concertaron convenios con AGA de Colima, AGA de Tampico, Coca Cola de Colima, la tienda departamental La Marina, dulcería La Económica, IUSACEL, Envasadora de Productos Naturales El Grullense, con la Delegación Estatal del ISSSTE, con el Ayuntamiento del Municipio de Colima, todos ellos contratos superiores a seis meses de duración.

Con la Universidad Pedagógica Nacional se estableció un convenio mercantil que implicó la producción y transmisión de cápsulas pedagógicas.

Por lo que se refiere a convenios institucionales, se concretó un intercambio de servicios con el Ayuntamiento de Villa de Alvarez, que obliga a la radiodifusora a apoyar la difusión de los programas de ese nivel de gobierno, y al Ayuntamiento lo obliga a brindar apoyo en el desmonte del terreno de la emisora y a prestar servicios tales como recolección de basura, alumbrado, agua y en la reparación del sistema radiador.

## CONCLUSIONES

El marco jurídico para la operación de la industria de radio y televisión en nuestro país, se encuentra definido en la Ley Federal de Radio y Televisión, que data del 19 de enero de 1960, y en su respectivo Reglamento, publicado en el Diario Oficial de la Federación 13 años después: el 4 de abril de 1973, así como en la Ley de Vías Generales de Comunicación, que data del 19 de febrero de 1940.

La legislación en la materia ha sido rebasada por las condiciones reales de operación de la industria, en donde las nuevas tecnologías y sus usos sociales, alianzas estratégicas entre empresarios del ramo, tráfico y traslado, mediante venta, de concesiones, han confluído en prácticas que las leyes no contemplan. Por ello es urgente e indispensable la promulgación de una nueva y amplia legislación en la materia, orientada a controlar el uso de las concesiones y permisos, que permita a la vez abrir la competencia, en condiciones de equidad, a nuevos actores que participen en la industria para romper, los monopolios en radio y televisión.

Como se señaló en el segundo capítulo del presente documento, la Ley en la materia reconoce la propiedad de la Nación sobre el espacio aéreo y del medio de propagación de las ondas electromagnéticas, para lo cual establece dos figuras para la difusión de señales: *concesión* y *permiso*.

Un serio problema, derivado de la omnipresencia de la autoridad presidencial en México, es la discrecionalidad que se le otorga al Ejecutivo Federal, a través de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, en la asignación de concesiones y permisos para la instalación y posterior operación de estaciones de radio y televisión.

Este ejercicio discrecional y arbitrario del poder ha dado como resultado la integración de monopolios en esta industria, tales como, en televisión, Televisa y, en radio, las grandes cadenas como la Asociación de Concesionarios Independientes de Radio, Corporación Mexicana de Radiodifusión, Frecuencia Modulada Mexicana, Organización Radio Centro y Radorama, entre otros, motivando que, alrededor de mil emisoras que operan en el territorio nacional, sean manejadas por 6 ó 7 grupos radiofónicos.

Ante estos actos de autoritarismo, no existe en México instancia alguna que resuelva posibles controversias respecto a la asignación y/o negación de concesiones o permisos para instalar y operar estaciones de radio y televisión. Tal circunstancia han enfrentado los promotores de las Universidades Autónomas de Guerrero y Puebla, a quienes reiteradamente se les ha negado la asignación de permiso para instalar una estación de radio, bajo el tecnicismo de que no existen frecuencias disponibles.

La falta de previsión de los legisladores y el pragmatismo gubernamental, se han conjugado para que el Estado, contraviniendo lo dispuesto por la legislación en la materia, opere frecuencias concesionadas y que algunas de sus estaciones que se encuentran bajo la figura de permiso, comercialicen los espacios de transmisión.

El marco legal presenta una serie de vacíos y ambigüedades que han sido maliciosamente interpretados en provecho siempre del emisor, público o privado, nunca en favor del radioescucha. Así, en base a una declaración de buena fé se establece que la radio y la televisión son actividades de interés público y que deberán cumplir con "su función social", que consiste en una serie de principios en favor de "la familia, el pueblo y la niñez", pero no se especifica en ningún caso cómo se traducirán, esos principios, en las transmisiones.

Una flagrante contradicción es el definir a esta actividad como de interés público, con una función social, y, por otra parte, facultar a los concesionarios para hacer uso comercial de las frecuencias. La experiencia colectiva puede dar cuenta de que las estaciones comerciales están dedicadas única y exclusivamente a obtener ganancias, vía la publicidad que transmiten.

Reproduciendo los vacíos y la falta de precisión en la legislación, el Estado creó el Instituto Mexicano de la Radio y le asignó prácticamente las mismas responsabilidades que al resto de la industria: ser instrumento de la educación y la cultura populares, contribuir al desarrollo armónico de la niñez, preservar los valores en que se fundamenta la identidad nacional, fortalecer las convicciones democráticas. Pero la traducción en los mensajes radiofónicos de estos principios, son dejados a la interpretación del Director General en turno.

De esta suerte, el Instituto ha sido puesto en manos de personas que responden a los intereses de quien les dio el cargo, por lo que la definición de la estrategia comunicativa (perfiles programáticos de cada emisora, línea editorial de los servicios noticiosos, etcétera) ha estado en función de las políticas que marca el Ejecutivo Federal y que el Director intenta hacer circular a través de los mensajes que se transmiten.

Durante su breve historia, el IMER obtuvo algunos reconocimientos por el empeño en buscar, al menos en la ciudad de México, atender a grupos de población que nunca habían sido interpelados por los medios electrónicos. Así, con Teodoro Rentería y Gerardo Estrada se estableció una estación para niños, la primera en Latinoamérica, XEDTL (hoy XERPM), Radio Rín, 660 khz; una emisora dedicada a jóvenes marginados, XHOF-FM, Estéreo Joven, 105.7 mhz; la primera frecuencia que recupera en la década de los ochenta el formato de noticias y comentarios XEMP, 710 khz; una más de música clásica, XHIMER, Opus 94, 94.5 mhz; continuaron las tradicionales B Grande de México, XEB, 1220 khz y la hora exacta, XEQK, 1350 khz.

Estos dos Directores incorporaron 14 estaciones a la llamada Red Federal IMER. Los proyectos radiofónicos implementados, especialmente con Estrada, fueron producto de una voluntad de dejar hacer, de una disposición a escuchar propuestas y hacer funcionar las viables, las que buscaban atender a sectores de población no representados en el cuadrante.

La llegada de Alejandro Montaña Martínez al IMER implicó la desaparición de los proyectos por emisora. Su primera acción fue eliminar la estación para niños y perfilar la emisora con música tropical y grupera; la segunda fue cambiar los contenidos de las barras de Estéreo Joven, que en buena medida eran elaborados por jóvenes representantes de algún grupo o asociación no gubernamental y, en su lugar, se programó música juvenil que se puede escuchar en cualquier otra estación; la tercera fue "embarcar" al Instituto en un proyecto de "cambio estructural", que consistió, básicamente, en construir un nuevo edificio para alojar a las emisoras instaladas en el Distrito Federal.

