

32
2e)



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA
DE MEXICO**

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**"FUNCION SOCIAL DE LA RADIO DEL ESTADO
EN MATERIA INFORMATIVA"
(EL ESTADO COMO EMPRESARIO RADIODIFUSOR)**

T E S I S I N A

**QUE PARA OBTENER EL TITULO DE
LICENCIADA EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION
P R E S E N T A
MARIA ROSAURA CRUZ DE GANTE**

ASESORA: LIC. ADRIANA MELENDEZ MERCADO



MEXICO, D. F.

1997

**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.

"La Alegría Compartida es una Alegría Doble"
John Ray

A mi madre

A ti, que tanto me has dado

INDICE

Introducción	1
I ¿Por qué es importante la radio?	6
1.1 El lenguaje radiofónico	10
1.2 ¿Para quién es la Radio?	14
II Surgimiento de la Radiodifusión Comercial en México	18
2.1 Historia de la XEB	19
Antecedente de la Radiodifusión Comercial	
III Creación del Instituto Mexicano de la Radio (IMER)	24
3.1 Propósitos por los que fue creado el IMER	27
3.2 Estaciones que integran el IMER y Dependencias que intervienen en su Manejo	29
3.3 Creación del Sistema Nacional de Noticieros (SNN)	35
IV Ampliación de los Servicios Informativos de la Radio del Estado	39
4.1 "El Noticiero" se transforma en "Antena Radio"	43
4.2 Las nuevas secciones de los Servicios Informativos del IMER	48
V La Radio del Estado también es Plural	48
5.1 Manejo Informativo de las Campañas Presidenciales de 1994	51
5.2 Los Comentaristas de "Antena Radio"	59
5.3 La respuesta de los Radioescuchas	73
VI Recapitulación: Una Política de Comunicación Social Posible	77
Conclusiones	83
Bibliografía	87
Apéndices	89

Introducción

Por su gran capacidad de penetración, la radio es en México -donde un bajo porcentaje de habitantes lee periódicos-, un medio de comunicación sumamente útil tanto para educar y llevar esparcimiento, como para informar al grueso de la sociedad.

Por sobre la televisión -que también es un medio que llega a extensos sectores de la población- la radio tiene la ventaja de una mayor inmediatez, en virtud de que los requerimientos técnicos para las transmisiones radiofónicas, son menores porque la televisión forzosamente requiere del apoyo de la imagen, la cual en situaciones inesperadas y/o de emergencia, tarda más en conseguirse.

Pero independientemente de éstas y otras cuestiones de tiempo y espacio que le otorgan a la radio la facilidad de llegar instantáneamente a millones de personas, esta investigación aborda el papel que desempeña la labor informativa de la Radio del Estado, porque por ser un tema poco analizado, se ha prestado a valoraciones ambigüas y tendenciosas, que en ocasiones desvirtúan ante la sociedad, la función real que este medio de comunicación tiene asignado cuando es manejado por el Estado.

En términos generales, el propósito planteado al inicio de la investigación fue analizar en qué medida la participación del Estado Mexicano en el ámbito de la radiodifusión, paulatinamente ha dado lugar a un panorama informativo general más equilibrado, en tanto que el auditorio cuenta ahora con la posibilidad de escuchar una radio diferente a la comercial, pero con las mismas posibilidades informativas y de opinión, tanto en el sentido de recibirla como de expresarla.

En particular, se buscó saber si el esquema informativo de la radio del Estado, es decir, del IMER, constituye una alternativa para los radioescuchas, a partir de la premisa de que maneja la información como un servicio de carácter público porque es un medio que debe cumplir objetivos específicos de índole social que el Estado (no el gobierno) le ha asignado, por lo que antepone los intereses de la sociedad a intereses comerciales y/o particulares.

Por ello, se partió de la hipótesis de que el hecho de ser un organismo público, es decir, una entidad creada por el Estado, no le impide al IMER realizar un manejo plural de la información, complementando la labor de sus servicios noticiosos, con comentarios y opiniones diversas acerca de los problemas del país que conciernen a todos los mexicanos. Así, en la medida que participa en la discusión crítica de los temas de la agenda nacional, la radio del Estado adquiere cada vez más credibilidad ante su auditorio.

Para que el lector tenga un marco de referencia completo y así pueda entender la forma en que el IMER ha evolucionado a lo largo de sus 14 años de existencia, la investigación abarca en primera instancia, una explicación -basada en la opinión de expertos- de los elementos y circunstancias que hacen que en general la radio sea un importante medio de comunicación en las sociedades modernas.

Posteriormente se presentan datos sobre el surgimiento de la radio comercial en nuestro país, marcado por el establecimiento de dos emisoras, de las cuales aún existe la XEB (antes CYL) que ahora forma parte del grupo de radiodifusoras del IMER.

Asimismo, se incluye un panorama general de la trayectoria que ha seguido la empresa radiodifusora del Estado, para aterrizar en la creación, estructura y desempeño del Sistema Nacional de Noticiarios que es el área encargada de elaborar y transmitir todos los servicios informativos

Por ser un tema poco estudiado, la bibliografía es escasa, en virtud de lo cual ésta es un investigación basada en fuentes documentales del propio IMER, en entrevistas y sobre todo, en la experiencia propia, como colaboradora de esa institución.

Las opiniones y definiciones de lo que actualmente es la radio y la forma en que opera, se incluyeron en el primer apartado, con la finalidad de que el lector entienda, antes de conocer la radio de Estado, el papel tan importante que en general, ésta desempeña como medio de comunicación y sobre todo de información, en una etapa de intensa interdependencia entre individuos, naciones y acontecimientos, fenómeno mejor conocido como globalización.

Los apartados dos y tres son fundamentalmente una reseña de la dinámica en que se desarrolló la radio mexicana desde sus inicios hasta el momento y condiciones en que surge el IMER como organismo creado por el Estado para agrupar las entidades que manejaban de manera aislada la política de comunicación relacionada con la radio.

En el cuarto apartado, se aborda básicamente el cambio de estructura y formas de trabajo del Sistema Nacional de Noticiarios, que paulatinamente ha logrado un desempeño más plural. También se analiza la razón de ser de cada una de las secciones que conforman los noticiarios que se transmiten diariamente.

Como culminación de la investigación, en el apartado cinco se expone, la forma en que se desempeñó informativamente el IMER durante las campañas de 1994, ya que fue un momento particularmente interesante en la historia del México moderno, si se toma en cuenta que fue la etapa electoral más intensa, competitiva y decisiva de las últimas décadas

Asimismo, a manera de debate, se incluye el punto de vista acerca de la radio del Estado, de los comentaristas que colaboran en el IMER, todos ellos académicos, especialistas en diversos temas y con diferentes posiciones ideológicas.

Finalmente, el lector encontrará la opinión de los radioescuchas, para quienes se realiza toda esta labor informativa y de opinión, por lo que son los jueces más imparciales sobre el desempeño de la radio mexicana que maneja el Estado.

Sobre el tema de esta investigación, existen todavía muchos aspectos a tratar, la intención ha sido por una parte, buscar claridad sobre ciertos equívocos y prejuicios que durante años han existido con relación a los medios del Estado, la radio en particular y por otra parte, contribuir a que se despierte el interés por profundizar en temas como este, que también nos concierne a todos.

Ante la intensa dinámica de los acontecimientos que se convierten en noticia y por tanto en 'materia prima' de los diversos servicios informativos que existen en el país (escritos o electrónicos), ha empezado a surgir cierta preocupación por la forma en que cada uno de estos aborda y presenta los hechos, que si bien en ocasiones rebasan a la imaginación, para los medios no deberían ser motivo de especulación, en virtud de la responsabilidad social que deberían asumir.

Por ello, a manera de recapitulación, en esta investigación se incluye un apartado que más que una propuesta de política general de comunicación social -en torno a la cual durante muchos años se ha bordado en el aire, sin haber logrado nada concreto, por lo polémico que resulta el tema- contiene algunas consideraciones sobre la forma en que todos los actores que intervienen en el proceso informativo a través de los medios, podrían garantizarle a la sociedad, que esta es una labor absolutamente confiable.

Mi agradecimiento a quienes con su apoyo, su orientación y sus opiniones, contribuyeron en la elaboración de esta investigación y a todos aquellos que me respaldaron y alentaron para concluir, al cabo de varios años, esta etapa de mi formación profesional.

¿Por qué es importante la Radio?

La radio es sin duda, el medio de comunicación de masas más instantáneo y de mayor penetración, ya que ni siquiera la televisión tiene la posibilidad de difundir mensajes (sobre todo informativos) con tanta oportunidad, porque ésta, antes de empezar a transmitir requiere tener imagen, en tanto que la radio, puede informar al momento mismo en que se está empezando a generar la información.

José Javier Muñoz, describe ésta importante característica de la radio, en los siguientes términos: "La radio es el medio de comunicación y expresión plural (público, colectivo o de masas) más importante en situaciones de emergencia. En caso de catástrofes como terremotos e inundaciones, en tesoruras tan dispares como una guerra o un apagón generalizado de una ciudad, la radio sirve para informar de la situación, mantener la alerta y difundir normas e instrucciones necesarias para la población" ¹

Un ejemplo de ésta descripción de la radio, es lo que muchos mexicanos vivimos durante el devastador terremoto de 1985 en la ciudad de México, tragedia durante la cual, la radio desempeñó un papel tan importante que a partir de ese momento, se le empezó a considerar en su verdadera dimensión como medio de comunicación que entretiene y acompaña, pero también informa, desarrolla una importante labor de servicio social y contribuye a que la sociedad forme su propia opinión.

¹ Muñoz José Javier. La Radio Teoría y Práctica. pág. 13

Antes de 1985, poco se valoraba la tarea informativa de las radiodifusoras. Tanto en las fuentes de información, es decir, las dependencias que la generan, como entre el público y los propios concesionarios, se consideraba que los noticieros radiofónicos tenían un papel secundario y, que la información que verdaderamente valía la pena, la difundían los periódicos o los noticieros de televisión, con su respectivo apoyo de la imagen *que dice más que mil palabras*.

Sin embargo, a partir de la importante labor que desarrolló la radio, pública y privada, durante aquellos aciagos días de septiembre de 1985, se dio una recomposición del esquema de difusión de noticias, a grado tal, que ahora buena parte de la población escucha la radio, más para estar informada que para entretenerse. Al mismo tiempo, la competencia en el ámbito radiofónico nacional se dá más en razón de sus servicios informativos que de su programación musical.

Otra de las peculiaridades de la radio es que su misma instantaneidad la convierte en un medio sumamente fugaz ya que aunque también -como para el cine y la televisión- existe la posibilidad de conservar el mensaje grabado y debidamente archivado, debido a la rapidez con que se tienen que emitir algunos mensajes (sobre todo en casos de emergencia) es menos frecuente que el público recurra a fonotecas.

Aunque en materia noticiosa recientemente ha cobrado -a pulso- más atención en nuestro país, el auge de la radio como medio de comunicación no es algo nuevo. Mucho antes de que surgiera la televisión, la radio tenía ya un importante lugar dentro de la sociedad porque además de ser un novedoso medio de entretenimiento, era un medio que de manera rápida 'conectaba' al individuo o a las familias con el mundo.

Aún ahora, cuando estamos a punto de entrar al nuevo siglo, la radio sigue siendo el medio de comunicación de mayor penetración porque por ejemplo, en comunidades aisladas, donde no fácilmente llega la señal televisiva o simplemente, no existe el servicio de electricidad, la gente se mantiene en contacto con su entorno a través de la radio, ya sea de carácter nacional, estatal o local, lo que incluye a las llamadas radiodifusoras indígenas.

En los tres últimos años, la radio en México ha adquirido todavía una mayor dimensión, a consecuencia de los acontecimientos políticos, económicos y sociales que han convulsionado la vida nacional: asesinatos políticos, movimientos armados, descontento e incertidumbre social. Ante todos estos hechos, es innegable que la radio ha desempeñado, aunque con diferentes matices, una intensa labor.

Al respecto, Muñoz señala "Con yerros de mayor o menor envergadura, la radio ha venido siendo en esta cadena de acontecimientos, el eslabón que se necesitaba en los momentos vitales para evitar los rumores infundados, los ríos revueltos y las histerias colectivas. Porque ha tenido a la opinión pública al tanto de las cosas sorprendentes que han ocurrido [...] aunque también tenemos que lamentar la proliferación de productos muy poco profesionales". 2

Además de sus características y grandes potencialidades, la radio es importante, sobre todo en nuestro país, porque es una "actividad de interés público" que debe cumplir funciones sociales específicas cuya premisa es servir precisamente a la sociedad.

En este sentido, la Ley Federal de Radio y Televisión, establece los lineamientos específicos a los que todo concesionario o permisionario de estaciones de radio (y televisión) tiene que apegarse, aun cuando operen bajo el esquema de iniciativa privada, en virtud de que el Estado deb3 proteger y vigilar el debido cumplimiento de su función social.

Acerca del carácter y las funciones de la radiodifusión mexicana, la ley Federal de Radio y Televisión establece en sus artículos 4o. y 5o., 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.
- "La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana." 3

En síntesis, la radio es tanto por su capacidad de penetración, como por sus posibilidades de inmediatez y las funciones sociales que tiene asignadas, un importante medio de comunicación a nivel masivo, que a pesar del arribo de la televisión y otros avances tecnológicos, no ha sido ni será desplazado de las preferencias de la gente porque es un medio sumamente versátil que entretiene, informa, educa y acompaña.

1.1 El lenguaje Radiofónico

Una de las razones de ésta dimensión que tiene la radio como medio de comunicación es, como señala Romeo Figueroa, el hecho de que "A diferencia de otros medios, incluso la televisión, porque demanda tener la vista fija, la radio es un *medio ciego autónomo*, capaz de penetrar por el órgano sensorial del oído y crear sus propios escenarios en el cerebro del perceptor [...] En la radio, el mensaje cifrado, via oído, tiene casi siempre un resultado que es producto de la imaginación del perceptor y no de la imaginación del emisor, como se piensa". ⁴

Sobre el mismo punto, José Javier Muñoz explica "Hay quien acusa a la radio de no poseer un lenguaje específico. Naturalmente, nadie tiene un lenguaje exclusivo para sí mismo; en primer término, porque eso iría contra la esencia misma del lenguaje que no es otra que compartir, comunicar. No obstante, la radio tiene su propio lenguaje. Al menos, tiene un sistema de códigos compartidos (códigos conceptuales y códigos físicos -sonoros-), pero moldeado y presentado de modo peculiar hasta el punto de constituir un sistema distinto de los ya existentes." ⁵

Desde el punto de vista técnico, la radiodifusión consiste en la emisión y envío de mensajes sonoros que son transmitidos sin necesidad de hilos porque los difunden las ondas electromagnéticas que por su velocidad pueden llegar rápidamente y de manera simultánea a muchos lugares. Estos mensajes formados a base de sonidos, son percibidos por el ser humano a través de su sentido del oído, que de inmediato los conecta al cerebro para descifrarlos.

⁴ Figueroa, Romeo *Qué Oído por la Radio* pág. 09
⁵ Op. Cit. Muñoz, José Javier, pág. 14

Por ello, el principal instrumento de la radiodifusión, es la acústica (lenguaje oral, música, sonidos, efectos, ruidos), pero su gran apoyo -como la imagen lo es para la televisión- es la imaginación del receptor de los mensajes. Al respecto, Javier Muñoz señala que "El lenguaje de la radio es el conjunto de elementos sonoros que se difunden para producir estímulos sensoriales, estéticos o intelectuales [...] para crear imágenes" ⁶. Por ello, la radio es también el medio que requiere mayor creatividad de parte del emisor de los mensajes, ya que sólo en razón de ello podrá estimular la imaginación del receptor.

El propio Javier Muñoz indica que debido a ello, para estructurar mensajes radiofónicos, debe tenerse bien presente, que las características de la comunicación a través de este medio son:

- a) "Rapidez, que puede llegar hasta la inmediatez: es decir, la transmisión del mensaje es simultánea a la recepción.
- b) "Economía: el coste (sic) mensaje oyente es más barato cuanto mayor sea la difusión.
- c) "Amplitud de cobertura: teóricamente, una sola emisora podría cubrir todo el mundo.
- d) "Fugacidad: el mensaje dura en tanto se encuentra en antena; a medida que se transmite se desvanece. Es irreversible, salvo que se utilicen elementos complementarios, no se puede volver a <oir> a voluntad si no se registra por cualquiera de los procedimientos que ofrece la tecnología."

Debido a que a diferencia de la televisión, los mensajes que transmite la radio, están dirigidos y son captados por un único sentido, el del oído, el lenguaje que se utiliza en radio, debe ser directo y conciso porque de lo contrario, el receptor no alcanzará a entenderlo y como no tiene la opción que le brinda por ejemplo, el mensaje escrito, de poder 'ropasarlo', terminará por aburrirse y buscará otros medios de entretenimiento y/o información.

Para Romeo Figueroa, la comunicación por radio "no es un acto imaginario, sino un auténtico acto imaginal" ya que el resultado de los mensajes que se difunden a través de este medio, son producto de la imaginación de quien los recibe (es decir de cada uno de los individuos que forma el auditorio o público) y no de la intención del emisor, aunque más adelante menciona que "La autonomía de la radio se cifra en las posibilidades comunicativas a partir del emisor pero no del receptor". Aquí cabría agregar que en todo caso, el impacto de la comunicación radiofónica se da en función tanto de quien emite como de quien recibe los mensajes, ya que necesariamente al comunicar a través de este medio, quien crea los mensajes y los difunde, tiene que utilizar un lenguaje y un marco de referencia que le sea familiar a los miles de personas a quienes van dirigidos.

Si bien todo el mundo acústico está constituido por sonidos y ruidos, éstos, en estricto sentido, son perturbaciones o interferencias (técnicos o humanos) que dificultan la adecuada transmisión y por tanto, percepción del mensaje sonoro (voces, música, efectos). Pero existen también los 'ruidos semánticos' que se generan precisamente cuando de parte del emisor de los mensajes radiofónicos no existe la suficiente claridad o apego al marco de referencia (en cuanto a lenguaje y experiencias) del receptor, lo que hará que éste, interprete el mensaje en un sentido muy diferente a lo que aquél quería comunicarle, o simplemente, ni siquiera lo tome en consideración.

De ahí la importancia de que la radio, con su gran potencial de penetración e inmediatez, transmita mensajes de calidad, debidamente estructurados, en los que además de atender debidamente el contenido -en cuanto a la función social que este medio desempeña- se cuide al máximo la forma de expresarlos, porque de lo contrario, se revela una gran irresponsabilidad de parte del emisor, ya que se trata de un medio de comunicación que llega a millones de personas en las cuales se pueden crear confusiones y distorsiones respecto a lo que se quiere comunicar.

Acerca de este punto, Romeo Figueroa señala que "La radio debe asumir el papel de compañero ideal, con un modelo de programación creativa, enriquecida por comunicadores que puedan ofrecer un idioma natural, ligero, singular, lógico y agradable; pero también con locutores capacitados para improvisar con absoluta libertad y comprobada calidad. Sólo en tales condiciones, el lenguaje asume el papel de herramienta de expresión y de verdadera estructura para la comunicación." 7.

1.2 ¿Para quién es la Radio?

Es indispensable tener siempre presente, que aunque con gustos comunes, el auditorio de la radio, es heterogéneo, es decir, no es una masa de personas que captarán el mensaje estrictamente de la misma forma entre unos y otros. De ahí la necesidad de que además de usar un lenguaje claro y conciso, los mensajes sean variados en su contenido.

Así como en términos de mercadotecnia, todos somos consumidores potenciales, respecto a la radio, todos somos radioescuchas *por lo menos* en algún momento de nuestras vidas, lo que significa que todos formamos parte de ese vasto auditorio que 'consume' mensajes radiofónicos por lo que éstos deben elaborarse precisamente en función de los gustos y necesidades de todos y cada uno de nosotros.

"De hecho, la elaboración y concepción de los mensajes estarán condicionadas, necesariamente, por la audiencia a la que éstos teóricamente van dirigidos. De este modo, los formatos y contenidos deberán adecuarse a las características del ámbito potencial donde se encuentren los oyentes" 8

En virtud de que la esencia de la radio es precisamente su auditorio, porque sin éste, el medio de comunicación masiva no tendría razón de ser, es indispensable tomar en cuenta el papel que desempeña el radioescucha en el proceso de comunicación radiofónica, ya que como apunta Miguel Angel Ortiz, "[...] comunicarse en radio es emitir para una audiencia de perfil concreto, que utiliza unos códigos

de información y expresión determinados y que reacciona ante los mensajes de una manera particular". 9

Como ya se explicó en el apartado anterior, a diferencia de la prensa y la televisión, la radio es el medio de comunicación que no necesariamente requiere la atención total del receptor, quien sólo utiliza el oído para recibir los mensajes de este medio de comunicación. De ahí que en ocasiones, aunque oye (percibe el sonido), no *escucha* (no presta absoluta atención) a lo que está transmitiendo la radio.

Sobre este punto, José Javier Romero explica: "La escucha pasiva se da cuando se perciben los mensajes de manera desatenta. Durante el día y también durante la misma emisión, se producen períodos de atención más o menos intensa y períodos o momentos de desinterés. Algunos estudiosos consideran que existe también una forma de *atención pasiva*, ya que es posible leer, conducir, realizar las tareas domésticas, también en el taller, escuchando música, noticias y mensajes publicitarios sin dejar de atender a sus contenidos" 10

A fin de que resulten interesantes para el auditorio, los mensajes radiofónicos deben ser atrayentes mediante el manejo de la voz, la música, los efectos, y al mismo tiempo, deben estimular la capacidad receptiva del cerebro humano. Por ello, en cuanto a mensajes de entretenimiento o educativos, se dice que deben ser imaginativos, para que el receptor recree en su mente, el objeto o la situación que se le presenta a través de la radio.

9 Op.Cit. Ortiz Miguel Angel, pág. 23

10 Op. Cit. Muñoz, José Javier pág. 164

En cuanto a los mensajes noticiosos, éstos deben ser concisos y directos pero al mismo tiempo reiterativos en cuanto a la fuente de información, porque si el radioescucha no puso atención desde el inicio de la nota informativa; debido a la fugacidad que caracteriza a los servicios noticiosos a través de la radio, el receptor puede captar la información de manera tergiversada o incompleta -en el mejor de los casos- lo cual creará en él un conocimiento inexacto de lo que ocurre en su entorno.

Miguel Angel Ortiz, lo explica en estos términos: "La fragilidad de la información transmitida por radio exige enunciados claros de los hechos, ya que el oyente está expuesto simultáneamente a otro tipo de ruido-información procedente del exterior".

En resumen, para la elaboración de todos los mensajes que transmite la radio, se debe tomar en cuenta al auditorio, sus gustos, intereses y necesidades, por sobre los intereses del emisor o dueño de la estación o cadena radiofónica, porque a fin de cuentas, "por sus características de inmediatez, instantaneidad, simultaneidad, rapidez y gran penetración, la radio es el mejor y más eficaz medio de información". 11

Finalmente, vale la pena mencionar que a pesar de sus grandes potencialidades, la radio enfrenta al mismo tiempo, situaciones difíciles en cuanto a su relación con el auditorio ya que como en todo proceso de comunicación, incluido el interpersonal, en la radio también se da una "deformación significativa del mensaje" ya que se ve sometido a diversos "filtros degradantes" como son:

11 Op. Cit. Ortiz, Miguel Angel pág 26

- La *visión que el comunicador tenga de la realidad que desea transmitir*
- La *ideología* o intereses de quien maneja el medio
- El aspecto *económico*, lo cual le da la posibilidad al medio de ofrecer más servicios, aunque no necesariamente un mejor servicio a la sociedad
- El *filtro profesional*, que, según Muñoz, se refiere a las exigencias de claridad, concisión y brevedad que impone la radio, lo cual en un momento dado puede minar la calidad del mensaje
- El *dispositivo tecnológico* que puede sintetizarse en la premisa 'a mejor calidad de equipo técnico, mejor transmisión del mensaje'

Y finalmente,

- La *recepción por parte del oyente*, ya que éste, tiene sus propios "filtros", limitaciones y prejuicios. **12**

II Surgimiento de la Radiodifusión Comercial en México

A principios de la década de los 20's, existían en el país, algunas radiodifusoras experimentales, cuyo alcance era muy limitado. De hecho, no se sabe con exactitud cuándo se realizó la primera transmisión radiofónica, aunque algunos representantes de la radio privada señalan al ingeniero Constantino de Tárvana hijo, como el primero en realizar una transmisión el 9 de octubre de 1921 en Monterrey, Nuevo León, pero también existen indicios de que el 27 de septiembre de ese mismo año, los señores Agustín Flores y José Valdovinos habían realizado una transmisión oficial desde el Palacio Legislativo. **13**

En un artículo publicado en 1984, Felipe Gálvez, comenta que, éstas primeras transmisiones, fueron realizadas a través de aparatos de telefonía inalámbrica, invento al cual el diario *El Universal* describió en su edición del 27 de septiembre de 1921, de ésta manera: "[...] puede hablar por teléfono sin hilos a las estaciones instaladas previamente. La telefonía inalámbrica es una de las maravillas del siglo". **14**

La información más documentada, señala que en septiembre de 1921, en ocasión del Centenario de la Independencia, entre los muchos eventos conmemorativos, se realizó la *Exposición Comercial Internacional del Centenario*, en cuya sede, el Palacio Legislativo -actualmente Monumento a la Revolución-, el inspector de Estaciones Radiotelegráfica de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, Agustín Flores y el montador José D. Valdovinos, instalaron e hicieron funcionar una 'estación inalámbrica', conectada a un receptor ubicado en el Castillo de Chapultepec, edificios entre los cuales hay una distancia de tres kilómetros.

13 Bohmann, Kern. *Los Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México*, pág. 81

14 Gálvez, Felipe "Los Albores de la Radio", *Revista de Información Científica y Tecnológica* págs. 6-7.

2.1 HISTORIA DE LA XEB

Antecedente de la Radiodifusión Comercial

Lo que sí es seguro es que la XEB es la emisora más antigua de México porque de las dos que se establecieron formalmente en 1923, cuando el entonces Presidente Alvaro Obregón otorgó las primeras concesiones (la CYL "La Casa de la Radio" y la CYB "La Estación del Buen Tono") ésta, ya como XEB, es la única que sobrevive hasta nuestros días.

El 14 de septiembre de 1923, cuando era probado el transmisor radiofónico que había construido el mexicano José de la Herrán Pau -instalado en las oficinas de la fábrica de cigarros *El Buen Tono*, en la calle del mismo nombre- los técnicos de la Secretaría de Guerra y Marina que participaban en esta prueba, lograron hacer contacto con un radioaficionado del Estado de Hidalgo que había captado la señal de la emisora neoyorquina *Wod* en el momento en que se transmitiría la narración de la pelea de box entre Luis Ángel Firpo y Jack Dempsey

Via telefónica, el radioaficionado les repetía a los ingenieros de la CYB los detalles de la pelea, mientras que el coronel José Fernando Ramírez leía la noticia ante el micrófono, dando a conocer en México inmediatamente, el resultado de la llamada "pelea del siglo".

Fue así como iniciaron las transmisiones de la entonces conocida como CYB, fundada por el dueño de la fábrica de cigarros "El Buen Tono", José J. Reynoso, quien para realizar esta empresa recibió financiamiento de la *Société Financière pour L'industrie au Mexique* que realizaba inversiones en los sectores bancario e industrial del país.

El surgimiento de esta radiodifusora que desde sus inicios transmitió de manera formal y cotidiana programas tanto hablados como musicales, se dio en la época de plena efervescencia por este medio de comunicación al que incluso los partidos políticos y candidatos presidenciales de la época le brindaron especial interés porque se dieron cuenta de su gran capacidad de penetración.

Desde sus primeros días, la CYB, actual XEB, fue la estación tradicional de México ya que transmitía, primero conciertos de música clásica y posteriormente, música popular interpretada "en vivo" por los cantantes más reconocidos del momento, tras lo cual, también abrió sus micrófonos a nuevos valores que a través de ésta radiodifusora surgieron a la fama.

Pero además de eso, "La Estación del Buen Tono" ofrecía a su público conferencias y comentarios sobre diversos temas de interés general, con lo cual, se mantuvo durante muchos años en el gusto del público, sin ninguna clase de competencia, hasta 1930, cuando surgió la XEW.

La CYB fue la primera en transmitir un radio-reportaje que consistió en la narración de una corrida de toros celebrada ese mismo año. El locutor de aquella emisión fue el locutor Jorge Marrón, quien auxiliado por el cronista taurino conocido como "Curro Flores", reseñó una corrida que patrocinaba también la cigarrera "El Buen Tono".

En 1924, realizó el primer control remoto desde El Toreo. Cinco años después, el 20 de octubre de 1929, lanzó al aire el primer semanario taurino, al que le dio el nombre de "Seda y Oro" , a cargo del locutor Enrique Arizmendi, quien meses después, el 9 de febrero de 1930 charló al aire con el torero Carmelo Pérez, lo que se convirtió en la primera entrevista de radio en México.

Asimismo, por la CYB que años después se convirtió en la XEB, se transmitieron los primeros programas radiofónicos de carácter periodístico. Este género se inició el mismo año de 1923 con un breve "Boletín Comercial de Cambios" y después se continuó con el "Boletín de Noticias", antecedente directo de los actuales noticiarios radiofónicos.

La estación estableció además un servicio especial de información sobre personas extraviadas y heridos atendidos por la Cruz Roja.

En el ámbito noticioso y sobretodo en el quehacer político, la XEB mantuvo un esquema permanente. Durante la Segunda Guerra Mundial, informó constantemente a sus radioescuchas de las operaciones bélicas que se realizaban en el continente europeo. El 6 de junio de 1944, el locutor *Enrique W. Curtis* transmitía de inmediato toda la información que se recibía acerca del desembarco de tropas norteamericanas en Normandía para liberar a Francia de la invasión nazi. La XEB que tenía a un lado de la cabina un teletipo directo de la *United Press* proporcionaba información detallada e inmediata de los acontecimientos de esa cruenta guerra. En las transmisiones los locutores hacían hincapié en que era la única estación mexicana que informaba de manera tan instantánea.

Así, desde sus inicios, la radio mostró que su principal característica y ventaja sobre los demás medios de comunicación e información, es la inmediatez y por tanto, la oportunidad.