La orientación "neoliberal" de la política económica, la aplicó Montaña Martínez en todas las estaciones del IMER. La instrucción a las distintas áreas del Instituto fue "vender". Esta consigna da clara cuenta del sesgo mercantil que pretendió aplicar este funcionario en las 19 emisoras, en detrimento de la calidad de la propuesta, de la orientación social y del interés público que ambiguamente se le asignó en el Decreto de creación al organismo. Asimismo significó meter a la radio pública en el esquema de la iniciativa privada.

La cancelación de los proyectos de Radio Rin y Estéreo Joven son una muestra fehaciente del cambio que operó en el IMER. Esas emisoras trabajaban con una orientación social, buscaban atender a públicos perfectamente delimitados, carentes de voz; no fueron concebidas con finalidad mercantil. La llegada de Montaña Martínez al Instituto implicó la desaparición de los proyectos que no fueran económicamente rentables. Es decir, se dejó de lado la función social que la radio pública tiene por decreto desarrollar.

Montaña Martínez impulsó el esquema de la radio comercial en el IMER al privilegiar las ventas sobre los contenidos, en detrimento, como ya se apuntó, de la función social que le atribuyen los ordenamientos legales en la materia.

La instalación de la radiodifusora respondió, según información proporcionada por personal del IMER, a la necesidad de "tapar" la señal de la radiodifusora KPRZ-AM, de San Diego, Cal., E.U., operada por Salem Communications Corp., que se sintoniza en la frecuencia 1210 Khz., en las zonas de la costa norte y occidente del país, y cuyos contenidos son religiosos y para dar paso a la demanda del gobierno del estado de Colima por contar con un medio de comunicación de cobertura regional que le permitiera dar a conocer sus planes y programas.

La XEBCO Incidió en la comunidad colimense, particularmente en los habitantes de la capital del estado. En principio, la llegada de la emisora representó fuentes de empleo para la población; en segundo lugar, alteró los "equilibrios" del cuadrante radiofónico de la entidad, tanto en niveles de audiencia como en el mercado publicitario.

Por lo que se refiere a la alteración de los "equilibrios" del cuadrante, es prudente comentar que la XEBCO se presentó como una alternativa para las audiencias, ya que la radiodifusión comercial sustenta su oferta programática en la música para el "consumo emergente", la de moda, la pagada a nivel de negocio emisora-disco y a nivel "payola", es decir los contubernios entre las disqueras y programadores, operadores-locutores a fin de promocionar "los hits musicales". La emisora se presentó, entonces, como una opción para algunos sectores de radioescuchas, al programar géneros musicales que no se sintonizaban en el cuadrante de la localidad, lo que provocó que la radio concesionada revisara sus estrategias programáticas y abriera espacios similares.

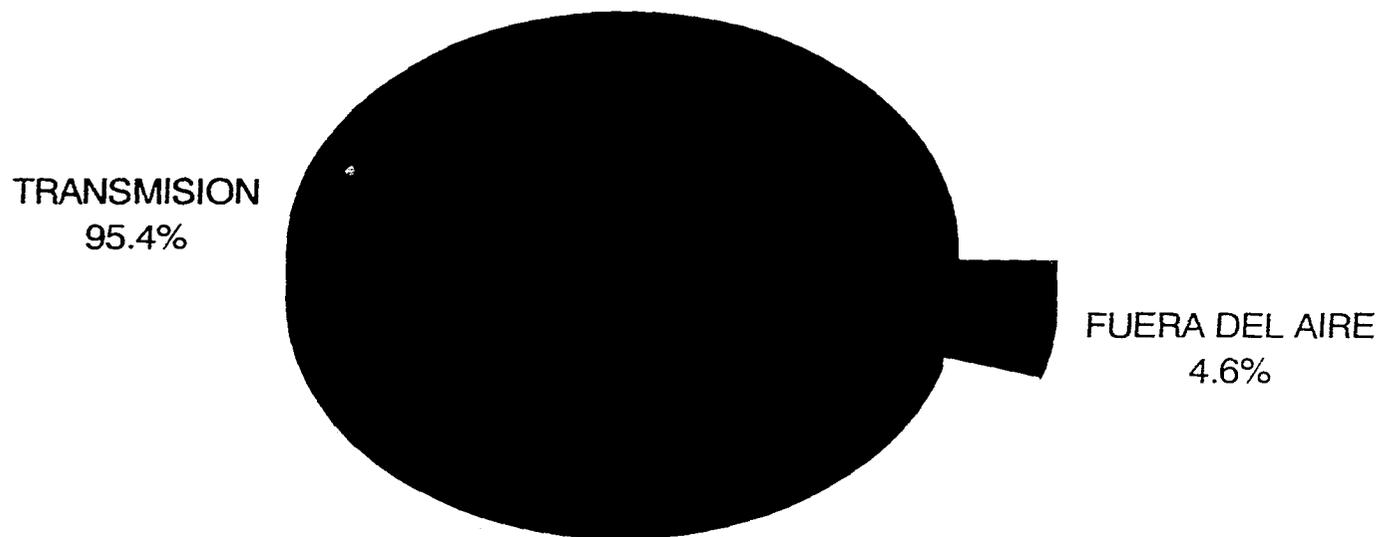
La alteración en la oferta radiofónica que representó la llegada de la XEBCO provocó la modificación de los "equilibrios" del mercado publicitario, ya que su vocación no respondía a intereses mercantiles, pues en sus primeros años la comercialización fue marginal, lo que implicaba no considerar a la audiencia como objeto-sujeto de consumo.

Es menester señalar que las radiodifusoras comerciales consideran a la audiencia en función de la búsqueda de nichos en ese mercado; de tal suerte que sus contenidos responden a la búsqueda de audiencias en puntos rating, es decir, el número de receptores por emisora que reportan las empresas dedicadas a estimar el número de radioescuchas (Nielsen, INRA e IBOPE), lo que les permite, a las empresas radiofónicas, justificar los costos de sus espacios.