El carácter de la XEB como pionera de la radiodifusión comercial, radica en que fue también la primera en establecer un esquema de compra-venta, al canjear radioreceptores por determinada cantidad de etiquetas de cigarrros "El Buen Tono" que el público entregaba, con lo cual, además de atraer más oyentes, elevaba la

venta de los productos que fabricaba el dueño de la emisora. Sin embargo, fue hasta 1929 cuando la CYB logró cubrir sus costos y al mismo tiempo obtener ganancias por sus campañas publicitarias.

En 1931, el decreto sobre anuncios comerciales en la radio -emitido el 25 de septiembre- favoreció la comercialización en este medio, aunque ya para entonces la XEB tenía que enfrentar la competencia, sobre todo de la XEW.

En 1929 cuando la Conferencia Internacional de Telecomunicaciones le asignó a México los indicativos XE y XF para sus sistemas de radiodifusión, la CYB, "La Estación del Buen Tono" se convirtió en XEB, "La B Grande de México", que durante la década de los 30's reafirmó su bien logrado prestigio, al constituirse en una estación que transmitía más allá de las fronteras nacionales a través de su canal libre internacional.

A finales de la década de los 30's cuando la radiodifusión comercial ya había crecido considerablemente, la XEB -todavía financiada con capital francés- estableció una cadena de 20 emisoras, aunque para 1945 sólo contaba con siete, debido a que no pudo resistir la fuerte competencia que representaba el grupo Azcárraga, apoyado por la *Columbia Broadcasting System* (CBS).

El 15 de septiembre de 1944, en ocasión de su vigésimo primer aniversario, la XEB recibió el título de "Ciudadana del Aire", ceremonia en la cual el entonces Secretario de Educación Pública, Jaime Torres Bodet, hizo una remembranza de los aspectos más sobresalientes del surgimiento y desempeño de la estación.

Durante la década de los 50, la XEB fue adquirida por Rogerio Azcárraga, sobrino del dueño de la XEW, quien desligándose de su familia, fundó el *Grupo Radio Fórmula* que manejaba ocho estaciones, entre ellas, la XERPM y la XEMP, cuyas

concesiones perdió a principios de los años 80's junto con la de la XEB, cuando la empresa enfrentó problemas económicos debido a un adeudo fiscal de aproximadamente 130 millones de pesos de aquella época, por lo que el Estado se hizo cargo de esas tres estaciones.

En 1983, al crearse el Instituto, la XEB que en ese entonces cumplía 60 años de vida, quedó integrada al grupo radiofónico estatal, del cual es la estación de mayor potencia (100 mil watts) y con canal libre internacional, por lo que es conocida como "la estación piloto" del IMER.

III. Creación del Instituto Mexicano de la Radio.

La creación del IMER respondió al propósito gubernamental de realizar un manejo más ordenado de las estaciones y entidades radiodifusoras que el Estado ya tenía a su cargo, a fin de impulsar una producción de alto nivel que además de ser vehículo de comunicación entre el Estado y la Sociedad, proporcionara entretenimiento y reforzara los valores nacionales.

Este propósito dio lugar a un proyecto delineado durante la campaña presidencial de Miguel de la Madrid, quien el 25 de marzo de 1983, a sólo tres meses de haber iniciado su gobierno, expidió el decreto de creación del "[...] organismo público descentralizado denominado Instituto Mexicano de la Radio". 15

Entre los puntos que el Ejecutivo expuso como consideraciones que dieron lugar a esta decisión, destacan los siguientes:

- Que el gobierno Federal tiene a su cargo estaciones de radio, y ha creado diversas entidades dedicadas a actividades relacionadas con la industria de la radiodifusión;
- Que dichas entidades destinadas a la actividad de radiodifusión, por ser propiedad del Estado deben cumplir de manera óptima con los elevados objetivos que le señalan las leyes;
- Que en consecuencia, es necesario que estas entidades operen debidamente integradas, a fin de lograr el máximo aprovechamiento de los recursos técnicos y humanos con que cuentan;

- Que el Gobierno Federal tiene la facultad y el deber de impulsar en la radiodifusión, una producción de alto nivel que exprese nuestra percepción de la realidad y que en ese ámbito, satisfaga las necesidades y requerimientos de cultura y entretenimiento del pueblo mexicano.
- Que por estas funciones de promoción e impulso ha venido creando, adquiriendo y desarrollando diversas entidades dedicadas a la capacitación, financiamiento y producción en el campo de la radiodifusión;
- Que estas entidades constituyen un amplio conjunto que debe ser reordenado y modernizado a fin de lograr su máxima eficiencia;
- Que es necesario que el nuevo sistema distinga y separe las funciones normativas que son propias de la autoridad y las funciones operativas que deben ser encomendadas a un organismo descentralizado que integre la actividad de las instituciones oficiales en el sector radiofónico; y
- Que de acuerdo con la situación actual, el Estado une la función de normatividad de los instrumentos de la actividad radiofónica, con la operación de los mismos y que, de conformidad con la experiencia del Estado en materia de administración, la operación descentralizada significa un gran avance que permite mayor agilidad y capacidad para captar innovaciones, particularmente importantes en este tipo de actividades." (sic)

Cabe mencionar que hasta antes de la creación del IMER, el esquema radiofónico mexicano estaba constituido mayoritariamente por radiodifusoras comerciales (96.5%) y permisionarias (3.5), es decir, sin afanes de lucro, pero el surgimiento del grupo de radiodifusoras manejadas por el Estado, dio lugar a un nuevo régimen de estaciones, conocida como de reserva federal. 16

Esta denominación especial se les confiere a las radiodifusoras operadas por el IMER en virtud de que su finalidad primordial no es la venta de espacios, pero sí tienen la posibilidad de transmitir anuncios pagados, es decir, de comercializar, desde luego, bajo lineamientos específicos marcados por los órganos internos del propio Instituto.

Por tanto, puede decirse con absoluta certeza, que la creación del IMER, cuyas estaciones se ubican en un punto intermedio entre las concesionarias (comerciales) y las permisionarias (universitarias y experimentales) también dio lugar a una nueva configuración del modelo radiofónico mexicano que durante décadas otorgó mayor impulso a la expansión de las primeras.

3.1 Propósitos por los que fue creado el IMER

Como lo establece el citado decreto, el IMER fue creado y opera como organismo público descentralizado, -con personalidad jurídica y patrimonio propios- cuyo propósito es "[...] operar, de manera integrada, las diversas entidades relacionadas con la actividad radiofónica perteneciente al Poder Ejecutivo Federal." 17

Claramente, el documento señala que el desempeño de ésta entidad debe estar orientado a la operación de las radiodifusoras que son propiedad del Estado; así como la producción de bienes y servicios; y en general, al desarrollo de todas las actividades inherentes a la radiodifusión, incluida desde luego, la informativa.

Incluso, para dar mayor claridad a las funciones que este organismo tiene asignadas, en enero de 1994 se reformó el decreto de creación, por lo que actualmente aparece como una de sus principales funciones: "[...] llevar a cabo las actividades radiofónicas, a través de las entidades que opere y de los demás instrumentos que sean necesarios para el cumplimiento de sus programas." 18

Estas reformas realizadas también por decreto presidencial 11 años después de que fue creado, le confirieron al IMER bases más sólidas para que funcione eficazmente y desempeñe sus actividades con mayor amplitud.

17 Diario Oficial de la Federación, 25 de marzo de 1983 p.2

18 Diario Oficial de la Federación, 11 de enero de 1994, p. 1 (Decreto que reforma y adiciona el diverso por el que se crea el IMER)

En tanto, el Estatuto Orgánico que fue aprobado el 4 de junio de 1993, establece como funciones del IMER: "[...] promover la producción radiofónica del sector público, la cual estará orientada a fomentar el bienestar social y el desarrollo educativo, cultural y artístico de la población y; estimular por medio de las actividades radiofónicas, la integración nacional y descentralización cultural" 19

Se observa entonces, que el IMER, es decir, el grupo de radiodifusoras estatales, tiene desde su creación, funciones específicas, asignadas por el propio Estado a fin de garantizar el cumplimiento de los propósitos que en general tiene la radiodifusión mexicana, pero desarrollando su actividad con un acentuado criterio social.

En este marco, el Sistema Nacional de Noticieros que es el área encargada de elaborar, producir y transmitir todos los servicios informativos que emite la radio del Estado, cumple esos mismos propósitos sociales mediante la difusión de acontecimientos nacionales e internacionales, de manera oportuna y objetiva, pero también dando cabida a opiniones plurales acerca de los temas de mayor interés nacional.

19 Estatuto Orgánico del IMER, 4 de junio de 1993 p 2

3.2 Estaciones que integran el IMER y Dependencias que intervienen en su Manejo.

En 1983, el Instituto Mexicano de la Radio fue creado para operar ordenadamente las estaciones de radio con que ya contaba el Estado y las diversas entidades que había creado para desarrollar actividades relacionadas con la industria de la radiodifusión.

Así, desde el decreto de creación, quedó establecido que el IMER realizaría sus funciones a través de las siguientes entidades:

- XERMX-OC Radio México Internacional (estación de onda corta);
- Productora Nacional de Radio;
- XHOF-FM "Radio Departamento";
- Promotora Radiofónica del Balsas;
- Compañía Nacional de Radiodifusión, S.A. (concesionaria de la XEB)
- Vocero Mexicano, S.A. (concesionaria de la estación XERPM); y
- Radiovisión Mexicana, S.A. (concesionaria de la estación XEMP)

Cabe mencionar que las estaciones XEB, XERPM y XEMP de las tres concesionarias que se mencionan, eran integrantes del grupo RTC-Radio, S.A., entidad que las operaba desde el momento en que las concesiones correspondientes le fueron retiradas al Grupo Radio Fórmula, por un adeudo fiscal acumulado durante varios años.

El decreto expedido en 1983 estableció que también formarían parte del IMER “[...] las demás entidades de la Administración Pública Federal que de acuerdo a su naturaleza, el Ejecutivo determine”. 20

De esta manera, en provincia se integró una red de radiodifusoras que abarcan prácticamente todas las zonas del país. Actualmente el IMER tiene en total diecinueve estaciones que transmiten a través tanto de la banda AM como FM. 21

De estas estaciones, cinco ya funcionaban operadas por RTC (XEB, XERPM, XEMP, XEQK y XELAC), dos eran auspiciadas por gobiernos estatales (XERA y el Sistema Quintanarroense de Radio y Televisión) y dos más fueron adquiridas de particulares (Colima y Cacaohoatán en Chiapas).

Desde su creación y hasta 1988, el IMER manejó también tres de las estaciones que integran el Sistema Quintanarroense de Radio y Televisión (ubicadas en Chetumal, Carrillo Puerto y Cancún) y hasta mediados de 1989, también la emisora Radio Altiplano de Tlaxcala, Tlax., las cuales actualmente operan bajo la supervisión de los gobiernos estatales respectivos.

20 Diario Oficial de la Federación, 25 de marzo de 1983. (Decreto de Creación del IMER) p 4

21 Ver cuadro 1 al final del apartado

Todas las radiodifusoras que opera el Estado, es decir, las que forman el Grupo IMER, están catalogadas como de "reserva federal" en virtud de que por ser dueño del espacio aéreo mexicano, el Estado no podría otorgarse a sí mismo concesiones o permisos, como es el caso de las radiodifusoras comerciales o universitarias (experimentales) 22

Cada una de estas estaciones tienen un perfil propio y diferente, pero todas responden a una política integral de comunicación radiofónica marcada por los órganos Directivo, Consultivo y de Vigilancia.

Precisamente por eso, en la operación y funcionamiento del IMER intervienen varias dependencias del Gobierno Federal, cuyos funcionarios integran la Junta Directiva y el Organismo de Vigilancia, previstos tanto en el decreto de creación como en el de Reformas y Adiciones (1994).

El Secretario de Gobernación funge como Presidente de la Junta Directiva, de la que también forman parte los Secretarios de Hacienda y Crédito Público; de Comercio y Fomento Industrial; de Comunicaciones y Transportes; de Educación Pública y de Salud, así como el Presidente del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes; el Director General de Comunicación Social de la Presidencia de la República y el Director General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC).

El Organismo de Vigilancia (incluido a partir de las reformas de 1994) lo integran un Comisario Público Propietario y un Suplente, designados por la Secretaría de la Contraloría General de la Federación, quienes tienen a su cargo tanto la vigilancia como la evaluación de la forma en que opera el IMER, por lo que participan con voz, pero sin voto en las reuniones ordinarias y extraordinarias de la Junta Directiva.

Cuadro 1 - Radiodifusoras del IMER

En el Distrito Federal:

	SIGLAS	NOMBRE E IDENTIFICACION	FRECUEN- CIA	BANDA	PERFIL PROGRAM.	POTENCIA EN WATTS
1	XEB	La XEB "La B Grande de México"	1220	A.M	Romántica	100,000
2	XEQK	La Estación de la Hora "La Hora Exacta"	1350	A.M	Hora minuto a minuto, breves y consejos	1,000
3	XEDTL	Radio 660 "La Candela"	660	A.M	Tropical	50,000
4	XEMP	Radio 710 "La Mexicana del Cuadrante"	710	A.M	Ranchera	1,000
5	XHOF-FM	Orbita 105 "El Universo del Rock"	105.7	F.M	Rock español y en inglés	50,000
6	XHIMER	Opus 94 "En Opus toda la música es cultura"	94.5	F.M	Música clásica	100,000
7	XERMX- OC	Radio México Internacional	ONDA Canal	CORTA Internat.	Noticias e inf gral. a todo el mundo	150,000

En el interior de la República:

	SIGLAS	NOMBRE E IDENTIFICACION	ENTIDAD EN QUE SE UBICA	FRECUENCIA Y BANDA	PERFIL DE PROGRAM.	POTENCIA A EN WATTS
8	XELAC	Radio Azul	L. Cárdenas Michoacán	1560 A.M.	Música y Progrs. de interés gral	5,000
9	XEBCO	La Poderosa Voz de Colima	Villa de Alvarez, Col	1210 A.M.	Música y Progrs. de interés gral.	50,000
10	XERF	La Poderosa 15-70	Cd. Acuña, Coah.	1570 A.M.	Música y Progrs. de interés gral	250,000
11	XEMIT	La Voz de Balún Canán	Comitán, Chiapas	540 A.M.	Música y Progrs. de interés gral	5,000
12	XECAH	La Popular 13-50	Cacahoatán, Chiapas	1350 A.M.	Música y progrs. de interés gral	5,000
13	XECHZ	Radio Lagarto	Chiapa de Corzo, Chis	1560 A.M.	Música y progrs. de interés gral	20,000
14	XHUAN	Estéreo Frontera	Tijuana, B.C	102.5 F.M.	Música y progrs. de interés gral	50,000
15	XHUAR	Orbita	Cd. Juárez, Chihuahua	106.7 F.M.	Música y progrs. de interés gral	100,000

16	XHCSO	Estéreo Istmo	Salina Cruz, Oaxaca	96.3 F.M.	Música y Progrs. de interés gral.	50,000
17	XEFQ	La Voz de la Ciudad del Cobre	Cananea, Sonora	980 A.M.	Música y Progrs. de interés gral.	5,000
18	XETEB	Radio Mar	Tenabo, Campeche	920 A.M.	Música y Progrs. de interés gral.	1,500
19	XHYUC	Radio Solidaridad	Mérida, Yucatán	92.9 F.M.	Música y Progrs. de interés gral.	100,000

3.3 Creación del Sistema Nacional de Noticiarios (SNN)

El 11 de marzo de 1985, a sólo unos días de que se cumplieran dos años de la expedición del decreto por el cual se creó el IMER, surgió el Sistema Nacional de Noticiarios, área encargada de elaborar, producir y transmitir todos los servicios informativos que emite la radio del Estado.