Por lo que se refiere a la descripción de la operación de la emisora XEBCO, "Radio Occidente, La Voz de Colima" durante el periodo del 1º de marzo de 1989 al 31 de mayo de 1993, un lapso de 4 años 3 meses, tiempo en que fue operada por tres administraciones gerenciales, se puede concluir:

# PORCENTAJE DE TIEMPO EFECTIVO AL AIRE.

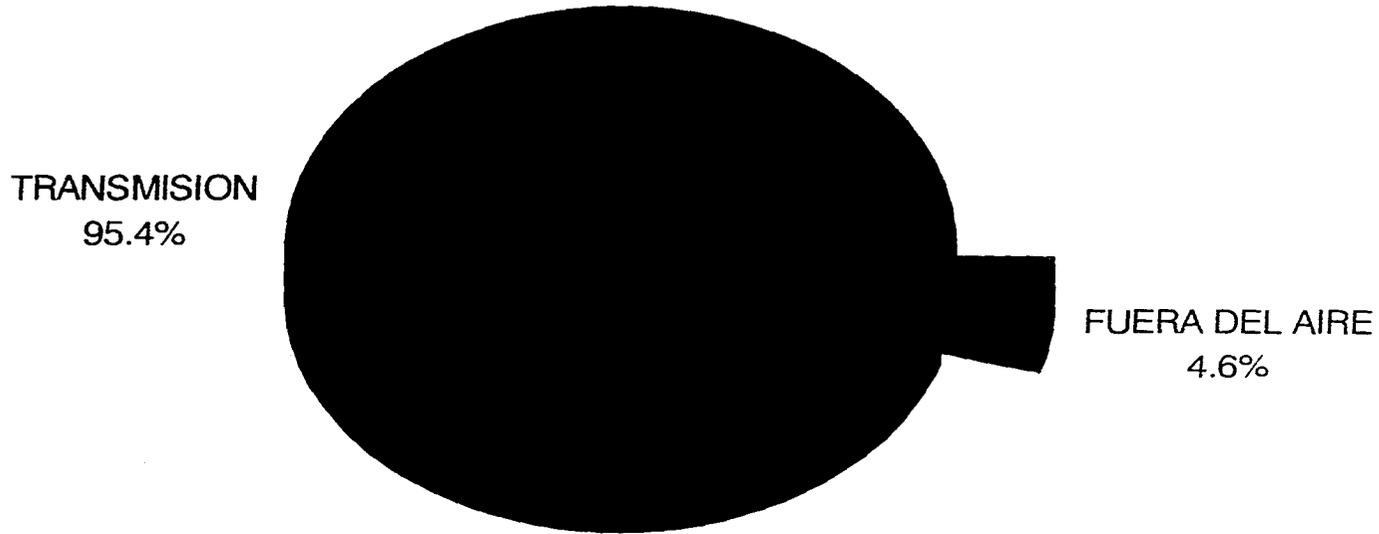
1º DE MARZO DE 1989 AL 31 DE MAYO DE 1993



37,303 HRS. = 100%

# PORCENTAJE DE TIEMPO EFECTIVO AL AIRE.

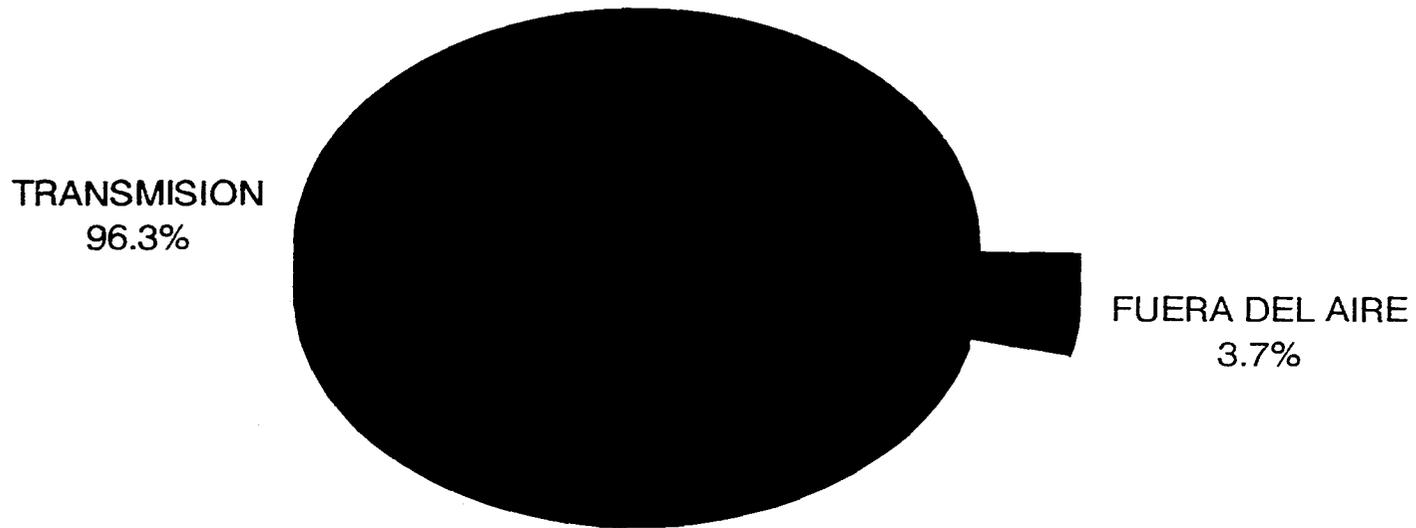
1º DE MARZO DE 1989 AL 31 DE MAYO DE 1993



37,303 HRS. = 100%

# PORCENTAJE DE TIEMPO EFECTIVO AL AIRE

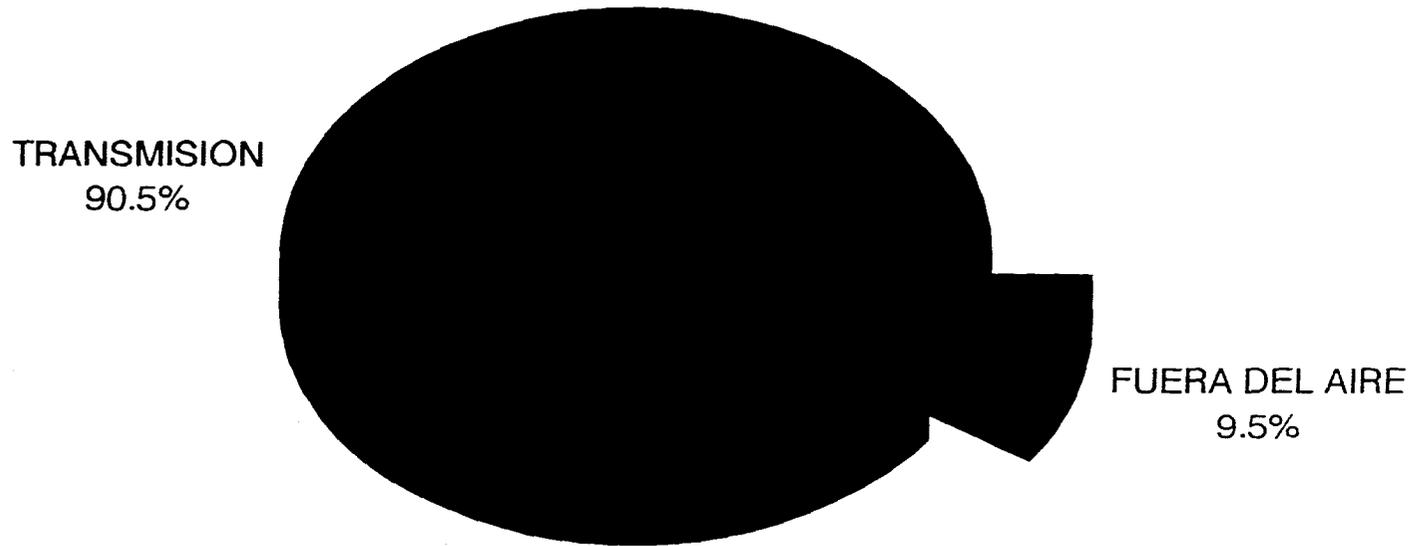
1º PERIODO GERENCIAL



24, 120 HRS. = 100%

# PORCENTAJE DE TIEMPO EFECTIVO AL AIRE

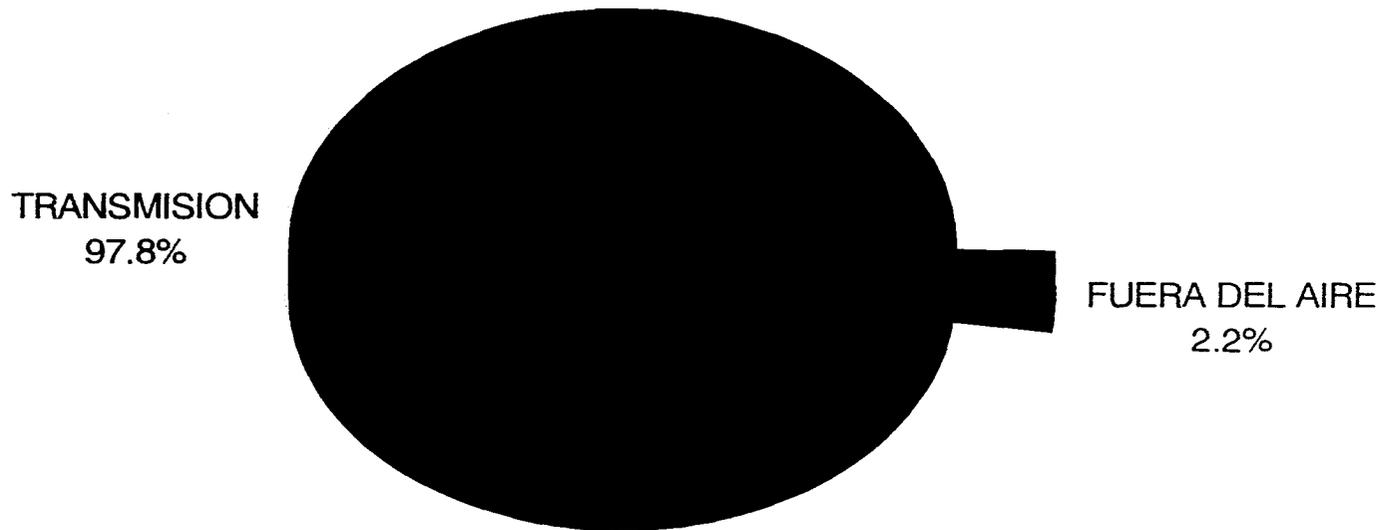
2º PERIODO GERENCIAL



7,297 HRS. = 100%

# PORCENTAJE DE TIEMPO EFECTIVO AL AIRE

3º PERIODO GERENCIAL



5, 886 HRS. = 100%

Que la radiodifusora tiene un amplio potencial que no ha sido debidamente aprovechado, ya que técnicamente, pese a poseer instalaciones y equipo suficiente y adecuado para brindar una cobertura total del Estado, las deficiencias en la instalación del plano de tierra (sistema terrestre de radiación de la señal) implicó que la transmisión no fuera recibida con la calidad necesaria en ciertas zonas de su área de cobertura, especialmente el norte de la entidad. Esta deficiencia se corrigió en septiembre de 1993.

En el periodo analizado: 4 años 3 meses, la emisora estuvo fuera del aire, por problemas técnicos derivados de la falta de mantenimiento 1,715 horas de un total de 37,303 horas, es decir 4.6%. Durante la primera gerencia, estuvo fuera del aire 892 horas de un total de 24,120, es decir 3.7%; durante la segunda, 685 horas de un total de 7,297, 9.4%; finalmente, durante la tercera, la emisora no transmitió 129 horas de un total de 5,886, es decir 2.2%. (ver anexo)

La calidad de emisión de la señal se refleja en la asiduidad con que el receptor escucha el canal. Ante una emisión técnicamente deficiente, el radioescucha o apaga su aparato o cambia de sintonía, por lo que es imprescindible transmitir con la mejor calidad técnica posible.

En cuanto al análisis específicamente administrativo de la emisora, se puede apuntar que en el periodo analizado, el manejo de recursos humanos, técnicos y contables manifestó desniveles, determinados por la actuación de cada uno de los gerentes, por los cambios en la dirección del IMER y en el ejecutivo estatal.

El primer gerente tuvo como director general del IMER a Gerardo Estrada y como gobernador a Elías Zamora Verduzco. Concluyó su gestión pocos días después de que Montaño Martínez asume la dirección general del Instituto y precisamente cuando Zamora Verduzco entrega la gubernatura a Carlos de la Madrid Virgen; el segundo gerente es designado, previo acuerdo con Montaño Martínez, por el Ejecutivo estatal; el tercero es propuesto por Montaño Martínez ante el cúmulo de problemas que evidenció la emisora durante la gestión del segundo gerente.

Los dos primeros asumieron el mando de la emisora sin contar con antecedentes en el área comunicativa. El primero de ellos es un economista que colaboró con el entonces gobernador Elías Zamora Verduzco. El segundo es un maestro normalista, que se manifestó muy activo en favor de la precandidatura de Carlos de la Madrid Virgen a la gubernatura del Estado. El tercero trabajó en el área de noticias en grupo ACIR y como subgerente de XHOF-FM, 105.7, Estéreo Joven, del propio IMER.

El último año de trabajo del primer gerente y los periodos de las dos siguientes administraciones se desarrollaron en un ambiente político tenso, en medio de un prisma escindido por el enfrentamiento entre los dos precandidatos del PRI a la gubernatura (es prudente precisar que el Estado ha sido tradicionalmente adepto a ese partido político y las oposiciones no tienen mayor representatividad en el electorado). La división político-electoral permeó todas las actividades públicas y llegó a profundizar las divisiones existentes entre la comunidad de trabajo de la emisora.