Integrado con un equipo de reporteros y redactores que desde semanas antes habían empezado a trabajar en el proyecto noticioso que se concretó ese día, el SNN inició sus transmisiones con la noticia del fallecimiento del dirigente soviético Andrei Chemenko y desde luego, otras notas informativas, sobre todo de temas nacionales, enviadas por los reporteros del IMER desde diferentes puntos de la ciudad.

La creación del Sistema Nacional de Noticiarios obedeció al propósito de que la radio oficial contara con un mecanismo a través del cual pudiera informar a la población del quehacer gubernamental y en general, de los sucesos más importantes del país y el resto del mundo.

El contenido y los horarios del nuevo servicio noticioso se determinaron bajo un esquema estructurado con toda anticipación a partir de la experiencia de periodismo radiofónico que tenían los iniciadores de ese proyecto.

Desde su surgimiento, el SNN transmitía diariamente tres resúmenes diarios de media hora cada uno (8 a 9 horas, 14 a 15 horas y 20 a 21 horas), 13 cápsulas de 5 minutos cada una -en punto de cada hora- y un noticiario especialmente elaborado para niños, que se transmitía por la única estación infantil que ha existido en el país.

Además de las notas informativas, "El Noticiero" -nombre de los resúmenes de y información que transmitía el SNN- incluía reportajes, entrevistas, editoriales y epigramas. Es decir, aunque breves, estos nacientes servicios informativos presentaban a sus radioescuchas un panorama general, en cuanto a que incluían secciones noticiosas, de comentario y de seguimiento periodístico de los hechos.

Durante los terremotos de 1985, los servicios informativos del IMER transmitieron de manera continua reportes sobre la tragedia que incluso afectó a sus instalaciones administrativas ubicadas en la colonia Roma.

Durante varios días, el equipo de reporteros, redactores y locutores del SNN fue un enlace de comunicación entre el auditorio, los cuerpos de socorro y las autoridades.

Incluso a partir de ese momento, la estación XEMP (que durante sus tiempos de emisora privada fue famosa con el nombre de "La Charrita del Cuadrante"), dejó de ser una estación musical para convertirse en "Radio Información" la estación periodística del IMER, -a la que el equipo humano del SNN le suministraba continuamente la información más reciente- perfil bajo el cual operó hasta 1991.

En 1988, tres años después de creado, el SNN obtuvo el rango de Dirección dentro de la estructura general del IMER, lo que significó que en el organigrama se convirtiera en un área que desempeña una actividad estratégica y fundamental porque a partir de ese momento ocupa en la radio oficial un espacio que hasta entonces podría ser considerado prescindible.

A partir de la labor desempeñada por el SNN, este adquirió mayor dimensión en la estructura programática del IMER. Se amplió el tiempo de "El Noticiero" y empezó a transmitirse por las diecisiete radiodifusoras que para ese entonces manejaba el Instituto y por las 112 estaciones (algunas universitarias y otras pertenecientes a la cadena Radiodifusoras Asociadas, RASA) del interior del país, con las cuales existían convenios para la transmisión de los servicios informativos.

El fortalecimiento del área informativa de la radio oficial, dio lugar a la apertura de otros espacios noticiosos y de opinión tales como "El Espacio de los Reporteros" (entrevistas con diferentes funcionarios y reportajes sobre los temas de mayor interés nacional), el "Espacio Deportivo-Taurino" y la ampliación del noticiero infantil "El Mundo que nos Rodea".

En 1989, entre otros objetivos, se planteó el de seguir impulsando la tarea informativa del IMER, por lo cual se invitó a participar en "El Noticiero" a personajes representativos de distintas corrientes de opinión, quienes grababan comentarios breves acerca de los acontecimientos políticos, económicos, sociales, culturales e incluso artísticos del ámbito nacional y/o internacional.

Para contar con más apoyos técnicos y humanos, se adquirió una unidad móvil de transmisiones, desde la cual se realizaban controles remotos de eventos oficiales y se contrató a más reporteros para ampliar la cobertura de "fuentes", lo que redundó en una gama informativa más diversa.

Para la conducción de las distintas emisiones de "El Noticiero" se contrataron los servicios de personas con suficiente experiencia en el manejo de noticias en medios electrónicos, quienes imprimieron un sello personal y distintivo a cada emisión de estos servicios informativos. Así, durante casi dos años colaboraron como conductores, José Luis López Atienzo y Javier Solórzano, ambos con amplia

experiencia en la conducción de noticiarios del Canal 13 de televisión, que todavía no se privatizaba.

En 1994 el SNN recibió un nuevo impulso con la ampliación de sus espacios de transmisión, lo que dio lugar a una reestructuración de las secciones que forman el noticiario que a partir de entonces cambió su nombre por el de "Antena Radio".

IV. Ampliación de los Servicios Informativos de la Radio del Estado.

Bajo este nuevo esquema, la primera emisión del servicio informativo cambió de horario y duración. Así, en lugar de transmitirse de las 7 a las 8 de la mañana, empezó a transmitirse de las 6 a las 10. Esta ampliación de tiempo dio lugar a un manejo más contextualizado de la información que envían los reporteros, en virtud de que transmiten su nota "en vivo" y el conductor que está en cabina dialoga con ellos para dar más detalles, lo cual no es posible cuando las notas periodísticas están grabadas.

También se introdujeron nuevas secciones y se abrió un espacio fijo permanente para comentarios y entrevistas a personajes representativos de los diversos ámbitos nacionales e incluso internacionales.

Aunque más breves, las emisiones de mediodía (de las 13 a 14 horas) y nocturna (19 a 20:30 horas) de "Antena Radio" contienen, de igual manera, secciones diversas, con el propósito de darle seguimiento a toda la gama informativa, sobre todo nacional.

Desde sus inicios, una de las características de los servicios informativos del IMER, ha sido la existencia de una sección especialmente dedicada a las noticias del mundo de la cultura y los espectáculos (que la mayoría de los noticieros radiofónicos no incluyen como sección fija) con lo que se busca ofrecer un panorama general de los acontecimientos, es decir, no sólo se difunde lo que ocurre en el medio político, social y económico, sino también en otros ámbitos de la actividad humana.

En virtud de la dinámica de los acontecimientos nacionales e internacionales, la labor del SNN es permanente. Todo el año, durante las 24 horas del día hay guardias de redactores y reporteros para poder informar oportunamente al auditorio.

Para la cobertura periodística de acontecimientos internacionales, además de contar con un corresponsal en Estados Unidos (con sede en Washington) y uno en Europa (con sede en Madrid, España), el SNN recibe información por cable de las corresponsalías de NOTIMEX en otras zonas del mundo (África, Asia, Centro y Sudamérica)

Asimismo, para informar sobre eventos en el interior de la República, ya programados, los reporteros se desplazan al lugar en calidad de enviados especiales, en tanto que cuando ocurre un hecho imprevisto en alguno de los puntos donde el IMER tiene estaciones, la cobertura se realiza a través del personal de la radiodifusora local correspondiente.

Respecto al manejo de la información, la única "línea" a seguir por los reporteros y corresponsales, es la objetividad y desde luego, la inmediatez, ya que ésta es el elemento fundamental de todos los noticiarios radiofónicos

Llegamos aquí al punto donde se necesario resaltar que todos los espacios informativos que existen en la radio mexicana, trabajan -algunas con mayores recursos técnicos y humanos que otras- en la misma forma para mantener informados a sus respectivos auditorios. En rigor, no existen diferencias entre el ejercicio periodístico en radiodifusoras privadas o las que son del Estado ya que en ambos casos, el propósito es informar.

Respecto a este tema, Teodoro Rentería, hombre con amplia trayectoria en la radiodifusión y quien fue el primer director del IMER, señala que las diferencias en la manera de informar, radican en el grado de profesionalismo que hayan alcanzado los comunicadores y en los recursos técnicos con que cuenta cada uno de los medios

Específicamente, Rentería establece que "El periodista puede e inclusive debe adornar sus informaciones con su particular estilo de hacer periodismo, para referirme a la radio, el reportero cuenta con un cúmulo de facilidades técnicas con las que puede vestir la noticia, pero nunca deformarla o faltar a la verdad" y abunda, "Existe un axioma en el periodismo, que no por repetido, debemos dejar de insistir en él: *más vale perder una verdad, que ganar una mentira*. En ello radica la calidad del periodista, nunca dar a conocer algo que no esté plenamente comprobado por él mismo." 23

Es precisamente a partir de esta premisa y debido a la responsabilidad social que tiene como medio del Estado, que el Sistema Nacional de Noticiarios del IMER, ejerce cotidianamente una labor cuyo único propósito es ganar la confianza y credibilidad del auditorio con servicios noticiosos de calidad.

A los medios de comunicación del Estado les resulta más difícil que a los privados, obtener la aceptación y credibilidad de la gente, debido precisamente a su carácter oficial, que muchas veces se confunde con un desempeño oficialista, es decir, que sólo difunde lo que el gobierno realiza.

Sin embargo, vale la pena subrayar que la dinámica social exige que los medios de comunicación del Estado tengan mayor apertura, pluralidad y transparencia para que estén a la altura de los requerimientos de la sociedad en materia informativa.

En caso de no querer cumplir con esa demanda social tanto de información como de opiniones diversas, no tendría caso realizar ningún esfuerzo informativo a través de estos medios. Por ello, el Sistema Nacional de Noticiarios está empeñado en realizar una labor cotidiana que satisfaga las necesidades del público que sintoniza la radio del Estado.

4.1 "El Noticiero" se transforma en "Antena Radio"

En 1993, el grupo de radiodifusoras manejadas por el Estado, recibió un nuevo impulso después de que en marzo de ese año, la Secretaría de Gobernación anunció en definitiva que el Estado no tenía intención de vender ninguna de las estaciones y mucho menos el Grupo IMER, versión que había surgido a raíz de la desincorporación de la televisora oficial (Canal 13) y del proceso que se había iniciado para privatizar el diario *El Nacional*.

En el ámbito informativo, este impulso a la labor del Instituto Mexicano de la Radio se reflejó en una nueva ampliación y reestructuración de los noticieros.

El primero de noviembre de 1993, el servicio informativo que durante muchos años fue identificado bajo el nombre de *"El Noticiero"* empezó a llamarse *"Antena Radio"*, aumentando su tiempo total de transmisiones diarias de 3 a 6 horas.

Este incremento no fue sólo cuantitativo, sino fundamentalmente, cualitativo, en virtud de que el propósito era ofrecer servicios informativos que atrajeran más la atención del público, lo que implicó asumir nuevos compromisos y responsabilidades.

A partir de ese espíritu de renovación, surgieron nuevas secciones y se buscó mejorar la ya existentes. Los reporteros recibieron la encomienda de realizar un manejo más contextualizado de la información a partir de las fuentes que ya tenían asignadas, por lo que en lugar de transmitir las notas previamente grabadas, empezaron a participar en un esquema de reportes "en vivo" vía telefónica desde el lugar de los hechos, modalidad que hace posible que se

entable un diálogo entre el conductor que está en cabina y el reportero que así, puede informar más ampliamente.

También los redactores, que fundamentalmente manejan información internacional y del interior del país, empezaron a tener una participación más activa dentro de cada emisión de "Antena Radio" a través de intervenciones directas cuando la importancia de la información lo amerita.

Como parte de esta nueva estructura, tanto los conductores como los reporteros centraron su labor en la tarea informativa, para abrir espacio a especialistas en diversas áreas del quehacer nacional e internacional que se encargan de comentar los hechos de mayor impacto.

Para diferenciar los espacios de información y los de comentario, se creó la sección "Encuentros" en la que politólogos, sociólogos, internacionalistas e historiadores, analizan abiertamente los hechos de mayor interés, aportando una reflexión para los radioescuchas.

Podría decirse que esta sección es equivalente a los artículos de fondo que se publican en la plana editorial de los periódicos ya que cada uno de los comentaristas elige libremente el tema a tratar y lo aborda a profundidad a partir de sus propios criterios, experiencias y conocimientos académicos.

Dentro del equipo de comentaristas, "Antena Radio" cuenta con la colaboración de especialistas como: Alonso Lujambio, José Fernández Santillán, Mauricio Merino, Juan María Alponente, Alan Arias y Gastón García Cantú, quienes además de escribir en diversos diarios de circulación nacional, presentan a través de los micrófonos de la radio estatal su percepción personal de los hechos que inquietan

y/o incumben a la sociedad, convirtiéndose en un espacio plural e incluso polémico, porque también el público opina a través de llamadas telefónicas.

En otras épocas, participaron en este espacio de "Encuentros" analistas como José Woldenberg, Rolando Cordera y Luis F. Aguilar, quienes después de algún tiempo se retiraron para atender otras actividades.

De manera especial, han colaborado en esta sección, analistas políticos de talla internacional como John Bailey, Wayne Cornelius, Michelágelo Bovero, Ludolfo Paramio, y Giovanni Sartori, entre otros.

Además, con el propósito de brindar un panorama general de la información que se genera en todos los ámbitos y para no abrumar al auditorio con noticias que precisamente porque tienen un gran impacto social en ocasiones resultan preocupantes, el SNN presenta en sus servicios informativos secciones fijas con información de cultura, espectáculos, ciencia, tecnología y deportes con las que se atiende también el interés del auditorio en éstas esferas del quehacer nacional e internacional.

En estos espacios en los que se puede manejar una amplia gama de temas e incluso diversos géneros periodísticos, se presenta tanto información de los hechos que cotidianamente se registran en el país y el resto del mundo, como reportajes, crónicas, semblanzas de personajes, tradiciones culturales y todo tipo de expresiones artísticas que también son parte del devenir humano.

Es decir, son secciones que interesan a todo tipo de público, independientemente de que desee o no, saber lo que ocurre en los ámbitos económico, político o policiaco.

4.2 Las Nuevas secciones de los Servicios Informativos del IMER.

Es indudable que a partir de la crisis que se desató a finales de 1994, los temas económicos que antes sólo interesaban a determinados sectores de la sociedad, adquirieron mayor importancia para toda la población.

Por eso, con la finalidad de continuar ofreciendo a su auditorio información sobre los eventos y situaciones que le atañen directamente, el Sistema Nacional de Noticiarios incorporó una sección fija de **análisis económico** que se transmite dos veces por semana, a cargo de un especialista en la materia, quien en sus intervenciones maneja un lenguaje ágil y directo para explicarle al auditorio en términos llanos, qué es lo que ocurre y cuáles son las perspectivas nacionales en este ámbito que a todos preocupa.

Otra de las nuevas secciones de "Antena Radio" (sólo en la primera emisión) es la **humorística**, que igual que las de cultura, espectáculos y deportes, sirve como "remanso" entre el cúmulo de informaciones nacionales e internacionales.

A cargo de Ausencio Cruz, conocido humorista que interpreta diversos personajes ficticios con características muy identificadas con la idiosincracia del pueblo mexicano, en este espacio se abordan por igual todos los temas de interés general.