El desempeño del tercer gerente estuvo determinado por las instrucciones de Montaño Martínez de vender espacios a como diera lugar, eliminar los conflictos entre la comunidad de trabajo y entre ésta y la gerencia, reparar la emisora con los recursos que generara; por las presiones de algunas áreas del gobierno del Estado en el sentido de no cambiar el perfil de la emisora, atender sus necesidades de comunicación en materia de radio, no prescindir de los servicios de ningún empleado; por el conflicto laboral y político heredado de su antecesor, y por buscar encontrar fórmulas en la elaboración de los contenidos que invitaran a la población a escuchar las transmisiones.

Las condiciones de competencia le brindan a la emisora ventajas comparativas que, para la radio privada de la localidad, resultan insuperables: potencia autorizada de 50,000 watts, lo que supone la cobertura de toda la entidad y parte de estados circunvecinos -mientras que la competencia trabaja con potencias de 1,000 a 5,000 watts; autorización para transmitir las 24 horas del día- los radiodifusores privados transmiten diariamente entre 12 y 18 horas; difunde en la banda de amplitud modulada, la única estación con el mismo wattaje se sintoniza en la banda de frecuencia modulada; cuenta con receptor de satélite para la recepción de los servicios informativos, especiales y comerciales; además, es la estación piloto en el Estado.

Por lo que se refiere a los estándares de calidad de los mensajes que se hacen circular, resulta prácticamente imposible contrastar avances o retrocesos entre las tres administraciones que conforman el periodo en el que se centra este trabajo, puesto que sólo existe constancia de lo que se transmitió durante la última gerencia. Lo que sí se puede observar es que, a diferencia de las dos primeras administraciones, la tercera organizó dos cartas programáticas y elaboró la descripción de los programas.

Con base en ello se puede señalar que algunos de los programas que se incorporaron a la barra de programación, fueron ideados para satisfacer necesidades específicas de grupos de población tipificados por edad y género, en los cuales la participación de estos sectores era el elemento fundamental de los mismos.

Tal es el caso de "Caminito de la Escuela". Emisión dirigida a niños de 4 a 10 años, que escuchan la radio en compañía, generalmente, de su madre. La orientación del programa se sustentó en ofrecer cada día de la semana un tipo específico de propuesta para que los niños participaran vía telefónica o en cabina:

Lunes: "Gana con tu canción"  
 Martes: "Platícame un cuento"  
 Miércoles: "Adivina, adivinanza"  
 Jueves: "Cuéntame tus sueños"  
 Viernes: "Adivina la canción"

La emisión logró dinamismo por la participación de la audiencia y el entusiasmo de la conductora y productora, a grado tal que una o dos veces por semana educadoras y maestras (os) de guarderías, estancias infantiles y/o primarias, solicitaban autorización para llevar a sus alumnos al programa.

"En Voz de Mujer" era una emisión concertada con el "Centro de Apoyo a la Mujer" y el "Colectivo Femenista Coatlícue". Al igual que en "Caminito de la Escuela", se segmentó la temática por días:

Lunes: "Espacios"  
 Martes: "Amor y violencia"  
 Miércoles: "Familia y relaciones"  
 Jueves: "Salud, belleza y alimentación alternativas"  
 Viernes: "Arte y cultura femeninas"

Cada una de las emisiones contaba con secciones en las que se describía la participación de la mujer en la vida diaria. Se sugería, entre otras cosas, cómo contribuir a crear una cultura ecológica; se promovía que la mujer realizara una actividad deportiva; se orientaba a la mujer en caso de que fuese objeto de violencia. En "Ventana a las letras", del programa "Arte y cultura femenina" se recuperaba la obra literaria de mujeres.

La temática por día se centraba en la atención a la mujer: "Espacios" público y privado en que participan las mujeres; "Amor y violencia" de y en torno a la mujer; "Familia y relaciones", el papel que juega y el lugar que ocupa; "Salud, belleza y alimentación alternativa" de y para el género femenino y "Arte y cultura femeninas".

Cada día la emisión era conducida por una mujer: el programa de los lunes estaba a cargo de una socióloga; el de los martes de una pintora y diseñadora; el de los miércoles era responsabilidad de una psicóloga; el de los jueves era desarrollado por una médica cirujana y el de los viernes por una egresada de comunicación. Todas integrantes del Centro de Apoyo a la Mujer, miembros del Colectivo Coatlícue y con amplia experiencia en trabajo de base con mujeres colimenses.

La definición del programa pretendía que éste fuese una instancia de mediación entre las mujeres de la entidad con algún tipo de problema y el Centro de Apoyo a la Mujer. Se pensó la emisión como la punta de lanza para, por un lado, propiciar que las mujeres se acercaran al Centro y, por otro, para que las trabajadoras del Centro elaboraran investigación y análisis de las condiciones de vida de la mujer colimense.

Los viernes se incorporó a la carta programática "Revista Deportiva", que pretendió brindar un panorama del deporte amateur y profesional que se practica en la entidad. Una emisión de este tipo no existía en Colima, lo que implicaba la desatención de un sector importante de la población, fundamentalmente el juvenil. A las tres semanas de iniciada esta transmisión se empezaron a recibir en la emisora invitaciones de equipos de fútbol y beisbol, fundamentalmente, para cubrir sus juegos.

Con la Universidad Pedagógica Nacional, campus Colima, se concretó la transmisión de cápsulas informativo-pedagógicas de interés general; esquema que fue retomado por las cabezas de sector a nivel central, la UPN-México y el IMER. Paralelamente, se continuó con la coproducción de "Opiniones y Ruiditos", dirigida a estudiantes y maestros de la región.

Como se señaló en el punto 6 de este documento, la carta programática debe elaborarse a partir de estudios de audiencia que permitan identificar los gustos, necesidades, demandas, hábitos de consumo de medios y asiduidad a la radio de la población. Los datos que arrojen los estudios de audiencia serán la pauta que dé origen a los programas y a la estructura de programación.

Las tres administraciones nunca realizaron una investigación de audiencias que orientara el perfil de la radiodifusora. De esta suerte, la elaboración de la programación durante la última gerencia fue a partir de bases totalmente empíricas y de sentido común, pues no se contó con el conocimiento de las necesidades y demandas de la población que se buscaba atender.

La estrategia para la elaboración de los contenidos fue a partir de la experiencia laboral del grupo de trabajo de la emisora y de considerar que los medios de comunicación, específicamente la radio, generan y hacen circular productos "culturales".

## ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA.

Se consideró necesario no demarcar el concepto cultura al de la alta cultura, la legítimada; sino la cultura popular, entendida como el reacomodo de estrategias con las que las clases subalternas apuntalan sus condiciones de vida, de intercambios -económicos y simbólicos- interclase y supraclase; es decir, que la cultura popular se hace cotidianamente y proviene de todos los segmentos socioeconómicos (edad, sexo, ocupación, etcétera), lo que arroja un híbrido, una entelequia cultural, en donde conviven la excelstitud del arte con el romanticismo artesanal, el esteticismo de la alta cultura y una suerte de compasión por el folclor.

Desde esta perspectiva la concepción de los contenidos se desarrolló bajo el concepto "Pluralidad Cultural en Radio", lo que quería representar que todas las manifestaciones culturales tenían cabida en la programación: desde la música clásica hasta la de los compositores de la localidad, desde el rock inglés hasta los ritmos afrocaribeños, las propuestas de la llamada "sociedad civil" encontraron los micrófonos abiertos.

Si se buscaba la pluralidad, ésta debía de plasmarse en el manejo de la información política, tanto en noticiarios como en programas de opinión. Así, se puso especial cuidado en buscar equilibrios entre las emisiones partidistas.

Los noticiarios fundamentan su transmisión en la información que generan las "instituciones legítimas", esto es, las confederaciones de trabajadores, campesinos, los grupos empresariales, las dependencias gubernamentales -en cualesquiera de sus tres niveles-, los partidos políticos, entre otras y dejan de lado la información que procede de la llamada "sociedad civil".

Los servicios informativos que se producen localmente han sido responsabilidad del gobierno del estado, que, en su calidad de socio de la emisora, demandó el manejo noticioso a nivel local, en tanto el IMER se responsabilizó de los servicios nacionales.

De esta manera, los noticiarios han padecido el sesgo de la institucionalidad gubernamental, cuando no gobiernista; han sido espacios para la apología de los funcionarios públicos de los tres niveles de gobierno y tradicionalmente acriticos al poder. La audiencia no es representada por los servicios informativos que difunde la emisora, ni los de la localidad ni los que envía el IMER central.

Por lo que se refiere a los programas de contenido político, el PRI local, acostumbrado por los concesionarios y por todas las gerencias previas de la emisora, a tener acceso inmediato a sus demandas de tiempo al aire, presionó, vía el Secretario de Gobierno y el Director de Comunicación Social, a la tercera administración para contar con un programa semanal. La petición fue contenida en cuanto se les precisó, primero, que si se abría un espacio para ese partido era menester otorgar espacios similares al resto de los partidos y, segundo, que si bien la emisora era del Estado, ello no quería decir que perteneciese al partido del Estado.

Las unidades y horas producidas a la semana dan cuenta de que existe un desequilibrio en el tipo de programas que se ofertan a la audiencia, pues de 168 horas semanales de transmisión tan sólo 11 horas 30 minutos están consideradas como de servicio social, mientras la barra musical rebasa las 130 horas a la semana.

Unidades	Tipo de programa	Horas
100	Musicales	131:15'
5	Infantiles	5:00
36	Noticiosos	18:00
4	Opinión	1:15'
13	Servicio social	11:30'
1	Hora nacional	1:00
159	Total	168:00

En resumen, se desconoce si, como ha sido perfilada la emisora, satisface las necesidades sociales, de información y entretenimiento, de la población que busca atender. Por ello se propone una investigación que dé cuenta del perfil de audiencia y de las demandas de ésta en términos radiofónicos.

Para realizar este tipo de aproximación se requiere delimitar un marco muestral y elaborar un cuestionario que arroje datos sobre el perfil de audiencia de la XEBCO, por edad, sexo, nivel socioeconómico y ocupación.

La definición del marco muestral debe ser delimitado por las áreas de cobertura de la radiodifusora en Colima y con base en los datos poblacionales del XI Censo General de Población y Vivienda. Las variables, en tanto, deberán ser agrupadas en:

- Datos generales.
- Asiduidad a la radio.
- Preferencias radiofónicas por género musical.
- Preferencias radiofónicas de información.
- Preferencias de información en general.
- Credibilidad de la radio.
- Credibilidad informativa de la televisión.
- Credibilidad informativa de los diarios.
- Asiduidad y opinión a y de la XEBCO.

La implementación, el 18 de marzo de 1993, del Programa de Retiro Voluntario, ordenado por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público a través de las oficinas centrales del IMER, implicó la reducción de 12 plazas en la radiodifusora, al pasar de 35 empleados a 23. Los despidos disfrazados se reflejaron en el gasto corriente por concepto de nómina y supusieron la definición y reasignación de funciones, compactando actividades.

Por lo que se refiere a los niveles de comercialización se puede decir que la radiodifusora tiene un potencial de ventas amplio, en la medida que se define una política de contratación que contemple las particularidades del mercado, atacando primordialmente al sector servicios, dado que la planta industrial es incipiente; diseñando planes de ventas adecuados a la oferta de servicios radiofónicos en la entidad, esto es, que sean flexibles en cuanto a reducción de tarifas y bonificaciones, incrementando contratos de larga duración, en donde se asegure al cliente: precio en tarifas, bonificaciones, descuentos y seriedad en la transmisión de lo contratado.

Como se puede observar en la gráfica de ventas, la tendencia ha sido discontinua, alcanzando su pico más alto en mayo de 1993, seguido por el mes de marzo de ese mismo año y en tercer lugar el mes de marzo de 1990. En contraste, los meses menos productivos fueron octubre de 1989, seguido de octubre de 1991 y en tercer lugar noviembre de 1992.

Al realizar la media de ventas por periodo gerencial se encontró que en la administración del primer gerente el promedio mensual fue de N\$6,292.69; del segundo fue de N\$7,162.02, y del tercero de N\$13,377.12.

En cuanto a Aportaciones de Gobierno del Estado, durante la primera gerencia el promedio mensual fue de N\$18,238.50; durante la segunda administración fue de N\$24,051.91, y durante la tercera alcanzó N\$27,573.00.

Tal y como se expresa en la gráfica de erogaciones de la radiodifusora, el gasto promedio mensual en la primera administración fue de N\$36,470.39; en la segunda fue de N\$48,103.83, y en la tercera de N\$55,146.17.

Con estos datos podemos concluir que en el primer y tercer periodo gerencial se mantiene la relación entre ventas y gastos, representando el promedio mensual de ventas una cuarta parte del promedio mensual de las erogaciones; en tanto que en el segundo periodo la relación se modificó al representar el promedio mensual de ventas tan sólo la séptima parte del promedio mensual del gasto.

Es notorio que la emisora dista mucho de un equilibrio financiero, pues el gasto rebasa con mucho los recursos que la emisora se allega por concepto de la venta de espacios. Es necesario insistir en que la finalidad de este tipo de radiodifusión no es la explotación comercial de la frecuencia y que por Decreto es considerada como una actividad subvencionada por el erario público federal, pues persigue fines de otra naturaleza; es sí conveniente que avance en busca de operar con finanzas cada vez más equilibradas, lo que puede lograrse a través de la venta de espacios publicitarios y mediante el patrocinio de emisiones; de la eliminación de gastos superfluos tales como gastos de representación y de operar con el personal indispensable.

Para que la radiodifusión pública no represente una carga para el erario, es necesario que el gobierno federal elimine los privilegios que le ha otorgado a los industriales de la radio y la televisión y derogue el Acuerdo Presidencial que permite que los concesionarios paguen el impuesto por el uso del espacio aéreo en especie y se les obligue, como a todos los ciudadanos, a que coliquen en efectivo. Parte de los recursos que reciba la Federación por el pago de este impuesto debe canalizarse directamente a los medios electrónicos del Estado, con lo que la radiodifusión pública podría muy bien subsistir sin sobresaltos financieros.

La eficiencia en la operación de las emisoras que opera el Instituto Mexicano de la Radio depende en buena medida de que en la Dirección General sea designada una persona con conocimientos del medio, sensible a la importante función social que esta institución realiza y capaz de definir un proyecto global de radiodifusión pública, que deberá sustentarse en los proyectos específicos por emisora.

Consecuentemente, el Director General del IMER debe designar como colaboradores a personas que cumplan con los requisitos mínimos ya descritos, lo que permitirá eliminar prácticas inoperantes.

Un grave problema estructural, es que los diversos gobiernos federales no han definido claramente su política de comunicación social, que pasa por reglamentar el derecho a la información y el derecho a la recepción; acotar puntualmente y sin ambigüedades las responsabilidades de los concesionarios y permisionarios de la industria; establecer reglas transparentes para el acceso equitativo y plural de los partidos políticos en las diversas frecuencias; reconocer representatividad a las organizaciones civiles, no gubernamentales y obligar a los empresarios a otorgar espacios para la difusión de mensajes que provengan de estas instancias de la sociedad civil, así como atender el derecho de réplica de cualquier receptor; reestructurar y reglamentar los tiempos oficiales, al margen de las necesidades mercantiles y políticas.

La viabilidad de la radio pública trasciende los limitados rangos de acción y decisión de los funcionarios menores, como lo son el Director del IMER o gerente de cualquier emisora. Esta se encuentra en función de la política económica que desde el autoritarismo presidencial se desgana a todos los ámbitos de la vida nacional. Así, lo que hoy desde el poder es considerado como una actividad prioritaria y/o estratégica, mañana puede convertirse en un área secundaria susceptible de desincorporación o desaparición. De esta manera la radiodifusión pública esta sujeta a los vaivenes en la toma de decisión.

Lo que se espera de este tipo de radio, mientras exista, es que funcione apegada a principios de servicio social; atendiendo a los sectores de población que son menospreciados por la industria de la radiodifusión, en donde se interpela al receptor como consumidor, promoviendo roles y patrones de conducta que reditúen ganancias; se espera que promueva la asociación de grupos de individuos y los capacite para una recepción activa. Es decir, que estimule a la sociedad a participar en forma directa en la elaboración de los mensajes y sea corresponsable de vigilar que esta actividad responda a sus intereses y que éstos no sean acotados ni decididos en otros ámbitos.

## NOTAS.

### Capítulo 1.

- 1) PAOLI, José A., Comunicación en información. p. 11
- 2) Idem. p. 11
- 3) Idem. p. 11
- 4) **SCHRAMM**, Wilbur., Investigación de la Comunicación en los Estados Unidos, en la Ciencia de la Comunicación Humana. p. 12
- 5) Idem. p. 12
- 6) Idem. p. 11
- 7) **ESCARPIT**, Robert., Teoría de la Información y Práctica Política. p. 12
- 8) Idem. p. 17
- 9) Idem. p. 12
- 10) Idem. pp. 13, 14 y 15.
- 11) **SCHRAMM**, Wilbur., Investigación de la Comunicación en los Estados Unidos, en la Ciencia de la Comunicación Humana. p. 17
- 12) **PAOLI**, José A., Comunicación e Información. p. 15
- 13) **ESCARPIT**, Robert., Teoría de la Información y Práctica Política. p. 26 y 27
- 14) Idem., p. 28
- 15) Idem., p. 29
- 16) Idem., p. 45
- 17) Idem., p. 58
- 18) Idem., p. 117
- 19) **WOLF**, Mauro., La Investigación de la Comunicación de Masas., P. 24
- 20) Idem., p. 23
- 21) Idem., p. 29
- 22) Idem., p. 33
- 23) Idem., p. 31
- 24) Idem., p. 35
- 25) Idem., p. 37
- 26) Idem., p. 51
- 27) Idem., p. 51
- 28) **JANOWITZ**, M. y Robert O. Schulze, Tendencias de la Investigación en el Sector de la Comunicación de Masas, en Sociología de la Comunicación. I. p. 27
- 29) **MORAGAS**, Miguel de, Teoría de la Comunicación. Investigaciones sobre Medios en América y Europa., p. 52
- 30) **WOLF**, Mauro., La Investigación de la Comunicación de Masas., p. 71
- 31) Idem., p. 71
- 32) Idem., p. 129 y 130
- 33) Idem., p. 131
- 34) **FISKE**, J., Introducción al Estudio de la Comunicación, p. 51
- 35) Idem., p. 51
- 36) **WOLF**, Mauro, La Investigación de la Comunicación de Masas., pp. 138 y 139
- 37) Idem., p. 142
- 38) **MORAGAS**, Miguel de, Teorías de la Comunicación de Masas. Investigación sobre Medios en América y Europa., pp. 184 y 185
- 39) **FRIEDMAN**, G., La Filosofía Política de la Escuela de Frankfurt., p. 16
- 40) Idem., p. 18

- 41) **SAPERAS**, Lapiedra E., Comunicación y Anticipación Utopica. Contribuciones de la Teoría Crítica de la Escuela de Frankfurt a la Sociología de la Comunicación, en Sociología de la Comunicación de Masas. I., p. 166
- 42) *Idem.*, pp. 170 y 171
- 43) **GARNHAM**, Nicholas, Contribución a una Economía Política de la Comunicación de Masas, en Sociología de la Comunicación de Masas. I., pp.170 y 171
- 44) **SERRANO**, Manuel M., La producción de comunicación social., p. 38
- 45) **BARBERO**, Jesús M., De los medios a las mediaciones., p. 56
- 46) **BARBERO**, Jesús M., De los medios a las prácticas, en Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1., p.
- 47) **GARCIA**, Garza José L., Los comunicólogos: de intermediarios a mediadores, en Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1., p.