Para complementar todo este esquema informativo con el que se busca que no decaiga el interés del público a lo largo de las 4 horas de transmisión del servicio informativo "Antena Radio" de la mañana, existe una sección también fija de **entrevista** con personajes que por su cercanía con el tema a abordar, amplían detalles de la información o acontecimientos que son noticia.

Generalmente el entrevistado -ya sea funcionario público, legislador, empresario, dirigente gremial, artista o intelectual- acude al estudio para que en ese momento se tienda un puente de comunicación directa con el público, ya que en el curso del diálogo que el entrevistado sostiene con el conductor, éste lee las llamadas en las que los radioescuchas expresan sus opiniones, dudas o incluso divergencias sobre el tema que se está abordando.

En virtud de que la inmediatez es la principal característica de la radio, la oportunidad para informar es condición indispensable para un noticiero que se transmite a través de este medio. Por ello, cuando surge algún evento extraordinario de gran impacto nacional, se busca de inmediato la opinión de expertos en el tema, por lo que varias de estas entrevistas también se realizan vía telefónica.

A propósito de sucesos extraordinarios cuando algo así ocurre fuera de los horarios en que se transmiten las emisiones de "Antena Radio", el SNN abre de inmediato un "flash" informativo que se transmite a través de todas las estaciones del IMER, ya que permanentemente está abierta la señal del satélite por medio del cual se enlazan las estaciones ubicadas en el interior del país.

Con la inclusión de estas secciones fijas en sus noticieros, el SNN se propone brindar al auditorio un panorama general de los hechos nacionales e internacionales que ocurren en todos los ámbitos del devenir humano.

V. La Radio del Estado también es Plural

El Acta Final de la Conferencia Internacional de las Naciones Unidas sobre libertad de Información promulgada en 1948 en Ginebra, Suiza, señala que debe entenderse como empresa de información "[...] toda empresa de prensa, radio y de cinematografía, **pública o privada**, cuya actividad regular consiste en recoger y difundir informaciones y opiniones". 24

En este sentido, vale la pena enfatizar que en México, tanto la radio pública como la privada, han desplegado, sobre todo en la última década, importantes esfuerzos por consolidar su labor informativa para servir a una sociedad cada vez más interesada en conocer lo que ocurre en su entorno.

En un estudio sobre Derechos Humanos y Medios de Información, Jacques Bourquin hace un interesante planteamiento sobre la relación que existe entre la libertad de información, la libertad de expresión -entendida esta como la libertad individual y colectiva de manifestar el pensamiento propio- y la libertad de opinión como complemento de aquellas dos, ya que esta debe verse como la posibilidad de utilizar los medios técnicos para manifestar esos pensamientos. 25

En nuestro país, los medios oficiales son considerados "a priori", por la mayoría de la población, como oficialistas, con lo cual se pretende dar a entender que sólo hacen eco de acciones y declaraciones que surgen del ámbito gubernamental, sin dar cabida a informaciones u opiniones que cuestionen a aquellas. Esta forma de concebir a los medios de comunicación del Estado, dio lugar a que la sociedad les escatime su credibilidad, ya que los considera parciales.

Esta especie de estigma con que ha tenido que desarrollarse la radio oficial, constituye un importante reto a enfrentar y vencer para ganar la confianza del público que cada vez está más ávido de información veraz y oportuna sobre los sucesos que le incumben porque directa o indirectamente, impactan su vida individual y colectiva.

De ahí que el desempeño de la Radio del Estado en materia informativa ha tenido que transcurrir prácticamente contra corriente, dado que busca consolidarse no en una competencia para las radiodifusoras privadas, sino en una alternativa de información totalmente creíble a partir del ejercicio de la pluralidad en cuanto a las opiniones que presenta, ya que no son para alabar la acción gubernamental, sino para analizar, desde diversas perspectivas incluso ideológicas, el cómo y el por qué de los acontecimientos.

En esta tarea de abrir espacios a opiniones diversas e incluso controvertidas, el Sistema Nacional de Noticiarios del IMER se esfuerza constantemente para brindar a su auditorio un espectro amplio de informaciones, análisis y opiniones.

Quizá el ejemplo más significativo acerca del manejo plural con que el IMER busca consolidar su actividad informativa, es la forma en que se desempeñó durante las campañas electorales de 1994, donde debido a la situación prevaleciente en el país, fue parte de los medios de información que en general, protagonizaron un papel primordial.

Lejos de lo que para ese entonces muchos hubieran considerado imposible, precisamente por su carácter de medio oficial (que no oficialista) el IMER abrió sus micrófonos a los candidatos de todos los partidos políticos que contendieron tanto por la Presidencia de la República como por las diputaciones federales y las senadurías.

Durante años, en México las críticas a los medios del Estado se han centrado en el argumento de que sólo se dedican a difundir informaciones del medio oficial, es decir gubernamental y por tanto, sólo abren espacio a representantes de este círculo político, lo cual es inexacto.

5.1 Manejo Informativo de las Campañas Presidenciales de 1994

Cabe recordar que durante el período preelectoral, una de las quejas más constantes de los candidatos de partidos de oposición, fue el señalamiento de que no se les abrían espacios en los medios de comunicación para que dieran a conocer sus plataformas y propuestas a la ciudadanía. Varios candidatos señalaban incluso que enfrentaban una competencia dispareja porque sólo el candidato del PRI contaba diariamente con este tipo de tribunas para dirigirse a los votantes.

Lo cierto es que el IMER, cumpliendo con su función social y en el propósito de contribuir al ejercicio de la pluralidad, abrió espacios en sus servicios informativos -que se transmiten a nivel nacional a través de sus estaciones en provincia- y en algunos programas de comentario que sólo se transmitían a nivel local, a los candidatos de todos los partidos políticos, que sin ninguna clase de cortapisas expusieron todos los argumentos propios de una contienda electoral.

Estos espacios se les brindaron a cada uno de los candidatos, independientemente de los tiempos oficiales que por ley todas las radiodifusoras deben otorgarles a los partidos políticos.

De hecho, los candidatos de los partidos denominados de oposición, tuvieron en los servicios informativos del IMER una tribuna permanentemente abierta para exponer ante los radioescuchas, sus propuestas electorales. Fueron ellos, los candidatos de la oposición, y no el candidato del llamado partido oficial, quienes más tiempo/radio utilizaron en la Radio del Estado.

Prueba de ello son las siguientes estadísticas elaboradas por el propio SNN al final del período de campañas electorales: En total se realizaron 40 entrevistas a candidatos a la Presidencia de la República con una duración promedio de 30 minutos cada una, lo que significa que entre noviembre de 1993 y junio de 1994 se dedicaron (independientemente de las notas informativas de sus actividades cotidianas de campaña) 16 horas con 43 minutos sólo a entrevistas en vivo, realizadas en el estudio o vía telefónica, a los candidatos de partidos de oposición. ²⁶

Antes de describir cuántas ocasiones cada candidato pudo dirigirse a los radioescuchas del IMER, vale la pena aclarar, que se les formulaba la invitación sin condiciones de ningún tipo y según el interés de cada uno de ellos en aprovechar el espacio que se les ofrecía para dirigirse a la ciudadanía, (e incluso establecer un contacto directo dando respuesta a los comentarios de radioescuchas que se comunicaban a la redacción) aceptaban o declinaban.

Así, el número de entrevistas con cada uno de esos candidatos, es significativo: quien más utilizó esta tribuna para exponer ante los votantes su plataforma política, fue la candidata del Partido del Trabajo (PT), Cecilia Soto con un total de 8 entrevistas en vivo a las que se les dedicaron en total más de 4 horas.

En segundo lugar se ubicó el candidato del Partido Acción Nacional (PAN), Diego Fernández de Cevallos, quien en total utilizó poco más de 2 horas.

²⁶ Ver cuadro estadístico 1 al final del apartado

Como se observa en el cuadro estadístico, el candidato del Partido Demócrata Mexicano-Unión Nacional Opositora (PDM-UNO), Pablo Emilio Madero Beldén, concedió 6 entrevistas a las que se les dedicó una hora con 48 minutos. En tanto, el candidato del Partido Verde Ecologista Mexicano (PVEM) Jorge González Torres, participó en cinco ocasiones, con un total de casi dos horas. La candidata del Partido Popular Socialista (PPS), Marcela Lombardo tuvo 4 entrevistas a lo largo de las cuales ocupó 2 horas con 20 minutos.

El candidato del Partido del Frente Cardenista de Reconstrucción Nacional (PFCRN) Rafael Aguilar Talamantes concedió 3 entrevistas a las que se les dedicaron en total 55 minutos. A su vez, el candidato del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Cuauhtémoc Cárdenas acudió a 2 entrevistas en el estudio, en las que utilizó una hora con 25 minutos.

Contrariamente a lo que podría pensarse, el candidato del Partido Revolucionario Institucional (PRI), Ernesto Zedillo Ponce de León, sólo tuvo 2 entrevistas, una telefónica a las que en total se destinaron 36 minutos.

Además del número de veces que cada uno de ellos habló ante los micrófonos del IMER, es importante tomar en cuenta el tiempo que ocuparon, ya que aunque algunos acudieron menos, el tiempo que utilizaron fue mayor, debido a la duración de cada entrevista. Por ejemplo, aún cuando la candidata del PPS, Marcela Lombardo, participó sólo con 4 entrevistas, ocupó más tiempo que el candidato del PAN, Diego Fernández de Cevallos, debido a que varias de las 7 entrevistas con este, se realizaron por teléfono, lo que implica una menor duración. **27**

27 Ver gráfica al final del apartado

Al cabo de esta labor que consistió en ofrecer espacio a todos los candidatos a la Presidencia de la República para que pudieran a través de los micrófonos del IMER, dirigirse a los radioescuchas, sobre todo del interior del país (donde, a partir de las llamadas que se reciben en la redacción, se ha observado que los servicios informativos de la radio del Estado tienen mucha aceptación) se continuó trabajando para ofrecer información veraz y oportuna de la siguiente etapa del proceso electoral.

A partir de la fecha en que concluyeron las campañas proselitistas (de acuerdo a lo establecido en el Código Federal de Procedimientos y Procesos Electorales), se destinaron espacios unicamente para que las autoridades encargadas del proceso, exhortaran a la ciudadanía a votar por la opción que prefirieran.

Desde el momento en que el IMER abrió sus espacios a la pluralidad para participar en este proceso electoral como una instancia informativa absolutamente creíble y equilibrada, asumió ante el auditorio un compromiso mayor por la objetividad, el cual desde luego, debía continuar en la siguiente etapa, es decir, el momento propiamente electoral.

En razón de este compromiso, el 21 de agosto de 1994, día de las elecciones federales, se realizó una amplia cobertura periodística que consistió fundamentalmente en la designación de un reportero (en calidad de enviado especial) o un corresponsal en las capitales y ciudades más importantes de todas la entidades federativas. En total, se cubrieron 45 plazas.

Además, en todas las estaciones del IMER la programación de ese domingo, se centró en los reportes informativos que se realizaron cada media hora con la participación de los reporteros y corresponsales asignados en provincia y en el Distrito Federal.

Otro equipo de reporteros, apoyados técnicamente con la unidad móvil del propio IMER, informó constantemente los pormenores de la Sesión Ordinaria que sostenían los integrantes del Consejo General del Instituto Federal Electoral, entre los que se cuentan, los dirigentes nacionales de los partidos políticos que participaban en la contienda.

En cumplimiento de la responsabilidad informativa que asumió, el IMER evitó crear falsas expectativas sobre el resultado de las votaciones, por lo que al final de la jornada, únicamente dio a conocer los informes oficiales que el IFE, en su calidad de autoridad electoral emitió y no los sondeos realizados durante la jornada por empresas particulares.

De hecho, esa transmisión especial que inició a las 8 de la mañana del domingo 21 de agosto dando a conocer la forma en que se abrían las casillas electorales, concluyó a las 5:30 de la madrugada del lunes 22, cuando el Consejo Electoral del IFE cerró su sesión plenaria en espera de los conteos totales de votos en el país.

Para culminar esta labor, la mañana del lunes 22, se realizó un programa especial, llamado *"Después del Voto"*, en el que los 6 comentaristas de *Encuentros* dieron sus puntos de vista acerca del desarrollo de la jornada electoral y sobre todo, aclararon todas las dudas que el público planteó a través de llamadas telefónicas al estudio desde el cual se transmitió "en vivo" durante 2 horas continuas.

Aún cuando se volvió a los horarios normales de transmisión de los servicios informativos, en los días posteriores, continuamente se abrieron espacios

extraordinarios, mejor conocidos como "flashes", para informar oportunamente al auditorio acerca de los nuevos resultados.

Con este manejo informativo plural, objetivo y oportuno de cada etapa del proceso electoral de 1994, -que ha sido calificado por los analistas políticos como el más complejo de la historia moderna del país- el IMER a través de su Sistema Nacional de Noticiarios, mostró que en México la Radio del Estado puede ser una alternativa noticiosa para un público cada vez más exigente porque desea participar más en los cambios que vive el país.

Ese camino recorrido en 1994, continua a la fecha marcando la ruta en el desempeño informativo de la Radio del Estado que además de cumplir la función social que tiene asignada, busca consolidarse ante el auditorio como un medio y una alternativa absolutamente confiable.

CUADRO ESTADÍSTICO 1
FUENTE: Archivos SNN

Instituto Mexicano de la Radio

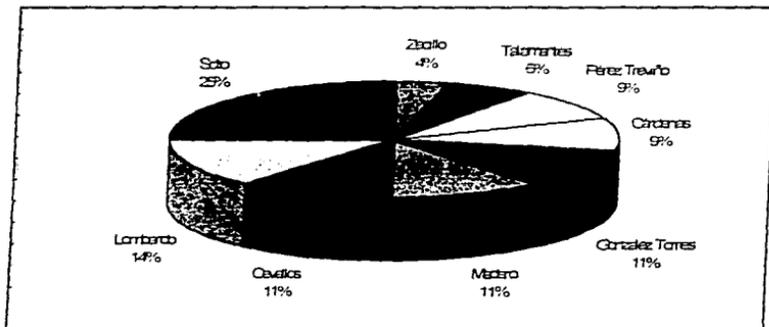
ENTREVISTAS A CANDIDATOS PRESIDENCIALES

NOMBRE	PARTIDO	CANTIDAD	TIEMPO	PORCENTAJE
Cecilia Soto González	PT	8	250'	24.92%
Marcela Lombardo Otero	PPS	4	140'	13.95%
Diego Fernández de Cevallos	PAN	7	129'	12.86%
Jorge González Torres	PVEM	5	110'	10.96%
Pablo Emilio Madero Beldén	PDM-UNO	6	108'	10.76%
Alvaro Pérez Treviño	PARM	3	90'	8.97%
Cuahtémoc Cárdenas Solórzano	PRD	2	85'	8.47%
Rafael Aguilar Talamantes	PFCRN	3	55'	5.48%
Ernesto Zedillo Ponce de León	PRI	2	36'	3.58%
TOTAL GENERAL		40	1,003'	100%

TOTAL DE ENTREVISTAS A CANDIDATOS PRESIDENCIALES	40
TOTAL EN TIEMPO PARA CANDIDATOS PRESIDENCIALES	1,003' 16 horas, 43 mins.

INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO

Porcentaje de Entrevistas a Candidatos Presidenciales.



GRÁFICA DE PORCENTAJES
FUENTE: Archivos SNN

5.2 Los Comentaristas de “Antena Radio”

Desde finales de 1993, la primera emisión de “Antena Radio” cuenta con una sección diaria de comentarios, llamada *Encuentros*, en la cual colabora un grupo de analistas expertos en diferentes materias (política, historia, sociología, economía) todos ellos catedráticos en instituciones de Educación Superior que además de colaborar en diferentes diarios como articulistas, trabajan en diferentes entidades públicas o privadas.

La razón de que este espacio se presente sólo en la emisión matutina de los servicios informativos, es porque al comienzo del día, el radioescucha está más interesado e incluso con mejor capacidad receptiva para este tipo de análisis por lo cual también este noticiario es el de mayor duración de los 3 que se transmiten a lo largo del día.

La opinión de cada uno de estos comentaristas, acerca del papel de la radio del Estado como tribuna desde la cual se analizan los acontecimientos nacionales e internacionales de mayor impacto en la sociedad, resulta fundamental para un trabajo de investigación como el presente, por lo que se realizó una pequeña entrevista con cada uno de ellos, en torno a siete puntos, en los que se aborda primero la función de la radio en general y después, el desempeño de la radio del Estado como formadora de opinión.

Tomando en cuenta la amplia gama de maneras de pensar -y por tanto de analizar los temas de mayor interés- que cada uno de estos comentaristas revela en sus participaciones semanales, considero que es importante conocer su

opinión acerca del papel que desempeña la radio del Estado y en particular este espacio de análisis y opinión dentro de los servicios informativos del IMER.

A grandes rasgos, el resultado de este sondeo es el siguiente:

Respecto al papel que desempeña la radio como medio de información, en la actual circunstancia del país, el Historiador **Gastón García Cantú**, opina que la radio tiene el deber de ser "Una vía educativa y un medio para la democracia", que desafortunadamente no siempre ni en todos los casos, se cumple.

En tanto, para el Doctor en Ciencia Política, **José Fernández Santillán**, la radio es una importante alternativa frente a la televisión que a pesar de haber captado la atención del gran público durante muchos años, no se ha abierto tanto a la pluralidad de opiniones como en los tiempos recientes lo ha hecho la radio. Es decir, el medio electrónico de comunicación que responde mejor a las necesidades actuales del auditorio en materia de información y sobre todo, de diversidad de opiniones, es la radio, por lo que está ganando grandes espacios en la sociedad.

Mauricio Merino, Presidente del Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública, considera que la radio es un importante medio de comunicación e información utilizado en función de intereses específicos (económicos y/o políticos) que buscan tener más presencia dentro de la sociedad. Por ello, agrega, es indispensable que el Estado, -cuyos intereses son los de la propia sociedad-, tenga espacios radiofónicos útiles y confiables que sean para el auditorio, un contrapeso ante los múltiples intereses privados.

Alan Arias Marín, Licenciado en Filosofía, considera que la radio, en general, desempeña un papel de primera importancia en la sociedad moderna porque más

de la mitad de la población se informa a través de este medio. Agrega que sin embargo, la opinión pública, se sigue construyendo en torno a la prensa escrita.

A su vez, el Director del Programa de Ciencia Política del ITAM, **Alonso Lujambio** señala que hoy es más importante que nunca, el papel que desempeña la radio en México "[...] para reducir temores, llamar a la racionalidad, inhibir rumores y contribuir a un debate razonable sobre nuestras cosas públicas".

El experto en temas internacionales, **Juan María Alponente** comenta que "[...] La radio debe ser, por su penetración en extensas áreas populares, un instrumento de aclaración y un conducto natural para establecer puentes de comunicación con la sociedad y valoraciones fundadas en la tolerancia y la inteligencia".

En cuanto a la razón de ser de los medios del Estado, las opiniones de estos comentaristas, aunque expresadas de diferente manera, confluyen en una misma idea: los medios de comunicación del Estado tienen una función social, ajena a intereses particulares, por lo que además ser foros en los que se exprese el sentir de la sociedad tienen que estar abiertos a la pluralidad de opiniones representativas de todos los sectores. Ello obliga, dice el politólogo José Fernández Santillán, a una gran responsabilidad pública en el más amplio sentido de la palabra.

Sobre este punto, **Mauricio Merino**, también articulista del diario *La Jornada* comenta que en materia informativa, el aspecto que más deben cuidar los medios del Estado es el de la objetividad, ya que la noticia es un instrumento político a partir de la forma en que cada medio la presenta, porque así impone su punto de vista acerca de los hechos. En materia de opiniones, dice, los medios del Estado, en particular la radio, deben abrir sus espacios a todas las corrientes de pensamiento.

Alonso Lujambio menciona que los medios del Estado están más obligados a ser plurales ya que los medios privados omiten abordar los temas que interfieren con sus criterios comerciales de programación. En cambio, "[...] los medios estatales no buscan penetrar auditorios en función de criterios de ganancia inmediata, por lo tanto, el abanico de posibilidades que pueden ofrecer como difusores de la cultura y del debate público, es mucho más amplio".

En contraste, Alan Arias menciona que los medios del Estado existen para "[...] promover la educación cívica ciudadana, la difusión de la cultura nacional y los valores democráticos de pluralismo y tolerancia"

José Fernández Santillán aclara que el hecho de ser medios del Estado no significa que sólo expresen el sentir del gobierno, como muchos creen, sino todas aquellas opiniones que manifiesten con responsabilidad, lucidez y profesionalismo, el proyecto de nación deseable, a fin de ir elaborándolo a través del intercambio racional con otras maneras de pensar. Por tanto, la pluralidad es lo que le da razón de ser a un medio de Estado, señala el discípulo de Norberto Bobbio.

A su vez, Juan María Alponente dice que aunque el Estado no debe aspirar a ser ni propietario ni censor de los medios, tampoco es válido negarte la posibilidad de manejar medios de comunicación siempre y cuando la finalidad de estos sea "[...] esclarecer asuntos, problemas, cuestiones que atañen a las relaciones en la vida democrática entre Sociedad y Estado" y agrega que para cumplir esta condición, es indispensable "[...] una autonomía verdadera e institucional de los ciudadanos que tienen a su cargo esos medios, para evitar que el doctrinarismo pedagógico de un partido dominante o una coalición dominante conviertan esos medios en simple vehículo propagandístico".

El articulista del diario *Excelsior* Gastón García Cantú manifiesta que la razón de ser de los medios del Estado es educar y allanar el camino hacia la democracia.

Es importante señalar que varios de estos comentaristas, que además de colaborar en la radio estatal mexicana, conocen de cerca la experiencia de otras naciones, consideran indispensable la participación del Estado en el ámbito de los medios de comunicación, precisamente para que el público cuente con una alternativa diferente a lo que le ofrecen los medios privados.

A partir de su experiencia como comentaristas del IMER -la mayoría de ellos a lo largo de más de dos años-, los entrevistados opinaron que este grupo de radiodifusoras estatales, si cumple la función social que tiene asignada, aunque todavía hace falta afinar algunos aspectos para lograr más confianza y aceptación del público que es el mejor parámetro para medir la efectividad del trabajo que se realiza en la radio

En este sentido, Fernández Santillán señala que si bien se está trabajando efectivamente con la mejor voluntad para brindar un servicio de interés público, todavía hay aspectos que perfeccionar y es en este punto donde el IMER debe estar abierto a nuevas propuestas que enriquezcan su labor.

Asimismo, Mauricio Merino señala que la radio del Estado debe tener como propósito permanente, el ganar espacios efectivamente útiles, en cuanto a alternativas para el público, "[...] con opiniones libres e independientes, opiniones de Estado, no de gobierno, y a partir de ahí, ganar una audiencia más grande", que sepa que el propósito fundamental del IMER como medio del Estado, es proteger esos intereses colectivos porque es una radio en la que no existen intereses privados inconfesables.

Con base en su experiencia como comentaristas, y considerados como líderes de opinión, la respuesta generalizada respecto al desempeño de la radio Estatal mexicana, es que existe respeto a la pluralidad de ideas. En sus participaciones semanales, estos 6 comentaristas deciden por sí mismos el tema a abordar durante los 30 minutos que dura la sección *Encuentros*, para la cual no reciben una línea editorial, sino que participan en calidad de invitados para analizar los temas que ellos mismos consideren que son los que más preocupan e interesan a la ciudadanía.

Así, entre las respuestas más contundentes a esta pregunta, están las siguientes: Gastón García Cantú dijo de manera breve y concisa que el medio es respetuoso de su libertad de expresión.

Juan María Alponse aclara que su intención no es orientar ni desorientar a la opinión pública. "Mi única aspiración es ampliar sus puntos de vista, esclarecer con los datos exactos, un problema dado, actual o histórico", y añade que en esta tarea, durante sus participaciones en *Encuentros* utiliza plenamente su libertad de expresarse, pensando solamente en servir a una sociedad abierta, plural y democrática. "[...] Siempre he pensado que ese medio (IMER) es un medio público, con recursos públicos y que solamente debo considerar la relación con la sociedad".

José Fernández Santillán dice que ha habido una gran apertura y que sobre todo, el IMER se ha desarrollado no como una instancia de gobierno, sino como una instancia de Estado, es decir con valores públicos, que no significa que sean los del gobierno, sino fundamentalmente los de la sociedad, tras lo cual comenta que en países europeos, los medios de comunicación del Estado son de mejor calidad que los privados precisamente porque el carácter de estos es lucrativo y el de

aquellos es público, es decir social. Explica que en Europa, el público percibe el profesionalismo y la apertura con que se desempeñan los medios del Estado y por eso los prefiere.

También señala que un aspecto muy importante del desempeño del IMER en lo que se refiere a expresión de opiniones, es el hecho de que se propicia una retroalimentación (por teléfono o de manera personal) con el público, porque eso les va dando a ellos la pauta para abordar los temas. Además, considera que la transmisión de *Encuentros* a través de una estación como OPUS 94, es un acierto porque así, se abarca un público que tiene mayor capacidad de discernimiento.

Alan Arias señala que además de haber construido un esquema plural de opiniones, "[...] IMER cumple con las premisas de respeto a la libertad de expresión y favorece el cumplimiento del derecho a la información de sus radioescuchas".

En tanto, Mauricio Merino dice que si bien existe una enorme apertura y que nunca se le ha pedido decir, dejar de decir, o abordar un tema específico, percibe "[...] una cuota de prudencia en el ánimo del Instituto" que lo lleva a expresar sus opiniones de manera más moderada que en el periódico *La Jornada*.

Sin embargo, dice, "[...] sería injusto si dijera que el IMER ha hecho siquiera el intento de censurarme, al contrario, hay una absoluta libertad que yo mismo decido cómo utilizarla".

Alonso Lujambio expresa que en su desempeño noticioso, el IMER ha cumplido un papel de enorme relevancia que consiste en ser punta de lanza de la radio estatal.

Respecto a la credibilidad que el público les confiere a los medios del Estado, los entrevistados coincidieron en que la idea de que sólo transmiten lo que al gobierno le gusta o le conviene, está cambiando precisamente por esta transformación que se está dando en todos los ámbitos de la vida nacional.

Consecuentemente, el desempeño de la radio estatal mexicana, ahora con una mayor apertura que se manifiesta precisamente en estos espacios de opinión como *Encuentros* y otros similares, está forjando una mayor aceptación de parte del público hacia estos medios en los que se ejerce la crítica a partir de la premisa de que ésta, no es sinónimo de oposición sistemática, coinciden los entrevistados.

Al respecto, José Fernández Santillán señala que "[...] debe haber sensibilidad para tratar las cuestiones y la sensibilidad radica precisamente en esa capacidad creativa, en esa inteligencia, en ese genio que podamos desprender de nosotros mismos para decir las cosas, lo que pensamos, lo que nos gusta y lo que nos disgusta". Agrega que el peor atentado contra uno mismo es la autocensura, en el sentido de no decir las cosas para que no vaya a molestar a tal o cual persona.

Agrega F. Santillán, que "[...] todas las cosas se pueden decir, pero siempre con calidad, sin entrar en polémicas de carácter personal con equis funcionario o sector, hay que despersonalizar los argumentos para convertirlos en cuestiones de interés público con lo que el debate adquiere nivel de Estado, es decir, público."

Mauricio Merino señala a su vez, que la nación mexicana se encuentra precisamente en la etapa de saber diferenciar en los hechos, lo que es el Estado y lo que es el gobierno y la radio estatal actúa efectivamente en función del interés público para tener más credibilidad, que se convertirá en característica

permanente en la medida que continúe siendo plural y abriéndose a todas las manifestaciones de carácter social.

Agrega que en varios momentos y en el tratamiento de diferentes temas, el IMER ha demostrado una actitud completamente abierta, democrática, plural y crítica, “[...] en el sentido de criterio, no de oposición, ya que la palabra crítica, viene de criterio, de análisis fino, por eso la crítica puede ser positiva o negativa.” El experto en Ciencia Política aclara que una cosa es la actividad política de oposición y otra muy distinta es la crítica, que es un análisis, lo más objetivo posible, y en todo caso, bien informado y bien fundamentado.

Considera también que es indudable que en esta etapa de la vida nacional, el IMER se ha desempeñado como un medio de Estado porque de parte de las autoridades existe absoluta voluntad de respetar la libertad de expresión, pero es necesario garantizar que este manejo plural sea permanente, lo cual se logrará en el momento en que el Presidente de la República, sólo tenga que ver con ellos en su calidad de Jefe de Estado, no de Jefe de Gobierno.

Alonso Lujambio señala llanamente, que en su desempeño noticioso, el IMER muestra que entiende claramente que “[...] Los medios del Estado no pueden ser del gobierno, mucho menos del partido (el que sea) en el gobierno”

En tanto, el internacionalista Juan María Alponente, considera que el IMER se ha convertido en un medio más abierto en respuesta a una realidad social “[...] que se niega a vivir en la minoría de edad y que no está capacitada ya para la mentira como hecho cotidiano”. Añade que igual que los demás medios de comunicación, la radio del Estado está asumiendo el tránsito hacia la democracia.

Alonso Lujambio, autor del libro *Federalismo y Congreso en el Cambio Político de México*, señala que si bien el IMER no se desempeña como simple transmisor de los actos y decisiones del gobierno, precisamente porque no es una radio del gobierno, sino del Estado, "[...] se seguirá pagando el costo de un cierto oficialismo en virtud del ambiente antigubernamental que priva en los ámbitos privados y que conllevan un elemento de rentabilidad segura".

Como ya se detalló en el anterior apartado, durante las campañas electorales de 1994, el IMER desarrolló un amplio esquema informativo y de opinión que consistió tanto en abrir espacios a todos los candidatos -para que expresaran sus propuestas-, como en una vasta cobertura periodística el día de los comicios para informar instantáneamente, los pormenores del proceso electoral. Finalmente este esquema se complementó con la transmisión de un programa de análisis en el que la participación del público, fue fundamental.

Respecto a este desempeño de la radio del Estado en uno de los momentos clave para la vida nacional, los comentaristas de *Encuentros* recuerdan que se dio un manejo informativo oportuno, coherente y sobre todo creíble. En primer lugar porque el público recibió la información que se generaba, prácticamente de manera simultánea; segunda porque tuvo a su alcance el sentir y la forma de pensar de cada uno de los candidatos, por medio de las entrevistas que se realizaron con ellos y tercero porque se le ofreció un análisis plural antes, durante y después de los comicios.

José Fernández Santillán enfatiza "[...] lo que hicimos el día de la elección, fue ante todo dar información de lo que estaba aconteciendo en el país -a través de todo ese esquema noticioso que previamente se armó con un gran desplazamiento de reporteros- y al día siguiente se realizó esa mesa de análisis con todos los comentaristas de *Encuentros*, mientras que la radio privada se

comportó al revés: dieron primero el comentario y después la información, y entonces el IMER ganó un espacio enorme.”

Agrega que a partir de esa experiencia es posible seguir manteniendo un buen nivel informativo y de opinión y por tanto, de aceptación del público, siempre y cuando se tenga la capacidad de entender el momento y actuar en consecuencia. “Vamos a tener que enfrentar otras circunstancias informativas muy importantes, porque el país está cambiando y vamos a tener que entrarle. A veces en emergencia, a veces en cuestiones programadas, pero hay que estar preparados para enfrentar esos retos”.

Gastón García Cantú opina que en ese momento, tan significativo e importante para el país, el IMER tuvo una actuación ejemplar, por la libertad de crítica con que actuó.

“El boom del IMER en términos de credibilidad, hay que ubicarlo a partir de 1994” comenta el Director del Programa de Ciencia Política del ITAM, Alonso Lujambio quien agrega que afortunadamente después de ese periodo de “[...] imaginación y coraje” en la radio estatal, no se ha dado marcha atrás.

Mauricio Merino comenta que el IMER fue el primer medio en explicar al aire “[...] incluso antes que las autoridades electorales, cuál era el problema técnico que se estaba presentando en las casillas extraordinarias”. Opina que en términos generales, el IMER tuvo un excelente desempeño porque efectivamente funcionó como medio de Estado abriéndose por completo en favor de la transición democrática, por lo que estuvo a la altura de las necesidades y demandas de la sociedad en ese momento específico.

Juan María Alponente señala que durante el proceso electoral de 1994, el IMER, como los demás medios de comunicación, participó abiertamente en una etapa de toma de conciencia social "[...] de que al margen de los resultados, votar significaba un deber colectivo y ese deber colectivo se convirtió en una moral de conducta que condujo a la gente a las urnas".

En contraste, Alan Arias califica ese desempeño del IMER como un trabajo objetivo y plural, en el que predominó el punto de vista del IFE como autoridad electoral "[...] lo cual es la obligación de la radio pública".

Llegamos al punto quizá controversial de la permanencia de los medios de comunicación del Estado, fundamentalmente la radio, que tiene apenas 13 años de existir como entidad con estructura específica, y que en un país en el que se lee poco, además de una amplísima capacidad de penetración, tiene funciones sociales específicas que cumplir en razón del interés público.

La opinión generalizada es que sí es importante que el Estado Mexicano mantenga sus medios de comunicación. ¿Por qué? Las consideraciones de los entrevistados son diversas, pero convergentes en el tema de la democracia.

En este punto, Gastón García Cantú señala que estos medios deben permanecer precisamente "[...] para garantizar la sobrevivencia del Estado y como demostración del respeto por las libertades en que se apoya la acción política".

José Fernández Santillán opina que deben permanecer fundamentalmente para que el Estado cumpla esa responsabilidad social de informar y comunicar a la ciudadanía de manera diferente a como lo hacen los medios privados, es decir, para ofrecerle a la sociedad, alternativas noticiosas y de opinión elaboradas con profesionalismo, responsabilidad y pluralidad. Hay mucha competencia en la

radio, dice, pero a veces las noticias y las opiniones se presentan de manera tramposa y tendenciosa. Agrega que por su carácter de académicos, los comentaristas de IMER, realizan sus comentarios trasladando la seriedad de la cátedra universitaria a sus respectivos espacios de opinión, desde luego presentando sus argumentos con un lenguaje más sencillo y accesible para todo el auditorio.

Alonso Lujambio señala que tanto por el momento que vive el país como por el papel tan importante que ya está desempeñando, específicamente la radio estatal mexicana, es necesario que ésta perdure. "[...] privatizar a lo tontamente neoliberal, un servicio social tan importante, sería un absurdo, un error mayúsculo", y agrega que si bien durante muchos años hubo una radio estatal que no aportó casi nada a la vida pública de México, ahora sí está aportando mucho y cumpliendo funciones muy específicas.

En tanto Mauricio Merino señala que "Si el Estado Mexicano no logra entender que mantener los medios de Estado es una de las claves para hacer avanzar a la democracia, y si deja todos los medios en manos de intereses privados, pues esto va a ser una secuela del mercado, va a ser una réplica de nuestro mercado y yo creo que eso puede ser absolutamente terrible. Debe haber un espacio de credibilidad de Estado y tiene que haber un espacio en el que la opinión efectivamente se guíe. Si después lo toman las radiodifusoras privadas y lo convierten en otra cosa, ya es la opinión de cada quien, pero desde luego no debe ser la del Estado".

Alan Arias considera que la permanencia de los medios de comunicación estatales debe darse "[...] como un elemento de compensación a los medios privados, determinados por ciertos criterios comerciales e incremento de ganancias".

En tanto que el catedrático universitario Juan María Alponete, señala que "[...] cuando el Estado es una institución no autoritaria y representa legítimamente a la sociedad y su proceso histórico, la existencia de medios de comunicación social propios de ese Estado, no representa abuso de autoridad, sino la presencia natural y normal de su propia estructura de comunicación". El manejo de medios de comunicación por un Estado democrático, sometido él mismo al imperio de la ley, agrega Alponete, los convierte en medios, que contribuyen a enriquecer objetivamente la pluralidad de una sociedad democrática.

5.3 La respuesta de los Radioescuchas

La culminación de toda la labor que se realiza en la radio es la aceptación del público, es decir, la audiencia que se logra captar con los mensajes, transmitidos porque finalmente es el público quien decide sintonizar o no, determinada estación.

El auditorio "cautivo" de cada emisora se da en función de que los mensajes que transmite respondan al gusto de los radioescuchas, pero en la circunstancia actual del país y del mundo, es determinante también la forma en que esos mensajes responden a la necesidad de entender el cómo y el por qué de los acontecimientos que, a fin de cuentas, determinan el rumbo de la sociedad y de la nación.

De ahí que la última parte de esta investigación consiste en el resultado de una encuesta realizada vía telefónica entre el público que se comunica a la redacción del Sistema Nacional de Noticieros durante la transmisión de la sección *Encuentros* en el noticiero "Antena Radio" de la mañana.

Cabe señalar que la encuesta estuvo enfocada a conocer fundamentalmente la opinión de las personas sobre la utilidad (para ellos) de los análisis y puntos de vista que expresan los comentaristas y de manera secundaria, su opinión acerca de las demás secciones del servicio informativo.

Las preguntas fueron cerradas de tal manera que pudieran ser contestadas sólo con un sí o un no, pero dejando abierta la opción de una respuesta más extensa.

Se incluyeron datos como edad, sexo, ocupación sólo como indicadores del tipo de auditorio que escucha los comentarios. Además, se pidió señalar qué estación sintoniza (la sección se transmite por XEB en A.M y por OPUS 94 en F.M.) porque ese es otro factor importante para saber a qué sectores de la sociedad está llegando el mensaje ya que el perfil de la programación de XEB la hace una estación más abierta para diferentes estratos sociales, en tanto que la estación de FM, OPUS 94 que transmite música clásica, es captada por un auditorio con gustos más selectivos.

Así, el sondeo que se realizó entre 30 personas que en diferentes días se comunicaron telefónicamente al IMER durante la transmisión de *Encuentros*, reveló que tanto el noticiario en general, como en particular la sección dedicada al análisis de temas específicos, tienen un auditorio "cautivo" ya que más del 50% de los encuestados lo escuchan frecuentemente.

Tanto hombres como mujeres de diferentes edades y ocupaciones (profesionistas, amas de casa, empleados) consideraron que el análisis de los problemas y situaciones que abordan los comentaristas, es muy acertado y sobre todo con lenguaje accesible por lo que a ellos como receptores del mensaje les ayuda a entender mejor lo que ocurre en el país y en el resto del mundo.

Respecto al objetivo secundario de la encuesta, es decir, el de detectar la opinión del público acerca del servicio informativo en general, se observó que la mayoría considera que tal como se transmite actualmente está bien estructurado, y sólo unas cuantas personas sugirieron secciones específicas sobre temas particulares como "consejos para mujeres", "distribución, comercialización y abasto de productos" "educación", "microempresas" y "precios en la ciudad de México, sobre todo lo relativo al campo".

Cabe destacar que en la encuesta se dejó al final un espacio para que de manera opcional cada persona hiciera un comentario abierto, es decir sobre algún otro tema no abordado en el cuestionario y claramente se observa que la gente desea actualmente, más información, análisis y orientaciones acerca de lo que ocurre en el país. En esta parte de la encuesta, muchas personas solicitaron que se amplié la sección de comentarios, es decir *Encuentros*.

Llama particularmente la atención el caso de dos personas que dijeron que era la primera ocasión que escuchaban el noticiario y por consiguiente la sección *Encuentros*, pero aún así opinaron que les parecía un buen espacio de reflexión. También vale la pena mencionar que una de estas personas dijo que era bueno, pero que le gustaría que el tono de los comentarios fuera "más fuerte".

Todas estas opiniones del público, confirman la percepción de que actualmente, la gente, el ciudadano, la sociedad en general, necesita y demanda que los medios de comunicación no sólo informen de los hechos, sino que presenten análisis debidamente fundamentados y opiniones diversas presentadas con la mayor claridad posible que ayuden a entender más que el hecho en sí, el por qué y todas las implicaciones de cada una de las situaciones que constantemente se presentan en esta etapa de cambios que atraviesa el país.

Es en ese sentido en el que la radio estatal mexicana busca y puede consolidarse como una alternativa de información, que sin sensacionalismos dé a conocer los hechos pero simultáneamente, sea un foro de expresión de las diversas corrientes de opinión y de análisis, labor que los servicios informativos del IMER realizan por una parte, en la sección *Encuentros*, y por otra parte en los espacios que cotidianamente dedica a entrevistas con personajes que participan en los hechos que son noticia.

Sobre todo hay que tener en cuenta que el auditorio del interior de la República, (donde se ha detectado que el IMER tiene amplia presencia a través de sus 12 estaciones locales y las cuales reciben la señal de *Antena Radio*) necesita -quizá más que los habitantes de las grandes ciudades-, elementos, razones y argumentos válidos y claros para entender lo que ocurre en México.

A través de la labor informativa y de opinión que desarrollan diariamente los servicios noticiosos de la radio del Estado, es decir del IMER, no se pretende imponer criterios a favor de grupos o intereses específicos, sino proporcionar al auditorio orientaciones que le sean útiles para formar su propio criterio respecto a los acontecimientos nacionales que a fin de cuentas repercuten en la vida de todos y cada uno de los ciudadanos de este país.

VI Recapitulación

Una política de Comunicación Social posible

Hace más de dos décadas, en 1975, la UNESCO definió a las políticas de comunicación social como "Los modos de utilizar la comunicación, las redes por donde discurre, las estructuras del sistema de comunicación, el marco reglamentario de éste y las decisiones de su funcionamiento". 28

En el documento titulado Los Sistemas Nacionales de Comunicación, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura, agrega que "En toda sociedad, el sistema de comunicación ha de adaptarse orgánicamente al sistema político y socioeconómico del Estado y estar en armonía con sus valores culturales. Aunque todos los sistemas de comunicación tienen características comunes, los objetivos, las funciones y las políticas serán distintos según el grado de desarrollo del país y de su concepción política".

Aunque reconoce que son pocos los países que han sentido la necesidad de elaborar una política de comunicación de un modo formal o global, la propia UNESCO señala que existe "una política de comunicación implícita aunque se haya basado principalmente en el principio de *laissez faire* hasta el momento en que la seguridad nacional, el bienestar público o unos intereses adquiridos, se hayan visto amenazados. Se reconoce cada vez más la necesidad de una política explícita" 29

28 Los Sistemas Nacionales de Comunicación, UNESCO pág. 7

29 Idem, pág. 7

Sin embargo, en México, cuando se habla de una política de comunicación social, se piensa inmediatamente que el gobierno pretende imponer obstáculos al desempeño cotidiano de los medios de comunicación.

Como garantías individuales, el acceso a la información y la libre expresión de opiniones, están plasmados en nuestra Carta Magna que consagra como derechos irrenunciables del ciudadano, tanto "el derecho a la manifestación de las ideas" (artículo 6o.) como "la libertad de escribir y publicar escritos sobre cualquier materia" (artículo 7o.). En 1977, el poder legislativo reformó el artículo sexto adicionándole un párrafo que señala "el derecho a la información, será garantizado por el Estado". **30**

Esta libertad irrestricta que consagra la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, tiene sus bemoles, porque la era que estamos viviendo de gran auge de los medios de comunicación masiva, entraña a su vez, ciertas complicaciones ya que el pleno ejercicio de esas libertades deriva a veces en cierto *libertinaje*, que sin embargo, se acepta porque tratar de frenarlo, sería coartar derechos constitucionales

El hecho de que los medios masivos de comunicación e información sean plurales los hace ser de manera intrínseca, polémicos y en consecuencia, siempre habrá quienes estén de acuerdo pero también quienes disientan en cuanto al contenido de los mensajes que se transmitan en dichos medios.

ESTA TESIS NO DEBE SALIR DE LA BIBLIOTECA

79

En el caso concreto de México, existe una estructura (equivalente a lo que la UNESCO menciona "política implícita") que pretende conservar la diversidad de opiniones entre los propietarios de medios de comunicación -quienes la mayoría de las veces, están alejados del quehacer periodístico per se- y al mismo tiempo, mantener la cohesión social. 31

Como parte del propósito de establecer una política general de comunicación, en 1992, el Gobierno planteó una serie de "Lineamientos para la Aplicación de los Recursos federales destinados a la publicidad y difusión y, en general a las actividades de Comunicación Social" 32

Bien puede afirmarse que este proceso es el antecedente de la recientemente creada Coordinación General de Comunicación Social del Gobierno Federal que precisamente enfrenta el reto de conjuntar la opinión de los diversos actores para establecer una política de comunicación 33

Esta, desde luego, no es una tarea fácil, porque además de que son muchos y muy diversos los intereses que se tendrían que conjuntar, el hecho de que ésta sea una iniciativa gubernamental, la hace sumamente polémica.

³¹ Este concepto, plantea también otra polémica, desde las condiciones políticas, económicas, sociales y culturales en las que está inmerso actualmente el país.

³² Por cierto, el análisis de este tema, puede ser más bien, tema central de otra investigación específica

³³ Depende directamente de la Secretaría de Gobernación y la encabeza Dionisio Pérez Jácome

Aún así, en este contexto, la actual administración Federal ha propuesto que sean los medios quienes generen su propio código de compromisos con la sociedad. Bajo esta óptica, se requeriría que cada concesionario tanto de radio como de televisión y cada editor de los distintos medios impresos, asumiera responsablemente el manejo de la información. Tal vez, no se trate de caer en la autocensura, pero tampoco en el otro extremo de transmitir o difundir con amarillismo asuntos que podrían poner en riesgo la cohesión social y alarmar a la población.