#### Capítulo 2.

- 1) Ley Federal de Radio y Televisión, Artículo 13
- 2) *Idem.*, Artículo 5º, fracciones I, II, III y IV
- 3) Decreto mediante el cual se crea el IMER.
- 4) Información Básica. Dirección de Radiodifusoras. IMER. 1993.
- 5) Avance de Metas 1993. Dirección de Radiodifusoras. IMER. 1993.

#### Capítulo 3.

- 1) XI Censo General de Población y Vivienda. INEGI.
- 2) *Idem.*
- 3) *Idem.*
- 4) *Idem.*
- 5) *Idem.*
- 6) *Idem.*
- 7) *Idem.*
- 8) *Idem.*
- 9) *Idem.*
- 10) *Idem.*
- 11) *Idem.*
- 12) *Idem.*

#### Capítulo 4.

- 1) **MERTON**, Robert K., Teoría y estructura social., p. 100
- 2) *Idem.*, p. 100 y 101
- 3) *Idem.*, pp. 97
- 4) *Idem.*, p. 103
- 5) *Idem.*, p. 126
- 6) *Idem.*, p. 126
- 7) *Idem.*, p. 126
- 8) *Idem.*, p. 126
- 9) *Idem.*, pp. 129 y 130
- 10) **SALAMAN**, G. y K. Thompson, Control e ideología en las organizaciones., p. 151
- 11) *Idem.*, p. 23
- 12) *Idem.*, p. 23
- 13) Plantilla de personal. XEBCO. 1992.

- 14) Idem.
- 15) Idem.
- 16) Información Básica. Dirección de Radiodifusoras. IMER. 1993.
- 17) Plantilla de personal. XEBCO. 1992.
- 18) Idem
- 19) **SALAMAN, G.** y K. Thompson, Control e Ideología en las organizaciones., p. 161
- 20) Libro de Ingresos y Egresos. XEBCO.
- 21) Idem.
- 22) Idem.
- 23) Idem.
- 24) Idem.
- 25) Idem.
- 26) Idem.
- 27) Idem.
- 28) Idem.
- 29) Idem.
- 30) Idem.
- 31) Idem.
- 32) Idem.
- 33) Idem.
- 34) Idem.
- 35) Memoria Técnica. XEBCO.
- 36) Idem.
- 37) Idem.
- 38) Idem.
- 39) Idem.

## **BIBLIOGRAFÍA**

**BARBERO, Jesús Martín.**  
Procesos de comunicación y matrices culturales.  
Itinerario para salir de la razón dualista.  
México, 1987.  
Felafacs-Gustavo Gili.

**BARBERO, Jesús Martín.**  
De los medios a las mediaciones.  
Barcelona, 1987.  
Gustavo Gili.

**BONFIL, Batalla Guillermo.**  
Pensar nuestra cultura.  
México, 1991.  
Alianza Editorial.

**BORDIEU, Pierre, et al.**  
El oficio de sociólogo.  
México, 1990.  
Siglo XXI.

**BORDIEU, Pierre.**  
Sociología y cultura.  
México, 1990.  
Colección "Los Noventas", No. 11.  
Conaculta-Grijalbo.

**GARCÍA, Canciani Nestor.**  
Culturas híbridas.  
Estrategias para entrar y salir de la modernidad.  
México, 1990.  
Colección "Los Noventas", No. 50.  
Conaculta-Grijalbo.

**DEUTSCH, K. W.**  
Los nervios del gobierno.  
México, 1989.  
Paidós.

**ESCARPIT, Robert.**  
Teoría de la información y práctica política.  
México, 1992.  
FCE.

**FISK, John.**  
Introducción al estudio de la comunicación.  
Colombia, 1984.  
Editorial Norma.

**FRIEDMAN, George.**  
La filosofía política de la Escuela de Frankfurt.  
México, 1986.  
FCE.

**HABERMAS, Jürgens.**  
Historia y crítica de la opinión pública.  
La transformación estructural de la vida pública.  
México, 1986.  
Gustavo Gili.

**HABERMAS, Jürgens.**  
Teoría de la acción comunicativa.  
Madrid, España, 1987.  
Taurus.

**HORKHEIMER, Max y Teodoro Adorno.**  
Dialéctica del Iluminismo.  
Buenos Aires, Argentina, 1969.  
Editorial Sudamericana.

**MERTON, Robert K.**  
Teoría y estructura sociales.  
México, 1984  
FCE.

**MORAGAS, Miguel de.**  
Sociología de la comunicación de masas. I.  
Escuelas y autores.  
Barcelona, España, 1985.  
Gustavo Gili.

**MORAGAS, Miguel de.**  
Sociología de la comunicación de masas. II.  
Estructura, funciones y efectos.  
Barcelona, España, 1985.  
Gustavo Gili.

**MORAGAS, Miguel de.**  
Teorías de la comunicación.  
Investigación sobre medios en América y Europa.  
Barcelona, España, 1981.  
Gustavo Gili.

**OROZCO, Guillermo (coordinador).**  
La comunicación desde las prácticas sociales.  
Reflexiones en torno a su investigación.  
Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 1.  
México, 1990.  
Universidad Iberoamericana.

**OROZCO, Guillermo** (coordinador).  
La Investigación de la comunicación en México.  
Tendencias y perspectivas de los noventas.  
Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 3.  
México, 1992.  
Universidad Iberoamericana.

**PAOLI, José A.**  
Comunicación e información.  
Perspectivas teóricas.  
México, 1987.  
Trillas-UAM.

**PASQUALI, Antonio.**  
Comprender la comunicación.  
Caracas, Venezuela, 1978.  
Monte Ávila.

**ROMO, Cristina.**  
La otra radio.  
Voces debiles, voces de esperanza.  
México, 1990.  
Fundación Manuel Buendía.

**SALAMAN, Graeme y Kenneth Thompson.**  
Control e ideología en las organizaciones.  
México, 1984.  
FCE.

**SCHRAMM, Wilbur** (compilador).  
La ciencia de la comunicación humana.  
México, 1974.  
Roble.

**SERRANO, Manuel Martín.**  
Teoría de la comunicación I.  
Epistemología y análisis de la referencia.  
Madrid, España, 1982.  
Corazón.

**SERRANO, Manuel Martín.**  
La producción de comunicación social.  
México, 1989.  
Coneicc.

**WATZLAWICK, Paul, et al.**  
Teoría de la comunicación humana.  
Barcelona, España, 1983.  
Heider.

**WEBER, Max.**  
Sobre la teoría de las ciencias sociales.  
Barcelona, España, 1977.  
Península.

**WILLIAMS, Raymond.**  
Cultura.  
Sociología de la comunicación y el arte.  
Barcelona, España, 1982.  
Paidós.

**WRIGHT, Mills C.**  
La imaginación sociológica.  
México, 1986.  
FCE.

**WOLF, Mauro.**  
La investigación de la comunicación de masas.  
Crítica y perspectivas.  
España, 1987.  
Paidós.