Todos estamos de acuerdo en que lo menos deseable sería poner límites a la libertad de expresión, por mínimos que estos fueran. El establecimiento de una política general de comunicación social, tendría que ser marcada por el Gobierno y se interpretaría como intentos de coartar la libertad de prensa y limitar el derecho a la información.

Por lo tanto, para evitar interpretaciones parciales de ese propósito de normar o reglamentar el contenido y la presentación de los mensajes (sobre todo informativos) a través de los medios masivos, más que establecer una política de comunicación social delineada unilateralmente, sería conveniente, en aras del respeto a la pluralidad, asumir por consenso un código de principios éticos en el que queden plasmados los compromisos por parte tanto del gobierno, como de los empresarios que manejan los medios de comunicación (que no pocas veces ven a sus empresas como símbolos de poder político y económico) y donde la sociedad desempeñaría el papel de garante para que esos compromisos se cumplan a cabalidad.

En este sentido, la UNESCO señala que "no se puede construir una estructura nacional, modernizar y politizar a las masas, sin la cooperación de la población y si no se movilizan los recursos humanos de la sociedad. [...] En una sociedad

democrática moderna, la comunicación es el instrumento para lograr que la población participe en el proceso político, para facilitar la adopción de decisiones y el debate público y llegar a un consenso sobre las cuestiones importantes". 34

Cabe aclarar que esta modalidad de códigos de comportamiento o de ética de los medios, no sería un 'experimento de laboratorio', sino un acercamiento a modelos ya debidamente probados en la práctica en países desarrollados como los europeos donde se parte de la premisa fundamental de brindar información responsable a partir del libre acceso de los medios a las fuentes de información.

En este sentido el primer compromiso a asumir ante la sociedad, debería ser el de brindarle un acervo informativo plenamente confiable, es decir, veraz y objetivo que desde luego, sería resultado del acceso directo y sin ambages, a las fuentes en que se genera esa información.

Lo que los medios de información le ofrecen y le entregan a la sociedad, es a fin de cuentas, un producto -no en el sentido mercantilista, sino de servicio- cuya adecuada elaboración depende tanto de ellos, como de su materia prima que es la información con que cuentan. Por consiguiente, la calidad de ese producto que se le entrega a la sociedad en forma de mensaje, es responsabilidad de los medios y del proveedor de la materia prima, es decir, la fuente de información.

En España, país que desde 1993, adoptó su Código Deontológico de la Profesión Periodística, el Alto Tribunal establece:

34 Op. Cit. Los Sistemas Nacionales de Comunicación, pág. 9

"Cuando la Constitución requiere que la información sea 'veraz' no está tanto privando de protección a las informaciones que puedan resultar erróneas o sencillamente no probadas en juicio- cuando estableciendo un específico deber de diligencia sobre el informador, a quien se le puede y debe exigir que lo transmita como 'hechos' haya sido objeto de previo contraste con datos objetivos, privándose, así, de la garantía constitucional a quien defraudando el derecho de todos a la información, actúe con menosprecio de la veracidad o falsedad de lo comunicado. El ordenamiento no presta su tutela a tal conducta negligente, ni menos a la de quien comunique como hechos, simples rumores o, peor aún, meras invenciones o insinuaciones insidiosas; pero sí ampara en su conjunto, la información rectamente obtenida y difundida, aún cuando su total exactitud sea controvertible. En definitiva, las afirmaciones erróneas son inevitables en un debate libre, de tal forma que, de imponerse la 'verdad' como condición para el reconocimiento del derecho, la única garantía de la seguridad jurídica sería el silencio". 35

Queda claro que más que plantear un proyecto general de comunicación social, elaborado por uno sólo de los participantes en el proceso informativo a través de los medios masivos, se debe pensar en una política de comunicación, entendida como compromisos de parte tanto de las fuentes de información como de los comunicadores, con el propósito único de brindar un servicio verdaderamente útil a la sociedad.

Conclusiones

El interés de abordar el tema de la Función Social de la Radio del Estado en Materia Informativa, surgió de la inquietud por conocer hasta qué punto la sociedad considera útil y por lo tanto, acepta, el desempeño noticioso del IMER que fue creado con funciones específicas de servicio a la sociedad.

Esta inquietud se refiere fundamentalmente al factor credibilidad por parte del público, del ciudadano común que durante mucho tiempo ha mostrado reservas respecto a todo tipo de información que provenga del ámbito oficial y por consiguiente de los medios de comunicación del Estado en virtud de que se piensa que sólo repiten y difunden lo que el Gobierno determina.

Cabe señalar que en la búsqueda de bibliografía sobre el tema, encontré únicamente estudios muy generales sobre la participación del Estado Mexicano en los medios de comunicación, pero ninguno que abordara específicamente el aspecto noticioso y el papel que desempeñan estos medios en la dinámica general de la sociedad.

Por ello, antes de presentar una 'radiografía' del área encargada de elaborar y transmitir todos los servicios informativos que ofrece la radio del Estado a nivel Federal, se hizo un recuento de la forma en que surgió y se ha desarrollado el IMER como entidad radiofónica del Estado, creada para cumplir funciones específicas de entretenimiento e información con sentido social.

En la moderna sociedad mexicana, la radio tiene importantes y múltiples funciones que son herramientas fundamentales para la etapa de transformación que atraviesa el país. Una de esas funciones es precisamente la informativa y de

opinión, porque la sociedad está cada vez más necesitada y exige, información de todo lo que ocurre en su entorno.

La gran variedad de servicios noticiosos en las radiodifusoras manejadas por particulares, ofrece a su vez, una gran variedad de opiniones tanto de analistas expertos en diferentes materias, como de quienes conducen esos noticiarios. Aun cuando, con el hecho de informar brindan un servicio de tipo social, este se realiza a partir de criterios comerciales, que si bien son válidos, no responden necesariamente al interés común, porque antes que este, se cuidan los intereses particulares del concesionario.

Para entender la función que cumple la radio Estatal, es indispensable ante todo, estar concientes de que el hecho de que sean medios manejados por el Estado, - como conjunto de instituciones creadas por la propia sociedad- no significa que los maneje el Gobierno, es decir la clase política a la que la sociedad ha puesto al frente de esas instituciones.

Por lo tanto, aún cuando existen diferencias fundamentales entre la expresión 'Medios del Estado' y 'Medios del Gobierno', en México el término se maneja indistintamente, y a partir de esa ambigüedad, se les resta credibilidad a los medios del Estado, al calificarlos como simple eco de lo que el Gobierno dice y hace y, que consecuentemente, no aportan nada diferente.

El presente trabajo no pretende juzgar el manejo informativo de la radio del Estado en relación con el que realizan las radiodifusoras privadas, sino dar a conocer la forma en que aquella se desempeña cotidianamente para ofrecer al público una alternativa noticiosa y de opinión. El propósito es que el lector saque sus propias conclusiones a partir de un conocimiento real, de medios de

comunicación del Estado como la radio, cuya premisa es brindar un servicio de carácter público.

Quizá uno de los aspectos que marcan la diferencia con el manejo noticioso de las radiodifusoras privadas, es que la radio del Estado, no editorializa, sino que informa de los hechos y, son los analistas, los que participan en una sección fija de comentarios, quienes explican el trasfondo de esos acontecimientos.

Y precisamente la apertura de estos espacios de opinión en los que se analizan los asuntos públicos e incluso se cuestionan decisiones y actitudes gubernamentales, se debe a que medios como el IMER que tienen una función social específica, claramente determinada, se desenvuelven no como medios del Gobierno, sino como medios de Estado, en los que se puede hacer crítica siempre y cuando sea bien fundamentada, razonada y con propuestas viables.

Aún cuando falta mucho camino por recorrer y hay varios aspectos a mejorar para que la radio del Estado satisfaga a plenitud las demandas del auditorio por espacios más amplios de análisis y comentario; con la estructura noticiosa y de opinión que ha desplegado en los años recientes, la radio estatal mexicana está demostrando que sí debe, puede y quiere ser plural, convirtiéndose así en una alternativa para el público que cada vez está más interesado tanto en saber lo que ocurre en el país y el resto del mundo, como en entender por qué se presentan de tal o cual forma los acontecimientos.

La encuesta que se realizó entre los radioescuchas, si bien muestra que la radio del Estado marcha por buen camino, también abre nuevas pautas para avanzar hacia la consolidación de una alternativa diferente en el ámbito de los medios de comunicación en México.

Básicamente, el propósito de este trabajo es ofrecer una modesta aportación sobre lo que es la radio del Estado y la forma en que trabaja, no para competir bajo criterios comerciales, sino para consolidarse en una alternativa que equilibre el amplio panorama informativo y de opinión que existe en el país.

Por último, cabe aclarar que la reflexión en este trabajo sobre "Una política de Comunicación Social Posible", se debe a que considero que durante los últimos tres años, como consecuencia de los múltiples acontecimientos que convulsionan al país, los medios de comunicación han adquirido mayor importancia ante la sociedad, pero al mismo tiempo, algunos de ellos han empezado a realizar su labor de manera especulativa, lo cual puede conducir a la distorsión de los hechos y con ello a la des-información de lo que realmente ocurre.

Las circunstancias inéditas, que actualmente se presentan en el país, además de asombrar, deberían ser aprovechadas en cuanto a la labor informativa de los medios, para un auto-análisis del cumplimiento de su responsabilidad social.

Quizá este es el momento apropiado para que los medios, el Gobierno y todos los sectores que participan en ese importante proceso de informar a la sociedad, refrenden con ésta, un compromiso que redundará en bien de la Nación.

Bibliografía

Bohmann, Karin; Medios de Comunicación y Sistemas Informativos en México
Segunda Edición, México, Ed. Planeta, 1994; 415 pp.

Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos, Edición 1995

Diario Oficial de la Federación, Decreto de Creación del IMER; Marzo, 1983

Decreto que Reforma y Adiciona el Diverso por el que se Crea el IMER; Enero,
1994

Estatuto Orgánico del IMER, Documento Oficial Interno; Junio, 1993

Figueroa, Romeo; ¡Qué Onda con la Radio!, Primera Edición, México, Ed.
Alhambra Mexicana, 1996; 525 pp.

Gálvez, Felipe; "Los Albores de la Radio". El centenario de la Independencia,
Revista Información Científica y Tecnológica, CONACYT México; Febrero de
1984, Núm. 89; 64 pp.

Ley Federal de Radio y Televisión, 8 de enero de 1960

Martínez Albertos, José Luis; La Información en una Sociedad Industrial, España,
Ed. Tecnos, 1988; 210 pp.

Muñoz, José Javier; La Radio. Teoría y Práctica, Primera Edición, Madrid, Ed. Instituto Oficial de Radiotelevisión Española, 1994; 267 pp.

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
Los Sistemas Nacionales de Comunicación, París, Ed. UNESCO, 1975; 38 pp.

Ortiz Miguel Angel; Técnicas de Comunicación en Radio, Primera Edición, Madrid, Ed. Paidós, 1994, 156 pp.

Rentería Arróyave, Teodoro; "Periodismo Radiofónico" en El Periodismo Mexicano Hoy, Ed. UNAM, 1990, 319 pp.

Romo Gil, Cristina; La Otra Radio. Voces Débiles. Voces de Esperanza, México, Ed. Fundación Manuel Buendía - IMER, 1990; 183 pp.

Villanueva, Ernesto; Códigos Europeos de Ética Periodística, Primera Edición México, Ed. Fundación Manuel Buendía, 1996; 178 pp.

Apéndice Biográfico

Alan Arias Marín, Licenciado en Filosofía por la UNAM, candidato a Maestro en Ciencia Política. Profesor de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, Profesor invitado en diversas Universidades extranjeras, autor de diversos ensayos y articulista del diario *El Economista*.

Alonso Lujambio, Licenciado en Ciencias Sociales por el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), Maestro y Candidato a Doctor en Ciencia Política por la Universidad de Yale y Director del Programa de Ciencias Políticas del ITAM. Autor del libro "Federalismo y Congreso en el Cambio Político de México", editado por la UNAM (1995). Articulista del diario *Reforma*.

Gastón García Cantú, Maestro en Historia de México, ex-catedrático de la Universidad Nacional Autónoma de México, articulista del diario *Excélsior* y ex-Director General del Instituto Nacional de Antropología e Historia.

José Fernández Santillán, Licenciado, Maestro y Doctor en Ciencia Política, egresado de la UNAM, Doctor en Historia de las Ideas y de las Instituciones Públicas, por la Universidad de Turín Italia, autor de varios libros y traductor oficial de las obras de Norberto Bobbio. Actualmente es catedrático e investigador de tiempo completo en el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM).

Juan María Alporté, Experto en temas internacionales, articulista del diario *Excélsior*, catedrático de la UNAM y autor de varios libros de temas de carácter mundial

Mauricio Merino, Licenciado en Ciencia Política por la UNAM, obtuvo el Doctorado en Ciencia Política y Sociología en la Universidad Complutense de Madrid, España. Es catedrático del Colegio de México, autor de varios libros, articulista del diario "La Jornada" y Presidente del Colegio Nacional de Ciencias Políticas y Administración Pública.

Apéndice 2

Las preguntas que se les formularon a los comentaristas son las siguientes:

- 1.- En la actual circunstancia del país, ¿qué papel desempeña la radio (pública y privada) como medio de información? sobre todo teniendo en cuenta su gran penetración.
- 2.- ¿Cuál es la razón de ser de los medios del Estado?
- 3.- ¿Considera usted que el IMER cumple cabalmente su función social?
- 4.- Como colaborador del IMER en una sección de comentarios políticos con los que se orienta a la opinión pública a partir del análisis de los acontecimientos de mayor impacto ¿Cómo califica el desempeño de la radio estatal mexicana?
- 5.- Durante mucho tiempo, a los medios de comunicación del Estado se les ha identificado como simples transmisores de los actos y decisiones del gobierno, a partir de lo cual se les escatima credibilidad ¿Considera usted que con la estructura noticiosa y de opinión que actualmente tiene el IMER, este argumento es válido?
- 6.- ¿Cómo califica el desempeño informativo que tuvo el IMER durante el proceso electoral de 1994?
- 7.- ¿Considera importante que el Estado mantenga sus medios de comunicación?
¿Por qué?

Apéndice 3

El Cuestionario que se aplicó para la encuesta entre los radioescuchas, es el siguiente:

(Anotar aquí el sexo de la persona
encuestada)

FECHA:

ESTACIÓN QUE SINTONIZA:

Ocupación:

EDAD:

¿ESCUCHA FRECUENTEMENTE ESTE NOTICARIO?

¿QUÉ OPINA DE LA SECCIÓN DE COMENTARIOS LLAMADA ENCUENTROS?

¿CONSIDERA QUE EL ANÁLISIS QUE HACEN LOS COMENTARISTAS ES ACERTADO?

¿LO QUE DICEN LOS COMENTARISTAS LE SIRVE A USTED PARA ENTENDER MEJOR LO QUE OCURRE EN EL PAÍS Y EL RESTO DEL MUNDO?

¿CREE USTED QUE HACE FALTA ALGUNA OTRA SECCIÓN EN LOS NOTICIARIOS "ANTENA RADIO"?

¿CUÁL?

(OPCIONAL)

OTROS COMENTARIOS QUE DESEE HACER: