



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

"LAS VOCES INFLUYENTES DEL CUADRANTE
INFORMATIVO: LOS LIDERES DE OPINION"

T E S I S

Que para obtener el Título de:

LICENCIADO EN CIENCIAS
DE LA COMUNICACION

P r e s e n t a :

PABLO MARTINEZ GALICIA

ASESOR: LIC. LUIS CARRASCO G₆

MEXICO, D.F.

1998

257323



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

A MI MADRE:

PROFRA. CELIA GALICIA SALDAÑA.

A MI PADRE:

M.V.Z. ALBERTO MARTINEZ JIMENEZ.

A QUIENES AMO PROFUNDAMENTE Y TANTAS COSAS ME HAN BRINDADO.

A MIS HERMANAS:

MAYRA MARTINEZ GALICIA.

CELIA MARTINEZ GALICIA.

IVETH MARTINEZ GALICIA

CON QUIENES HE COMPARTIDO MUCHAS EXPERIENCIAS.

**A NUESTRA QUERIDA UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE
MEXICO, QUIEN ME ABRIÓ LAS PUERTAS AL APRENDIZAJE
PROFESIONAL.**

A LOS MAESTROS:

POR SU ESFUERZO Y ENSEÑANZA.

A MIS AMIGOS Y COMPAÑEROS:

**POR HABER HECHO GRATOS LOS MOMENTOS DE
ESTUDIANTE.**

MUY EN ESPECIAL A QUIEN COLABORO CON LA PRESENTE INVESTIGACION:

ING. PEDRO FERRIZ DE CON.

LIC. JOSE CARDENAS.

LIC. MIGUEL ANGEL SÁNCHEZ DE ARMAS .

ROFRA. ALMA ROSA ALVA DE LA SELVA.

LIC. ESTELA LIVERA.

PROF. ENRIQUE VELASCO UGALDE.

PROF. ROMEO PARDO.

LIC. RAUL TREJO DELARBRE.

LIC. MIGUEL ANGEL GRANADOS CHAPA.

LIC. MANUEL CALDERON DE LA BARCA .

LIC. FRANCISCO VELAZQUEZ.

FUNDACIÓN MANUEL BUENDIA.

**LAS VOCES INFLUYENTES
DEL CUADRANTE
INFORMATIVO**

LOS LÍDERES DE OPINIÓN

INDICE

Introducción.

CAP. I EL GRUPO HUMANO Y EL ROL DE LIDERAZGO.

1.1. Procesos, factores y variables en la integración de las organizaciones sociales.	1
1.2. El grupo humano en las sociedades urbanas.	10
1.3. El rol del líder en los grupos humanos.	13

CAP. II PANORAMA DE LA RADIO CAPITALINA: 1980- 1997.

2.1. <i>Los medios de comunicación y el sistema político mexicano.</i>	34
2.2. Los ochenta: el "nuevo boom" de la radio.	43
2.2.1. Los sismos del 85 y las elecciones federales de 1988.	43
2.2.2. Los programas informativos / noticiosos.	58
2.2.3. La radio: ¿ un medio de servicio social ?	75
2.3. Los concesionarios en la primera mitad de los 90: cambios de programación, despidos, alianzas, compra-venta y reestructuraciones de emisoras, algunas de las estrategias para afrontar la crisis.	83

CAP. III LOS INFORMATIVOS RADIALES EN EL D.F.

3.1. Cuadro esquemático y analítico de los radionoticiarios matutinos de la capital.	89
--	----

CAP. IV LAS VOCES INFLUYENTES DEL CUADRANTE INFORMATIVO.

113

Conclusiones.
Bibliografía.
Hemerografía.
Entrevistas.
Anexos.

INTRODUCCION

La presente investigación tiene como propósito demostrar que tres de los principales comunicadores influyentes localizados en los noticiarios matutinos de la radio de la Ciudad de México, son líderes de opinión. Estos son José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas.

La selección de dichas personalidades se realizó con base en los siguientes parámetros:

Cuentan con una amplia trayectoria profesional en el medio radiofónico y en especial en los programas de noticias. Vivó tiene más de 20 años como comunicador, Ferriz una década y Cárdenas poco más de siete años. En este sentido, son los de mayor permanencia y continuidad en sus respectivos espacios informativos.

Tienen una amplia penetración e impacto de su labor periodística entre el público capitalino. Los rating proporcionados para esta tesis por el Gerente de Mercadotecnia de Para Empezar, permiten ver que los tres comunicadores antes mencionados se ubican en los diez primeros lugares de mayor audiencia del cúmulo existente de radionoticiarios matutinos en el D.F. (Ver Cap. IV. Cuadro XIV)

Importancia en el cuadrante radial de la cadena a la cual pertenecen. Monitor es parte de Radio Programas de México y de Grupo Radio Centro. Esta última es la empresa radiofónica con mayor número de emisoras - 12 en el Distrito Federal -. Para Empezar es de MVS-Radio con 42 estaciones a nivel nacional. Al Momento propiedad de Radio, S.A. posee 76 concesiones en la República Mexicana. El segundo y tercer consorcio controlan el 10.21% (118 E.) del total de estaciones radiales en el país (1155 E.). (Ver Cap. II. Cuadro I)

Finalmente, pertenecen a un medio de comunicación que permite a sus escuchas elegir de entre una gama de 16 noticiarios. (Ver Cap. III. Cuadro VIII)

El estudio tiene como objetivo demostrar qué características contextuales, personales, del medio - en este caso la radio - y de sus programas (informativos) hacen de los comunicadores influyentes, propuestos en este trabajo de investigación, líderes de opinión..

Por otra parte, se indagará en torno al papel desempeñado por los programas de noticias en la revitalización de la radio capitalina en la última década (1985-1997), así como su participación en el surgimiento de comunicadores líderes de opinión - como es el caso de José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas.

Para cubrir con las expectativas de la investigación, el primer capítulo EL GRUPO HUMANO Y EL ROL DE LIDERAZGO proporciona una visión general de las cualidades que convierten a un individuo en un líder y los hechos particulares que lo sitúan como líder de opinión.

Lo anterior permite describir, posteriormente, los rasgos que han hechos de Vivó, Ferriz y Cárdenas personas influyentes en los informativos del dial capitalino.

En el capítulo II PANORAMA DE LA RADIO CAPITALINA: 1980-1997 se presenta un análisis sobre la situación de la radio como medio transmisor de noticias en los últimos diez años. En esta parte de la investigación, se indagará históricamente sobre la evolución en la elaboración de programas de corte informativo en el dial capitalino en la última década.

Además, se hizo un sondeo en torno al servicio social que prestan las estaciones de radio a la comunidad del D.F. También, se analiza los métodos utilizados por los concesionarios del cuadrante capitalino para afrontar la crisis económica que vive el país.

Cabe mencionar que para reforzar comentarios vertidos en el capítulo II y IV se realizaron una serie de entrevista - por el autor de la presente tesis de licenciatura - con maestros, comunicadores y líderes de opinión especializados en programas informativos radiales. La lista aparece al final del trabajo, así como el cuestionario aplicado a dichas personas.

En el capítulo III LOS INFORMATIVOS RADIALES EN EL D.F. se indagó sobre la forma en la que se estructura y presenta la información en la elaboración de los noticieros radiales matutinos que se emiten en el Distrito Federal.

Lo anterior fue producto de un monitoreo de dos meses - octubre/noviembre de 1996 - de nueve programas de noticias, del cual surgieron 18 gráficas que permiten saber sobre la dinámica con la que trabaja la radio informativa en los últimos años.

El capítulo IV LAS VOCES INFLUYENTES DEL CUADRANTE INFORMATIVO contiene un análisis sobre los rasgos situacionales dentro de la opinión pública; el status que adquieren en la estratificación social; los elementos personales y de sus programas de noticias - pues en este último caso no hay liderazgo sin medios de comunicación - que han hecho de José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas líderes de opinión entre el auditorio capitalino.

Los resultados que se obtengan de este apartado, esencialmente, y en general de la investigación, permitirán proporcionar en las conclusiones un perfil ideal que haga de un comunicador, en los informativos de la radio, un líder de opinión.

Lo anterior proporcionará los elementos que mejoren el desempeño de un comunicador en aspectos como el trato con su público, la responsabilidad de su labor informativa, la importancia de su papel en la opinión pública, su compromiso social, la preparación que debe tener para desempeñar de forma eficiente su trabajo, la importancia del medio y de su programa en la adquisición de su status por mencionar los más importantes.

Cabe mencionar que los tres elementos en estudio son parte del universo de opciones de este medio de comunicación - la radio - considerado el de mayor credibilidad, apertura y acceso por la sociedad capitalina - que vive hoy un proceso de transición política y cultural que sin duda la ha colocado como juez de los medios de comunicación.

El presente ensayo académico es importante en cuanto aborda un tema poco estudiado, desde la perspectiva de la investigación en Ciencias de la Comunicación en nuestro país, como es el liderazgo de opinión en los mass-media.

Con lo anterior se desea contribuir, en forma concreta, en la indagación del fenómeno del liderazgo de opinión que se manifiesta en la radio de tipo informativo.

El análisis proporcionará a investigadores, maestros, alumnos y público en general un panorama de los elementos que intervienen en la configuración de un líder de opinión en los medios masivos de comunicación y, en particular, en la radio de carácter informativo de nuestro país.

CAP. I EL GRUPO HUMANO Y EL ROL DE LIDERAZGO

1.1. PROCESOS, FACTORES Y VARIABLES EN LA INTEGRACION DE LAS ORGANIZACIONES SOCIALES.

Los individuos en su proceso socializador, es decir, en su interacción con otros individuos dan forma a las organizaciones más simples (no por ello menos complejas) y generales de un sistema social: los grupos humanos. Desde el momento de nacer, los hombres pasan a formar parte de un grupo (la familia) y su vida posterior estará marcada por el contacto y pertenencia a muchos otros. Cabe mencionar que éstos pueden influir sobre sus acciones y estados psicológicos.

Edgar F.Huse y James L. Bowditch definen al grupo humano como “ un conjunto de personas que tienen un fin u objetivo común, interactúan unas con otras para lograr dichos objetivos, se perciben recíprocamente y se perciben a sí mismas como parte del grupo” .(1) Para el psicólogo James O. Whittaker el grupo significa “ una unidad social compuesta de varios individuos que comparten una motivación común, un conjunto de status y papeles distintivos y variados y varias normas sociales que gobiernan su conducta en cuestiones de importancia para ellos”. (2)

De acuerdo con las anteriores tesis, el sociólogo Federico Munné afirma “ un grupo consiste en una pluralidad de personas, interrelacionadas por desempeñar cada una un determinado rol, definido en función de unos objetivos comunes, más o menos compartidos, y que interactúan según un sistema de pautas (normas de comportamiento) establecido”. (3)

Los conceptos aquí expuestas en su conjunto ven a los grupos sociales como grupos funcionales, es decir, como aquellas asociaciones cuyos miembros se hallan mutuamente implicados en una interacción social, orientada hacia la consecución de una meta común. Esta meta es alcanzada mediante una acción interdependiente dentro de una pauta organizada de roles y normas, denominada estructura grupal

(1) Edgar F. Huse y James L. Bowditch. El comportamiento humano en la organización, pág. 103.

(2) James O. Whittaker. La psicología social en el mundo de hoy, pág. 62.

(3) Federico Munné Grupos, masas y sociedades, pág. 151

Ahora bien, una cosa son los miembros y otra el grupo en sí mismo. Cada persona, como miembro de un grupo, se caracteriza por.

- Poseer una característica común con los demás miembros: valores , intereses , rasgos físicos, etc.
 - Desempeñar un rol en el seno del grupo.
 - Tener, en consecuencia, una posición o status grupal, ocupando el correspondiente status, derivado de la preferencia de que goza entre los miembros y relacionado con la actividad de su rol objetivos y con la dignidad y jerarquía grupales que tiene.
 - Intentar unos objetivos comunes, afectivos o utilitarios, a través de su posición grupal.
 - Regular tendencialmente sus acciones por un sistema común de pautas, normativas o modélicas (*) de comportamiento.
- Y tener más o menos conciencia de pertenecer al grupo, como unidad más allá de uno mismo de que se forma parte como un elemento, y, sobre todo, ser reconocido, expresamente como miembro por los demás miembros del grupo. (4)

En cuanto al grupo se distingue por:

- Una o varias finalidades- valores o intereses-específicos.
- Una estructura, producto de las interrelaciones internas llamadas relaciones intragrupales y otra denominada interrelaciones externas o intergrupales producto del contacto con otros grupos.
- Una organización, más o menos formalizada, de las actividades de los miembros de un sistema de pautas de conducta más o menos elaboradas, definidas y propias, que hace posible la unidad y coherencia de las acciones y procesos que tienen lugar en el seno del grupo.
- Una pertenencia temporal o duración, que puede ser íntima o llegar incluso más allá de la vida de cada miembro, lo que depende, entre otros factores, de los fines del grupo, grado y tipo de organización.
- Una cierta integración o cohesión recíproca entre los miembros, aunque no llegue a la solidaridad.
- Ser reconocido como tal grupo por otros grupos. (5)

(4) Ibidem, págs 151-152

(5) Ibidem

(*) El término es del autor de la cita

Ahora bien, los grupos se caracterizan por desarrollar sus actividades dentro de una estructura u organización, la cual resulta del hecho de que los miembros que la componen ocupan en él diferentes posiciones sociales. Dichas posiciones permiten a cada persona desempeñar un rol específico y gozar de un status determinado. Además, dicha estructura permite la interacción coherente y organizada de las conductas de los individuos con el fin de alcanzar sus metas.

Los roles se distinguen por ser un conjunto de actividades necesarias para desempeñar un específico y concreto cometido social. Cumplir un rol supone comportarse según unos patrones o pautas de conducta determinadas. Ejemplo, todos sabemos con más o menos precisión que es lo que debe hacer un padre, una madre, un amigo para ser tal. Con la socialización aprendemos e interiorizamos los estándares de los posibles roles de los agrupamientos, capacitándonos para desempeñar algunos de ellos de acuerdo con las normas y valores propios de cada agrupamiento.

Además de desempeñar un rol, el individuo ocupa una posición en los agrupamientos sociales. Los roles que desempeñamos socialmente son un factor del que depende esta posición o status. Whittaker define el status como “la posición social de un individuo respecto a otro miembro de su sociedad o grupo, mientras que la palabra papel (o rol como también se le conoce) significa la conducta usualmente asociada con un status particular”. (6)

La diferencia, apuntan los científicos sociales, entre el rol y el status es la siguiente: “el rol es primordialmente un concepto dinámico (es lo que la gente piensa o cree que uno hace); mientras que el status es un concepto estático : es la imagen social de que goza cada hombre (es lo que la gente piensa o cree que uno es); es el prestigio, el rango, la categoría, la reputación, la dignidad, el respeto, la admiración con que somos visto o evaluados por los demás. Los roles se realizan y se aprenden; mientras los status se ocupan y reciben”. (7)

Agregaremos que roles y status determinan la posición social de las personas en las organizaciones sociales.

Cabe mencionar hasta estos momentos que el elemento clave de la integración, estructuración, especificación de los roles, status, objetivos, normas y valores básicos en la configuración de un grupo, es la interacción como proceso de relación entre individuos.

(6) James O. Whittaker. Op. Cit., pág. 51

(7) Federico Munné. Op. Cit., págs. 78-79

Gran parte del contenido de nuestras experiencias están conformadas por relaciones sociales que implican interacción. Nuestras características, intereses y aspiraciones individuales en su totalidad, están influidas de un modo u otro por ellas.

En este sentido, “la interacción social se refiere a una relación recíproca entre dos o más individuos ... Dichas situaciones interpersonales no entrañan necesariamente relaciones ‘cara a cara’ efectivas. Las acciones de un individuo pueden estar determinadas por la expectativa de otras personas o grupos que no se hallan físicamente presentes en ese momento”. (8)

Por otra parte, la interacción cumple la función de inculcar, a través del proceso de aprendizaje, aquellas particularidades generales que se comparten (valores, normas, pautas de conducta, roles, status, objetivos comunes) con los miembros de la organización.

Influye sobre el desarrollo de la personalidad del individuo. Esto en razón, de que la personalidad se estructura en buena parte por las interrelaciones con otros individuos. No se olvide que durante toda la vida del individuo su personalidad y conducta estará moldeada por sus múltiples contactos con otras personas. Si bien, la herencia genética tiene un papel importante en la formación de la personalidad, las relaciones con otros individuos complementarán su desarrollo.

Por último, la interacción social ayuda a reducir el efecto de la tensión entre los individuos del grupo. En cuanto permite - a través de la comunicación - que los individuos expongan, analicen, evalúen y propongan soluciones a los problemas generados por ellos al interior de los grupos.

Kimball Young distingue dos tipos de interacción, la conducta manifiesta y la interacción simbólica o comunicativa. La primera hace mención “al uso de los músculos, tendones y estructuras corporales que se relacionan con la manipulación de los objetivos materiales y las demás personas en el espacio”. La segunda “ da inicio con el gesto... pero se manifiesta en el lenguaje hablado o escrito. El lenguaje reviste una importancia fundamental tanto para la personalidad como para la cultura. Es la fuente del pensamiento y el significado, sin los cuales resultaría imposible la vida social y cultural en el nivel humano. El desarrollo de los procesos internos dependen de la naturaleza de la interacción manifiesta y comunicativa, pero especialmente de la función del lenguaje”. (9)

(8) Edwin P. Hollander. Principios y métodos de psicología social, págs. 182-183.

(9) Kimball Young Psicología social, pág. 151.

Sobre este último, podemos agregar que las relaciones sociales del hombre sólo se posibilitan en buena medida a través del lenguaje o comunicación simbólica. La comunicación, en este sentido, se convierte en un fenómeno psicosocial básico, sin el cual resultaría impensable la misma sociedad.

Por otra parte, la interacción además de permitir la integración de los individuos al grupo, facilita la movilidad de éstos hacia un objetivo común. A dicha movilidad se le conoce como dinámica de grupo.

Si bien, la dinámica grupal permite a los individuos desplazarse hacia sus metas, ésta (la dinámica grupal) trae como consecuencia cambios traducidos en innovaciones en distintos niveles de la vida social (nuevas formas de comportamiento, subsistencia, valores, normas, etcétera) Pero el cambio no sólo consiste en innovar sino también en superar la resistencia representada por la adhesión a las prácticas predominantes.

Un ejemplo que puede aclarar lo anterior, es el referente al tipo de vida que se gesta en las organizaciones comunales (formadas por grupos de tipo primario, ejemplos la familia, un pueblo, etcétera). En éstas, el cambio es casi imperceptible, en gran parte por que sus pautas de conducta, valores, normas, actitudes, cohesión y formas de vida se encuentran profundamente arraigadas y, por lo tanto, con una amplia conformidad con las mismas.

Otro ejemplo es el siguiente "...las masas esperan algún cambio en nuestra cultura material - nuevos modelos de automóviles, mejores radios, servicios postales más rápidos, mejoras en el confort y el lujo-. En esta dimensión, el cambio es bien recibido. No es, en cambio, tan evidente que las masas sientan alguna necesidad de cambio en fundamentos como las costumbres sexuales, la propiedad privada, la religión y la organización política, etc. el conservadurismo de las masas limita la iniciativa del cambio por parte de los individuos.." (10)

De lo anterior, se deduce que el grupo, al superar la resistencia a las fuerzas contrarias que se oponen al cambio (actitudes, valores, conductas, normas con fuerte arraigo entre los miembros del grupo), constituye un vehículo fundamental para obtener de los individuos una aceptación más pronta de las nuevas condiciones y exigencias.

(10) *Ibidem*, pág 296.

En este sentido, se afirma que, " lo principal de estas fuerzas es la identidad del individuo con el grupo, factor que puede ampliar o inhibir las perspectivas de cambio... esto sugiere que las actitudes de una persona no cambiarán fácilmente si se hallan arraigadas en la pertenencia a un grupo importante para ella". (11)

Por otra parte y a lo largo del tiempo, el grupo tiende a desarrollar una vida, una historia y una cultura propia. Al mismo tiempo, sus miembros crean aproximadamente las mismas actitudes y valores o bien las abandonan. Esta semejanza de actitudes y valores se denominan normas, y respecto de ellas se puede juzgar la propiedad del comportamiento de los individuos.

Las normas del grupo se pueden traducir en tipos específicos de comportamiento resultado de las relaciones mutuas e interdependientes de los miembros en el sentido de que se adapten a ellas.

Las pautas de conducta, por otra parte, no pueden aludir a cada acto concreto, puesto que cada conducta o comportamiento humano es único e irrepetible, sino a tipos más o menos generales de conducta. Whittaker al respecto comenta " las normas sociales no suelen prescribir una conducta específica, sino que expresan los límites permitidos a la variación de la conducta". (12)

En suma, las normas se caracterizan por ser modos de actuar o de pensar; están compartidas por la personas de un agrupamiento; se repiten con mayor o menor intensidad y frecuencia; son valoradas por los miembros del grupo y son valiosas para ellos; son sancionadas socialmente, es decir recompensado su cumplimiento y reprobada o castigada su violación; es por esto que una pauta o norma conductual se convierte en una regla de conducta; esto es, las personas se sienten más o menos obligadas a seguirlas. (13)

Se puede agregar en torno a las normas que los miembros cuyas actitudes y valores difieren considerablemente de las normas han de decidir entre tratar de cambiar estos valores, aprende aceptarlos o abandonar el grupo.

(11) Edwin P. Hollander . Op.Cit , pág.384.

(12) James O. Whittaker. Op. Cit , pág.76.

(13) Federico Munné Op.Cit., pág.85.

En cuanto al término valores sociales, éste señala a los modos de conducta reales e ideales que el hombre manifiesta en el comportamiento social. Las personas confieren a las personas, los hechos y las cosas más o menos cierta relevancia, según las consideren más o menos valiosas, de acuerdo con determinados criterios personales y sociales.

Los valores sociales informan las pautas ideales de un grupo o sociedad; los modos ideales de pensar y comportarse de sus miembros. Por eso se dice, que los valores son principios orientadores y configuradores del comportamiento social.

Los valores se caracterizan también por ser criterios o guías de evaluación, además de que operan como motivos condicionantes. Esto es, para conseguir un status determinado se procura, a través de los valores de status, realizar aquellas pautas de conducta valoradas por nuestro grupo o sociedad.

Como ya se mencionó, las pautas normativas dominantes en una agrupación social modelan nuestro comportamiento. Cada uno de los individuos al interior de los grupos humanos tiende a las conductas y actitudes aprendida en el proceso de socialización. Por lo que los hombres tienden a conformarse con el orden social establecido y con los valores sociales imperantes.

Pero cuando por alguna circunstancia el individuo quebranta el orden establecido y, por ende, las normas sociales imperantes para la convivencia y el progreso del grupo, se dice que exhibe una conducta desviada.

Uno de los aspectos que ofrece la desviación es el de que las personas o "grupos desviados" quedan fuera del control de los grupos y sociedades que les han socializado o intentado socializar.

El control social surge en este sentido, como el mecanismo mediante el cual una sociedad, un grupo o un líder presiona para que se adopten o mantengan las pautas de comportamiento y valores considerados necesarios o convenientes.

El control social se erige como el acto que "perpetúa el proceso de socialización y tiende a mantener la cohesión del agrupamiento y el orden social (status quo)". (14)

(14) *Ibidem*, pág. 98.

El carácter pautado del comportamiento supone un cierto control social automático, mediante el cual las personas y los grupos tienden a autocontrolarse, comportándose conforme a las pautas normativas aprendidas e imperantes

Las normas operan como instrumentos de control. Estos instrumentos son de corte informal; esto es, “que todo el mundo” en general sigue y considera necesarias para la vida armónica en sociedad.

Por su parte, el control de tipo formal está materializado en la norma jurídica y recogida en códigos o leyes, así como en reglamentos y estatutos de carácter formal. Los mecanismos de los que se vale el control para cumplir su cometido son: la persuasión y la coacción social.

La primera “presiona la libertad humana sin violentarla” y la segunda “existe una violación de tipo físico o moral. La persuasión y la coacción representan respectivamente la aceptación o la imposición de unas pautas normativas”. (15) Aprobación y desaprobación se traducen también en una sanción social.

Para concluir con este apartado describiremos los principales tipos de agrupamientos que distinguen los teóricos sociales:

Los primeros son los grupos por adscripción y por adquisición. Ejemplo del primero es nuestra pertenencia a la familia. Esta supone una serie de circunstancias que dependen poco o nada de la voluntad. La segunda implica una más amplia gama de elección con vistas a incorporarse a un grupo determinado. Ejemplo, la elección a pertenecer a un club es de tipo personal.

Por su dimensión desde el punto de vista cualitativo, los grupos humanos se pueden diferenciar entre primarios y secundarios.

Los grupos primarios (la familia, los parientes, los amigos, los vecinos) se caracterizan por una íntima asociación y cooperación, en virtud de la simpatía e identificación mutua que los miembros expresan, principalmente en el sentido de que son fundamentales en la formación de la naturaleza social y de las ideas del individuo. Por lo que respecta a su organización, ésta es de tipo informal, ya que no existe una jerarquía de roles y status bien especificada (ejemplo, el jefe de una familia puede ser el padre o la madre), además no tienen un código de conducta escrito.

(15) Ibidem, pág.99.

La función de éstos, en el seno del sistema social, se caracteriza por atender a las necesidades psicológicas de socialización, comunicación, intimidad, afectividad, etc.; operan o actúan como agentes socializadores básicos; son instrumentos de conformidad y control social; tienden a compensar los inconvenientes de las organizaciones formales y grupos secundarios, y sirven de mediadores entre las personas y las sociedades. También se les conoce como grupos afectivos o de intimidad.

Los grupos secundarios se basan en una organización formal. En ella se presenta una jerarquía de status explícita, para la que se han elegido funcionarios o representantes, normas y reglamentos que gobiernan la conducta de los miembros. En dicho tipo de grupo se originan relaciones impersonales y, más exactamente, funcionales; cada miembro es tal y es más conocido y relevante por su rol dentro del grupo que por su personalidad. Sus funciones se derivan de los fines u objetivos que se propone cada grupo. Son denominados grupos utilitarios, en razón de que los individuos buscan en ellos una utilidad o medio que les permita cumplir sus objetivos particulares o de grupo.

Existen grupos en los que el individuo no se encuentra inmerso físicamente, pero, sin embargo, se identifica psicológicamente con ellos. A éstos se les ha identificado como grupos de referencia. Aquellos grupos a los que un individuo selecciona como grupos de referencia son los únicos que influirán en su conducta y cuya influencia estará dispuesto a aceptar.

Los grupos de referencia cumplen dos funciones importantes:

A) Primero, desempeñan una función de comparación. Un grupo funciona como un grupo comparativo de referencia de un individuo en la medida que la conducta, las circunstancias u otras características de sus miembros representan normas o puntos de comparación que aquél emplea para hacer juicios y evaluaciones.

B) Segundo, desempeña una función normativa. Un grupo funciona como grupo de referencia normativo para una persona en la medida en que las evaluaciones del grupo se basan en el grado en que las personas se amoldan a ciertas normas de conducta o actitudes y en la medida en que la administración de recompensas o castigos dependan de estas evaluaciones.

1.2 EL GRUPO HUMANO EN LAS SOCIEDADES URBANAS

Ahora bien, ocurre que el individuo que se encuentra inmerso en una sociedad de tipo urbano (como es el caso de la Ciudad de México) no sólo forma parte de un reducido y estrecho número de grupos (como pueden ser su familia, parientes, amigos, vecinos), sino, por el contrario, el hombre típico que habita en sociedades complejas como las sociedades modernas o de “masa” (como se les denomina a las sociedades urbanas), también forma parte de muchos otros grupos y organizaciones.

En otras palabras, el individuo que se encuentra ubicado en una sociedad de tipo urbano se caracteriza por ser parte de un agrupamiento de tipo complejo en relación a los grupos más simples a los que el hombre pertenece, es decir, a los grupos primarios descritos con anterioridad.

Dicha complejidad se refleja primero en razón del objetivo o fin que persigue. Recordemos que los grupos tienen fines aislados, determinados y más o menos temporales (por ejemplo, un grupo escolar se propone instruirse en algún campo o nivel cultural, una compañía mercantil busca obtener un lucro con determinados negocios, etcétera). En cambio, una sociedad de tipo urbano, tiene ante todo, un fin general, de carácter constante, consistente, en posibilitar la vida social compartida por un conjunto de personas; esto es, en permitir la realización armónica o integrada de todas aquellas necesidades sociales que derivan de la vida en común y agrupada de un heterogéneo conjunto de personas, más o menos vasto.

Lo anterior no significa que las personas que integran las organizaciones grupales más simples no contribuyan y cooperen con sus actividades y objetivos particulares en alguno de los múltiples aspectos de la vida social. Por el contrario, su objetivo de grupo, de una u otra manera, repercute directa o indirectamente en el desarrollo de las actividades sociales generales que toda sociedad persigue.

Por ejemplo, la familia contribuye (a través de la reproducción sexual) al aportar nuevos miembros a las organizaciones; los grupos educacionales se encargan de la socialización de aquellos miembros; los grupos económicos tienen como fin mediato la producción y distribución de los bienes, etc.

Otra de las razones de la complejidad de una sociedad de tipo urbano, es su composición. Esta se forma por una pluralidad de personas y de grupos engendrados por aquélla. La estructura de la organización de una sociedad de dicho tipo, no sólo es diferente sino, en este sentido, mucho más complicada que la estructura de un grupo primario o simple.

Ahora bien, las personas, en tanto miembros de una sociedad, se encuentran diferenciadas por complejas relaciones de posición, de carácter personal y colectivo (a diferencia de los que pueden tener en grupos simples), que originan los status y los estratos sociales. Estos y los roles, como ya se mencionó en el apartado anterior, son configuradores de la posición social de que goza un individuo o un grupo en la sociedad .

Por otra parte, y al igual que los grupos, las sociedades de tipo urbano cuentan con una estructura. Al respecto, Federico Munné nos dice “ Las personas, los grupos, las masas de una sociedad constituyen un totalidad organizada que funcionan con múltiples y constantes interrelaciones y procesos. Esta totalidad, así entendida, constituye la estructura de una sociedad de tipo complejo... La estructura social es importante en cuanto en ella reside el principio de continuidad de cualquier sociedad. Para su subsistencia, las sociedades necesitan que su estructura sea estable y que su organización cristali: e en un orden social . El orden implica una sumisión o conformismo voluntario o forzoso, a las normas y valores en que se basa la vida social típica de una sociedad compleja”.(16)

En cuanto al fenómeno de la dinámica social, ésta se refiere a los procesos de interacción existente entre las personas y los grupos que funcionan organizadamente en el seno de la sociedad. Estos procesos que implican el funcionamiento social, están formadas por las acciones de aquellos miembros. Dichas acciones pueden ser de tipo cooperativo o contrarias a este último. Ambas, sin embargo, dependen de la situación y pueden ser positivas o negativas en el progreso del objetivo general que se plantea una sociedad.

Es importante hacer un paréntesis y señalar en torno al tipo de agrupamiento que compone una sociedad de tipo urbano lo siguiente:

Antes de gestarse el fenómeno de la urbanización, la vida de los individuos giraba en torno a la rganización comunal. Esta se caracteriza por encontrar muchas pautas y valores heredados; la tradición guía y controla la vida social; los lazos de parentesco son fuertes lo que origina una integración social muy rígida, y, por ende, una solidaridad informal y rutinaria. En la vida grupal predominan los grupos primarios, facilitado por las relaciones interpersonales que tienden a ser directas y duraderas; sus miembros se conocen entre sí, comprenden pocas personas y sus contactos fuera del grupo son pocos, su estructura es simple, porque posee una escasa división del trabajo social. Consecuencia de ello, es que existan pocos roles, la mayoría asignados, poco especializados y muchos de ellos difusos; un pueblo, un aldea, una tribu, son ejemplos de comunidad. (17)

(16) *Ibidem*, págs.222-223

(17) *Ibidem*, págs.220-222.

En cuanto a las organizaciones de individuos que dan origen a las sociedades de tipo urbano y cuyo surgimiento es resultado del fenómeno de la industrialización (hecho que provocó el desplazamiento de los individuos de los pueblos a las grandes ciudades mismo que generó una nueva forma de interacción social entre individuos), se caracterizan por la existencia de una gran variedad de pautas o formas de comportamiento. Lo anterior trae como consecuencia pocos valores de general aceptación; los vínculos familiares y tradicionales son menos estables; las instituciones económicas y políticas adquieren gran importancia y hegemonía; la integración es más flexible y exige un esfuerzo constante; la solidaridad está condicionada por el interés consciente.

En la vida personal, las relaciones tienden a ser indirectas y relativamente transitorias; se dan en función de los intereses pues cada uno tiende a ver a los demás como medios para el logro de fines determinados. Esto reduce unas relaciones impersonales y superficiales; predominan los grupos secundarios; la estructura social es abierta básicamente resultado de las elevadas interrelaciones entre individuos, además de que es compleja existe una progresiva división de trabajo social, que origina una multiplicidad de roles funcionales y específicos, así como la aparición de unos significativos niveles de status, lo cual conduce a una organización formal. Una ciudad, un país industrializado, son ejemplos de una sociedad moderna. (18)

Finalmente, eso no significa que las sociedades de tipo urbano estén repletas de grupos secundarios y que los grupos primarios se encuentren en proceso de extinción. Si bien, los primeros predominan por las características ya mencionadas en las organizaciones urbanas, los segundos se tornan más importantes en cuanto representan para el individuo refugios o barreras que compensan las disfunciones provocadas por el primero, además de que sus funciones socializadoras son insustituibles.

A manera de conclusión sobre los dos apartados aquí expuestos podemos decir que entender los procesos, factores y variables que intervienen en la integración y funcionamiento de los grupos humanos, nos permitirá entender y ubicar a un elemento clave de cualquier asociación humana: el líder.

Sobre el líder de un grupo con frecuencia se piensa que es un individuo con cualidades que superan a las de sus seguidores y en virtud de las cuales puede dirigir a un grupo de individuos. Siendo que el líder será tal cuando se adapte a las circunstancias que le exige el grupo en su camino hacia la consecución de objetivos comunes. Si bien, todo agrupamiento tiene cierto orden y un propósito, es indispensable que alguno de los miembros que lo integran dirija el destino del mismo.

(18) Ibidem.

1.3. EL ROL DEL LIDER EN LOS GRUPOS HUMANOS.

En toda organización humana (familia, tribus, pueblos, ciudades, etc.) surgen uno o varios individuos que por su posición o sus actividades dentro de la estructura organizativa dirigen la conducta y el destino de los miembros y la de los propios grupos. Esta conducta humana que exhiben algunos individuos ha sido denominada como una conducta de liderazgo. Los padres, los jefes de una tribu, las autoridades de un pueblo, los dirigentes de una compañía, los gobernantes de una nación, etc., son personas que llevan la batuta y la voz cantante en tales organizaciones. “ Dificil sería señalar una actividad humana en la cual, tarde o temprano, no aparezcan líderes. Hay por lo común ciertas personas que destacan y dirigen, mientras otras escuchan, se someten y obedecen”. (19)

Para Whittaker el liderazgo se puede entender como “ una influencia efectiva en controlar las acciones de otros miembros del grupo: es ‘líder’ quien ejerce esa influencia efectiva . Dicho sin complicaciones, son los individuos quienes en el grupo tienen más probabilidades que los otros de influir sobre las actividades del grupo o controlarlas”. (20)

El liderazgo es, pues, el esfuerzo que se efectúa para influir en el comportamiento de los otros conforme a los objetivos organizacionales o bien a los personales o individuales. Una persona ejerce influencia o poder y otros son influidos. Cuando una persona hace lo que la otra desea se dice que la que influye ejerce poder sobre ésta. En el liderazgo hay capacidad de influir en otras personas. Una persona puede ser influyente y tener una gran cantidad de poder en el grupo, y será considerada el líder por que el grupo acepta frecuentemente su dirección. En este sentido “ el liderazgo es la frecuencia con que un individuo, dentro de un grupo, puede ser identificado como quien fluye o dirige las conductas de los otros miembros del grupo” (21)

Para Sprott, “ el liderazgo es un comportamiento que afecta al comportamiento de otras personas más de lo que afecta el comportamiento de éstos al del líder... el líder toma la ‘dirección’, haciendo sugerencias que son aceptadas... cualquier persona que actúe como modelo para otras, es llamado líder También se llama así a la persona a cuyas opiniones los demás se remiten, o cuyas órdenes se lleven probablemente a cabo”. (22)

(19) Kimball Young. Op.Cit., pág.265.

(20) James O. Whittaker. Op.Cit., págs.105-106

(21) Rod. W. Napier y Matti K.Gershenfeld. Op.Cit., pág 159.

(22) W.J.H. Sprott. Introducción a la psicología social, pág.105.

Es pertinente hacer un paréntesis y aclarar, que, el término líder y liderazgo no tienen el mismo significado a pesar de que los dos pueden utilizarse en un mismo individuo.

Sobre esta distinción Whittaker dice que “ el término liderazgo indica una relación entre dos o más personas, en la que una de ellas influye sobre las otras. Por otra parte, ‘líder’ significa una posición particular, no presentándose necesariamente la relación de influencia que aparece en el término liderazgo: es decir, puede llamarse a un hombre ‘líder de la ciencia’ o ‘de las artes’ sin que ejerza mucho influjo directo sobre otras personas”. (23)

Hollander al respecto aclara “ el término líder y liderazgo no son idénticos; el liderazgo implica la existencia de una particular relación de influencia entre dos o más personas. Mientras que el término líder es una persona cuyas características (en particular su status) le permiten ejercer una influencia”. (24)

Así, el rol de liderazgo se distingue de la posición del líder; la conducta de liderazgo tiene que ver con la influencia sobre el grupo, independientemente de la posición.

Esto se puede explicar de la siguiente manera. Se puede dar el caso, y de hecho se da, que un individuo tiene una posición de líder al interior de un grupo y ejerce influencia legítima (es decir, la aceptación y aprobación consciente y voluntaria de las órdenes que éste imparta hacia sus miembros), esto es, exhibe una conducta de liderazgo; o todo lo contrario, que tenga una posición de líder, pero que no ejerza influencia legítima a pesar de que sus órdenes sean obedecidas.

El siguiente ejemplo puede aclarar lo anterior: “ Se dice que el nuevo director de una fábrica de tejidos se enfrentó con el principal directivo sindical y de forma muy concreta le dijo que cuando él dirigía una fábrica, la dirigía. Entonces el representante sindical agitó su mano. Reconociendo la señal, los obreros dejaron de trabajar e inmediatamente pararon los telares. El director sindical contestó de este modo al nuevo director: muy bien, adelante , diríjala” (25)

(23) James O. Whittaker. Op.Cit., pág.104

(24) Edwin P. Hollander. Op. Cit , pág.437.

(25) Edgar F. Huse y James L. Bowditch. Op Cit., pág.106.

En general, estas definiciones ven a los individuos denominados líderes, como aquéllos que tienen el poder de influir y modificar las conductas de los miembros del grupo en favor de una meta común o en su beneficio; además de que dicho poder puede surgir de la posición y roles que estos poseen o desempeñan. Si bien, estas definiciones brindan una idea de lo que son los líderes, por el contrario, no aclaran los procesos y los factores que convierten y caracterizan a un individuo de una agrupación en líder.

Por ello, presentaremos a continuación los factores y demás elementos que debe cumplir un individuo para ser un líder de un grupo.

Gran parte de las personas tienden a pensar que los líderes son individuos que “nacieron”, que están dotados por una serie de cualidades innatas o que son “una raza aparte”; esto es, que sus cualidades definitivamente los diferencian de los otros miembros del grupo.

El que se hable de líderes y seguidores como de una dicotomía sugiere en sí la existencia de esas diferencias notables. En numerosos estudios se ha visto que los líderes se diferencian entre sí en tantos aspectos como se diferencian entre sí los seguidores.

El líder, por lo tanto, no es una entidad dotada de rasgos originales. Es líder de un grupo, y lo es desde el punto de vista de su relación funcional con el grupo. Es líder no porque sea inteligente, hábil u original, sino porque su inteligencia, su habilidad o su originalidad tienen carácter de medios para alcanzar las metas de los miembros del grupo.

Dicho en otras palabras, el principio de interacción mutua entre el líder y el grupo implica que el individuo elegido debe poseer ciertas cualidades de la personalidad que, aunque derivan de su carácter de miembro del grupo, le confieren cierta eficacia y determinan la aceptabilidad de su persona.

Pero la condición básica para ser líder de un grupo es ser miembro del mismo; compartir los objetivos y las aspiraciones del grupo. Es por esto que un líder al formar parte de un grupo debe contribuir y adaptarse a las circunstancias que el grupo le plantea o de lo contrario perderá el status o el rol que lo hace líder.

Ahora bien, el líder o la conducta de liderazgo se puede concebir de dos formas al interior de una estructura grupal, esto es, como un rol o papel o como una posición o rango.

En el primer caso, el liderazgo es básicamente la ejecución de una clase particular de papel o rol por parte de un miembro al interior de un grupo organizado. Este influye de manera decisiva, en las actividades de los demás miembros, particularmente al definir los objetivos y la ideología del grupo.

En tal punto, el liderazgo es un rol que satisface fundamentalmente necesidades grupales y puede estar a cargo de distintas personas. Concebido así, el liderazgo se define como el elemento más activo en la consecución de los objetivos de un grupo particular.

En el segundo caso, se dice que una persona es líder si mantiene una posición particular dentro de una organización. Los líderes pueden haber alcanzado sus posiciones de las más diversas maneras: por elección oficial de la organización, por designación o selección hechas por alguna autoridad superior, por sucesión o por apoderamiento del control.

Lo importante, es que dicha posición le otorga autoridad o influencia sobre los demás. A menudo cuando se habla de líderes, se hace referencia a ciertas personas que mantienen posiciones que implican autoridad. Se dice que pueden influir en el grupo por su posición o porque ejercen control sobre éste. Los teóricos del liderazgo afirman que “ el poder radica en la posición, y no en la persona”. Es por ello, que “ se concibe al liderazgo como lo que la persona hace al ocupar una posición”. (26)

En otras palabras, mantenemos expectativas respecto de la forma en que el ocupante de una posición debe conducirse, y estas expectativas influyen tanto en nuestra percepción del ocupante de tal posición como en nuestra conducta para con él. Por ejemplo, imagínese a usted tratando con el gerente de un banco, un presidente de una nación, etc., en cada caso, al nombrar una posición se proyecta en nuestras pantallas personales una serie de imágenes específicas correspondientes a posiciones particulares, y respondemos a estas en función de nuestras expectativas.

Las expectativas de cómo el ocupante de una posición debe conducirse influye frecuentemente en nuestra interacción con él, como también influye en la conducta que observa en esa posición

(26) Rod W. Napier y Matti K. Gershenfeld Op.Cit., pág.153.

Se concluye que el líder puede ser una persona que se halla ocupando una posición de autoridad y, por ese hecho, se le concede el derecho de tomar decisiones que afectan a los demás. Pero desde otra perspectiva, puede decirse que cualquier miembro que influya en el grupo se puede convertir en líder; esto es, cualquier persona que influya en el grupo (independientemente de que ocupe o no la posición de líder) exhibe conducta de liderazgo.

Hasta estos momentos, se ha dicho que los líderes son individuos que se encuentra dentro de la estructura organizativa de una unidad social ocupando un rol y una posición. A esto agregaremos que de dicha posición y rol obtienen un prestigio o rango más elevado en comparación con otros miembros

El rango se refiere, según Homans " a la valoración y prestigio de un hombre... cuando más se acerque un individuo a un grupo en todas sus actividades más elevado será el rango social del individuo... y cuando más elevado sea el rango social de un hombre, mayor será el número de personas para las cuales, directamente o a través de intermediarios origine interacción". (27)

Uno de los factores determinantes del rango social del líder y de los sentimientos que a su respecto adopten los demás miembros del grupo está constituido por el hecho de ser él quien origina la interacción a la cual responden los miembros.

En cuanto al prestigio del líder descansa principalmente en la percepción que los individuos tengan de su poder. El líder adquiere las cualidades de que sus adherentes proyectan en él. Si bien no hace esto inconscientemente desde un principio, con el tiempo llegará a imaginar que posee los rasgos y actitudes que los demás le adjudican.

Young al respecto comenta, " un rasgo notable del liderazgo es el prestigio. Hoy se le define como la distinción vinculada a una persona o cosa, que domina la mente de los demás o del público. A menudo se refiere a la reputación o influencia que resulta del éxito, el logro de una meta, el rango u otras circunstancias. El prestigio depende, en gran medida, de las cualidades que los demás describen al líder". (28)

(27) George C. Homans. El grupo humano, pág. 206.

(28) Kimball Young. Op.Cit., pág 292

Uno de los aspectos más interesantes del prestigio es su extensión casi inevitable de un campo a otro. La relación dinámica entre una personalidad dominante y sus seguidores llevan a un fácil acrecentamiento de su autoridad y prestigio. Ejemplo, un ingeniero o un físico competente, adquiere en forma rápida un status elevado en campos en los que no es en realidad competente. (29)

Ahora bien, el hecho de que un individuo líder desarrolle un rol, ocupe un status, un rango y goce de un prestigio elevado al interior de determinado grupo humano, implica que éste adquiere un grado o jerarquía superior de autoridad y poder con respecto a los miembros que lo integran. Por tal motivo, el concepto de poder se concibe como parte integrante del rol del líder.

Sobre el significado del concepto de poder, este se entiende como la relación en la que el individuo A afecta el comportamiento del individuo B, porque este último desea evitar las sanciones que A emplearía si B no cumpliera sus deseos.

Por su parte, el poder se compone de dos subclases: la autoridad, fundada en la posición que una persona ocupa en una estructura jerárquica formal, y la influencia, ese fenómeno más sutil de poder que se manifiesta en la disposición de la gente a obedecer a otros que carecen de autoridad formal. Estos obedecen porque experimentan, estima o temor por la persona, el cargo que desempeña o el grupo en el cual se encuentra

La influencia que ejerza una persona, en este sentido, se da en aquellos casos en donde el comportamiento de B es afectado sin necesidad de sanciones. La influencia es una relación entre actores en la que un actor induce a otros actores a actuar de modo diferente a como de otra manera actuaría. La extensión de la influencia de A debe medirse por el grado de cambio que se produce en el comportamiento de B.

Como se puede ver, autoridad e influencia son conceptos íntimamente relacionados. Además de que juntos son necesarios para el ejercicio eficiente del poder.

(29) Kimball Young. Op. Cit., págs. 292-293.

En cuanto a la relación que se establece entre el fenómeno del poder y el liderazgo tenemos que cuando un individuo emite una orden a otro individuo y éste lo obedece se menciona que entraña poder. El individuo que es líder en un grupo tiene cierta autoridad y cierto poder que puede aplicar a los miembros del grupo. Si una orden dada por un líder a un miembro de su grupo es aceptada por el miembro y controla su actividad en el grupo, se afirma que la orden entraña autoridad.

Lo anterior implica que la autoridad de una orden descansa siempre en la buena voluntad para obedecerla, por parte de las personas a las cuales está dirigida. Ello depende también de que los adeptos la reconozcan como legítima o impuesta; dependiendo de cualquiera de los dos casos, el individuo se someterá con un grado mayor o menor de facilidad a la misma.

Por otra parte, la aceptación de la autoridad depende del hecho de que la desobediencia acarrea una serie de castigos. Esto es, si un hombre desobedece una orden su acción dañará en forma automática sus interacciones, sus amistades, su rango social y la actitud del líder hacia él. La autoridad implica en este sentido la obediencia a las órdenes por parte de los individuos de un grupo, pues de lo contrario recibirán una sanción.

El poder suele concebirse como parte integrante del rol de líder; no obstante, puede variar considerablemente según la naturaleza del grupo y la fuente de autoridad del líder. Por ejemplo, ocurre a veces que en un grupo informal un líder emergente tiene tanto poder para dirigir a otros como el líder designado. Una posible explicación es que el líder asignado tiene menos necesidad de afirmar su autoridad, puesto que ella ha sido impuesta desde arriba, mientras que el líder emergente o electo, juzga indispensable afianzar su posición en la competencia de que libra con otros presuntos líderes.

Finalmente, cuando más elevado es el número de integrantes sobre los cuales un único miembro puede influir regularmente, mayor es la autoridad de este último en el grupo. En tal caso, se llamara líder a quien posea el mayor grado de autoridad.

Según Ralph M. Stogdill " la autoridad no es de una persona o de unas pocas . La autoridad es un proceso de interacción en virtud del cual la organización define para cada individuo el ámbito de acción en el que puede adoptar decisiones, afrontar responsabilidades y obtener la cooperación de otros. La autoridad de un individuo dado estará circunscrita y definida principalmente por la autoridad de otros; y al mismo tiempo, su propio grado de autoridad determinará en parte la autoridad de otros". (30)

(30) C G. Browne y Thomas S. Cohn El estudio del liderazgo, pág 33.

A continuación presentaremos algunas clasificaciones sobre el concepto de poder.

PODER REFERENTE O CARISMÁTICO. Dicho poder se puede describir como poder de identificación o referencia. Es una clase de influencia que no pensamos que esté relacionado al poder. Podemos imitar el atuendo de alguien a quien consideramos que está a la moda; podemos exponer un argumento que oímos por primera vez a un intelectual brillante o el de alguien con el cual nos identificamos; quizá compramos un libro porque alguien, cuya opinión es valiosa para nosotros, lo comentó favorablemente. Estas personas ejercen poder referente para nosotros; nos identificamos con ellas en ciertas áreas e influyen en nosotros sin que nos sintamos manipulados.

En los grupos escuchamos las sugerencias de aquéllos que nos dan la impresión de tener buenas ideas o de “ estar al tanto”, de manera absolutamente diferente a las de aquéllos a los que tenemos clasificados como no enterados.

Oímos al miembro del grupo que habla por nosotros, al que representa nuestro punto de vista, al que da la impresión de que comprende nuestra posición, y somos influidos más para actuar de acuerdo con sus sugerencias.

Podemos ser influidos por los de status superior, una posición que consideramos importante, un estilo personal o un carisma. En cada situación, la persona poderosa tiene poder porque aceptamos su influencia y lo hacemos voluntariamente. Es obvio que este poder existe sólo mientras esa persona es un referente para nosotros.

PODER LEGÍTIMO. Este lo constituye la relación de autoridad en que una persona, por su posición en el grupo, recibe el derecho de tomar decisiones que afectan a otros. Así ocurre, especialmente, en las organizaciones que tienen una jerarquía de autoridad; las personas situadas en los niveles más bajos de la jerarquía aceptan el poder y la influencia de las que se hallan en la parte superior de la organización.

En una organización formal, el poder legítimo se ejerce fundamentalmente entre cargos y no entre individuos. Sin embargo, el poder legítimo depende de la aceptación, por parte del individuo, de la organización y la persona que ejerce la influencia.

PODER EXPERTO. Este se basa en la autoridad de los conocimientos que un individuo tiene sobre alguna área de la vida. Dentro de una organización, las personas con poder experto pueden ejercer una gran influencia o tienen mayor poder, porque es el único con suficiente conocimiento del funcionamiento y posibilidades del trabajo o problema en cuestión.

El poder del experto se basa en el conocimiento, la información o las habilidades especializadas de las personas. Estas ejercen poder sobre nosotros porque las vemos como expertos.

PODER DE RECOMPENSA O PREMIADOR. Este tipo de poder se basa en la aptitud del líder para recompensar a un seguidor. Las personas con poder dan a quienes ameritan ascensos, reconocimientos, calificaciones sobresalientes, etc. Este poder solamente puede ser ejercido cuando el receptor tiene en mucho a las recompensas.

PODER COERCITIVO. El poder coercitivo a diferencia del poder premiador, es la facultad de infligir castigos. Si con la recompensa no sobreviene la obediencia, quienes detentan la autoridad recurren frecuentemente a la coacción.

Mientras que con la recompensa el individuo hace lo que la persona con poder desea (con la esperanza de lograr la recompensa) en situaciones de coerción el individuo trata primero de escapar del castigo.

Finalmente, agregaremos que los cinco tipos de poder pueden residir en una misma persona; además de que los actos del liderazgo se deben situar en alguna clase de poder para ser eficiente

Además de ser parte de un grupo, tener una posición y ejercer un rol de influencia, una de las características que un individuo debe cumplir para ser reconocido como líder de una agrupación, es la de encaminar sus esfuerzos a la consecución de la meta del grupo.

En este sentido, “ el liderazgo puede ser concebido como el proceso (acto) que implica ejercer influencia en las actividades de un grupo organizado en los esfuerzos que éste realiza para definir y alcanzar objetivos”. (31)

(31) *Ibidem*, pág.29.

Al líder se le atribuye el carácter de consumidor de las funciones grupales esenciales. Esto es, al liderazgo se le aprecia como la ejecución de aquellos actos que contribuyen a que el grupo logre sus metas.

Los líderes pueden diferenciarse de los restantes miembros del grupo desde el punto de vista del grado en que ejercen influencia sobre las actividades de la organización en los esfuerzos que ésta realiza hacia la consecución de objetivos

Desde otra perspectiva (pero vinculado a lo anterior), el individuo líder de un grupo debe ser visto por sus miembros como un medio funcional y eficaz para alcanzar los fines que se proponen.

Es por esto que, si un individuo desea ser líder de un grupo debe aparecer (sea como sea) a los ojos de las personas que él dirige como medio para la satisfacción de las necesidades de estas últimas, o de lo contrario no aceptarán su dirección.

Los individuos por su parte, entienden que, la conducta del líder les aportará medios (capacidad, conocimientos, dinero, vinculaciones, etc.) que el grupo desea utilizar para alcanzar sus objetivos. Por la relación con él se satisfacen necesidades o se impide que disminuyan las mismas.

Irving Knickerbocker comenta “los objetivos del líder deben ser también los del grupo (y en este caso el grupo ve en él un medio para la consecución de los mismos), o bien el acatamiento de la dirección del líder debe ser visto por los miembros del grupo como el mejor medio disponible para impedir la reducción de la satisfacción necesaria”. (32)

El liderazgo funcional se manifiesta como una conducta eficaz hacia la consecución de un objetivo grupal. Esto es, el liderazgo eficaz es atribuible al carácter de un proceso de influencia, en el cual el líder puede movilizar el apoyo grupal para alcanzar ciertas metas claramente especificadas, que benefician a los miembros del grupo.

Es por esto que un atributo importante del liderazgo eficaz es la capacidad de proporcionar un recurso útil para obtener las metas grupales. En suma, el rol de liderazgo exige la posición de valor funcional para el grupo.

(32) *Ibidem*, p4g 10

Otro rasgo del liderazgo eficaz consiste en suministrar mecanismo de participación dentro del grupo. Dice Hollander "... lo esencial del liderazgo eficaz como proceso de influencia es que suscita una respuesta positiva por parte de los adeptos, acorde con la actividad fundamental del grupo... la eficacia del liderazgo depende de un intercambio justo, en virtud del cual el líder adquiere status y ejerce influencia al tiempo que ayuda al grupo a alcanzar los resultados deseados. Así, pues, una función importante del liderazgo eficaz es permitir a los miembros del grupo una participación social significativa". (33)

Finalmente, una cualidad general que determina la eficacia del liderazgo es su identificación percibida con el grupo. Se espera que los líderes sean fieles a las necesidades y aspiraciones colectivas de su grupo. Una de las formas concretas en donde se manifiesta esta actitud es la mediación. Esto se refiere a la expectativa de que el líder comunique los deseos de su grupo a otros grupos, o a una autoridad superior, con el fin de facilitar al logro de los objetivos grupales.

Otros de los requisitos que un individuo debe cumplir para obtener el status de líder, es el de vivir en conformidad con las normas del grupo. Al respecto Whittaker apunta "...para volverse líder es necesario primero aprender las normas del grupo y después conformarse a ellas; sin embargo, este factor por sí mismo no confiere a un individuo el poder de liderazgo, aunque sea prerequisite del liderazgo el acatar ciertas normas". (34)

Homans afirma " ante todo el líder es el hombre que se aproxima en mayor grado a la realización de las normas más altamente valoradas por el grupo. Las normas pueden parecerse extrañas pero mientras sean sinceramente aceptadas por el grupo, el líder, en ese grupo, debe encarnarlas. Esta encarnación de las normas le otorgan su alto rango y su rango atrae a la gente".(35)

Por esto, si se quiere a la gente en una dirección antes que en otra, se debe prestar atención a sus gustos, más que a los propios. Lo que es importante para los seguidores siempre debe ser importante para el líder. Aquellos que rechazan la ideología y la práctica imperante, no tienen muchas probabilidades de lograr éxito en la influencia sobre otros individuos, esto debido a que los valores morales y sociales son sagrados y están sostenidos por emociones y sentimientos poderosos por parte de los individuos.

(33) Edwin P. Hollander. Op.Cit , pág.462.

(34) James O Whittaker. Op Cit., pág. 107.

(35) George C. Homans Op. Cit., pág.443

Claro está que en todos los grupos tiene límites la libertad del líder para encarnar la norma. Respecto a ciertas normas (las de mayor importancia para el grupo), se espera que el líder muestre mucho mayor conformidad que otros miembros del grupo. En otras (las de menor importancia para el grupo) se le permite mayor margen de acción que al resto de los miembros del grupo.

Pero sin embargo, cualquier falla que se valore como grave por los miembros del grupo de parte del líder, en cuanto a su convivencia con la norma, minará su rango social y el que sus órdenes deben obedecerse.

Young comenta al respecto “ el jefe o líder de un grupo no existe en el vacío, sino que opera siempre en una situación social. Y esta situación es modificada por las exigencias del momento y por aquellos factores históricos de su pasado personal que influye en la determinación de lo que el individuo ha de hacer”.(36)

En la teoría situacional se afirma que el liderazgo está en función de la situación inmediata, antes que en función de la persona o de lo que ésta hace. Aquí, el tipo de líder depende del tipo de trabajo que desempeñe el grupo. En otras palabras, la situación crea un ambiente que produce el liderazgo, esto es la situación determina, en buena medida, el tipo de líder para realizar dicha tarea

Las investigaciones indican que la naturaleza, estructura y planteamiento de la organización ejercer una profunda influencia en los apropiados estilos de dirección. Señalan que el liderazgo es muy específico de las circunstancias y de las tareas exigidas al líder. Por ejemplo, en algunas circunstancias, el mejor líder puede ser el que ejerza las destrezas de las relaciones humanas; en otras, el mejor quizá sea el que tenga poder experto, etc

El liderazgo en suma es una relación dinámica entre la personalidad y las variables de la situación grupal. La elección de un individuo dado para el rol de liderazgo dependerá más de la naturaleza del grupo y de su propósito que de la personalidad; pero dependerá sobre todo de la relación entre la personalidad y el grupo en un momento dado

(36) Kimball Jounq Op.Cit , pág.279

Algunos investigadores en sus intento por desarrollar teorías que explicaran el fenómeno del liderazgo, se dieron a la búsqueda de rasgos característicos que pudieran ser identificables en cualquier individuo al que se le denominará líder. “ El principal defecto del enfoque de los rasgos fue haber insistido en rastrear cualidades estables de los líderes. Dicho enfoque no advirtió que el liderazgo implica una red de relaciones con otros individuos, en una situación que tiene una actividad central”.(37)

Si bien, la ‘teoría de los rasgos’ en un principio se abandonó por ser insuficiente para explicar el fenómeno del liderazgo posteriormente, se reformuló en el sentido de que los rasgos deberían analizarse en función de las necesidades de los individuos de un grupo específico, respecto a la consecución de sus tareas y objetivos, tomando en cuenta la variable de la situación en la que se encuentran.

Al respecto se comenta “ determina el liderazgo cierto rasgos o características de los líderes en relación con las mismas características o rasgos en los seguidores, más la situación. En otras palabras, no determinan al liderazgo cualidades personales únicas, sino la posición del líder en relación con sus seguidores en aquellas cualidades especiales exigidas por las metas u objetivos de un grupo en particular” (38)

En otras palabras, una persona no se vuelve líder en virtud de que posea alguna combinación de rasgos, sino que el patrón de cualidades personales debe tener alguna relación con los rasgos, actividades y metas de los seguidores.

En este sentido, el análisis adecuado del liderazgo implica no sólo el estudio de los rasgos del líder, sino también del estudio de las situaciones donde actúa el individuo influyente.

Gibb al respecto señala que “ el liderazgo es siempre relativo a la situación a) en la medida en que cierto tipo de situación es condición previa de la aparición del liderazgo y b) en el sentido de que el conjunto particular de circunstancias sociales que existen en el momento dado determinan cuáles son los atributos de la personalidad que conferirán el status de liderazgo y que, en consecuencia, determinan cuáles son los miembros que asumirán el rol de liderazgo, y cuáles las características de la personalidad que contribuyen a mantener al individuo en ese rol”. (39)

(37) Edwin P. Hollander Op.Cit.,pág 439

(38) James O Whittaker Op.Cit., pág 121

(39) C G. Browne y Thomas S. Cohn Op.Cit., pág.63

El enfoque situacional no subestima las características del líder, antes bien, reconoce su importancia para un grupo en una situación dada. Además, se puede afirmar (con base en los datos expuestos) que el liderazgo es una relación entre personas en una situación social específica, y que las personas que son líderes en una situación pueden no serlo necesariamente en otra. La transferencia de liderazgo de un grupo a otro es escasa o nula. En este sentido, se puede agregar que los rasgos del líder varían también de una situación a otra y de un grupo a otro.

Aclarada la relación entre situación y rasgos que determinan el liderazgo de un individuo, vamos a continuación algunas de las características (más frecuentes) que lo diferencian de los demás miembros de un grupo.

“ Se ha informado que los líderes son mejores que los seguidores en juzgar las actitudes de los miembros del grupo. Se ha dicho que los líderes superan a sus seguidores en conocer a los subordinados y en mostrarles consideración, en mantener abiertos los canales de comunicación, en aceptar responsabilidades y dar el ejemplo, en tomar decisiones, en adiestrar a la gente en el trabajo en equipo y en iniciar y dirigir las actividades. También se ha señalado que los líderes superan a los demás en supervisar al personal, planear, iniciar y dirigir las actividades, en la lealtad hacia la organización y el manejo de detalles administrativos”.

(40)

Los líderes, por otra parte, con mayor frecuencia “ originan, facilitan o se oponen a nuevas prácticas o ideas; interactúan informalmente con otros miembros; defienden a su grupo contra ataques, se preocupan por los intereses de su grupo y actúan en beneficio de éste; subordinan la conducta individual, hacen disminuir el número de conflictos y fomentan el ajuste individual; definen el trabajo propio y el ajeno, restringen la conducta de los miembros del grupo en la acción, en toma de decisiones o en la expresión de opiniones; buscan información para los miembros, dan información y facilitan el intercambio de información, expresan su aprobación o su desaprobación por los miembros del grupo, y deciden niveles de esfuerzo o de logro o estimulan entre los miembros al hacer un esfuerzo mayor”. (41)

(40) Citado por James O. Whittaker Op Cit. pág.107

(41) Ibidem.

Ralph M. Stogdill distingue seis rasgos o factores frecuentes que se asocian con el liderazgo: Capacidad (inteligencia, vigilancia, facilidad verbal, originalidad, juicio); Rendimiento (capacidad académica, conocimiento), Responsabilidad (confiabilidad, iniciativa, persistencia, agresividad, confianza en sí mismo, deseo de destacarse); Participación (actividad, sociabilidad, cooperación, adaptabilidad, humor); Status (posición socioeconómica, popularidad). (42)

Por último, resta señalar algunas de las divisiones tipológicas más importantes en torno al fenómeno del liderazgo.

Entre las más importantes encontramos la que clasifica al líder en formal e informal.

La primera de ellas, también conocida como liderazgo institucional o de posición, se caracteriza por el hecho que el individuo líder ocupa una posición bien definida en la estructura jerárquica de un grupo o institución.

El poder de dicho tipo de liderazgo se encuentra más o menos formalizado en reglas, regulaciones o procedimientos. Su autoridad descansa, en último término, en las tradiciones, costumbres, principios y formas legales del Estado, la clase, la iglesia o alguna otra institución.

Ejemplos de liderazgo formal son las jerarquías al interior de un cuerpo policiaco (capitán-comandante-sargento- oficial de policía), o en una estructura de trabajo (director, jefe de departamento, empleado).

En alguno de los casos formales antes señalados, el líder ejercita su influencia, al menos en parte, en virtud de su posición, aunque pueden también entrar en juego sus cualidades personales. Este puede ser autoritario y directivo, el segundo, da guía sin ser arbitrario u opresivo, lo que sí ocurre con el primero

El tipo de liderazgo formal puede ser asignado o impuesto por una autoridad externa o superior a una organización de individuos, o puede ser electo democráticamente por los miembros de ésta.

(42) C G. Browne y Thomas S.Cohn Op. Cit , pág. 52.

En cuanto al liderazgo informal y en contraste con la situación en la que los adeptos siguen al líder a causa de su status adscripto o adquirido, tenemos casos en los que no existe tal status formal. Ejemplo, el hombre que controla una crisis, la persona que por casualidad conoce el camino, etc. En el caso del liderazgo informal no existe una estructura jerárquica específica en la que los miembros del grupo tengan un rol o un status determinado.

Al decir líder informal del grupo, significa alguien que dirige en una asociación de individuos, no en virtud de su status, sino por sus cualidades personales únicamente. En el caso informal, el líder deriva su status de otros miembros del grupo, que pueden concederlo o denegarlo. Esta pauta, que depende del conocimiento grupal, puede denominarse liderazgo emergente. Por el contrario, una estructura grupal produce un liderazgo asignado o impuesto por una autoridad exterior. Esta distinción es importante sobre todo porque destaca las fuerzas situacionales que influyen en la legitimidad de la posición del líder, y no en su estilo de interacción.

Por ejemplo, aunque el grupo no participe en forma directa en la elección de un líder impuesto, es posible que este último sea percibido favorablemente a causa de ciertos atributos que también lo haría aceptable a los adeptos como líder emergente.

De ahí que la distinción entre líder formal e informal no es muy rigurosa. El líder informal de un grupo puede convertirse en el líder formal a los ojos de sus miembros.

Otra importante clasificación es la referente al concepto de líder carismático. Esta teoría fue inaugurada por el sociólogo Max Weber en sus estudios sobre ciencia política y ha sido empleado para explicar la relación emocional de un líder con sus seguidores

Sobre el término, los investigadores de las ciencias sociales han escrito lo siguiente:

Un líder carismático goza de una autoridad no por su posición (a pesar de que se da el caso) representativa, sino debido a dones de gracia (carisma) en virtud de las cuales está situado aparte de los demás hombres y tratado como poseedor de poderes sobrehumanos, sobrenaturales o por lo menos específicamente excepcionales. (43)

(43) Dankwart A. Rustow Filósofos y estadistas: estudio sobre el liderismo, pág.95.

Una enorme persuasión en sus discursos puede ser una de las extraordinarias cualidades mediante las cuales un líder adquiere carisma a los ojos de sus prosélitos.

Por otra parte, los discípulos de un líder carismático no lo siguen por temor o por incentivos económicos, sino por amor, devoción apasionada, entusiasmo. De ahí, su carácter emocional. Así, lo específico en la relación carismática no es la obediencia absoluta al líder, sino simplemente el hecho de que en virtud de sus cualidades extraordinarias ejerce una especie de dominio sobre quienes lo siguen.

Los secuaces o seguidores pueden hallarse bajo el hechizo del líder y aceptarlo como autoridad suprema sin estar necesariamente de acuerdo con él en todas las ocasiones ni evitar el discutir con él.

Otro aspecto del liderazgo carismático, es ser visto como la persona en quién, por virtud de cualidades personales insólitas o extraordinarias, parece encarnarse la promesa o esperanza de salvación. En este caso, se concibe al líder como el individuo que en forma convincente se ofrece a un grupo de personas en desgracia, como alguien peculiarmente calificado para sacarlos de ellas.

Tres son los tipos de desgracia que el líder carismático puede mitigar: miedo, temor a perder la vida; ansiedad, vacío de identidad, y temor existencial, o la infelicidad que las personas experimentan en condiciones en que los rituales de su existencia han sido eliminados. (44)

Pero lo fundamental en el carisma, es que no es un rasgo, sino una percepción. Ser un líder carismático es esencialmente ser percibido como tal. Lo mismo que se dice que la belleza está en la mirada del que contempla, así el carisma de un líder se encuentra en la mente de quienes lo siguen.

Por otra parte, la actitud de los seguidores está influida por la magnitud e inverosimilitud de los resultados conseguidos. Sin resultados no hay fe; sin fe no hay carisma. Se dice que el carisma es una relación un proceso de acción mutua entre líderes y secuaces. Los resultados que puede provocar la fe de los seguidores en el carisma del líder son resultados logrados por ellos y en su interés.

En la acción mutua entre ambos, el líder ofrece milagros por el bien de los gobernados, y los secuaces ofrecen fe en la legitimidad del líder. Los resultados de la actuación del líder inducen la fe de los seguidores, y la fe de éstos se convierte en el criterio de la autoridad carismática.

(44) Dankwart A. Rustow, Op cit, pág. 113.

Un rasgo característico del carisma es que no es un dato fijo o permanente, más bien puede crecer y disminuir, aparecer y desaparecer.

Por otra parte, “ no hay que preguntar si un líder es carismático o no, sino, si lo es, para quién, cuándo y en qué grado”. (45)

Finalmente se encuentra la teoría que describe a un tipo especial de liderazgo, esto es, al líder de opinión. Esta visión particular sobre el fenómeno del liderazgo fue inaugurada por Elihu Katz y Paul F. Lazarsfeld en su estudio sobre la influencia personal. Los resultados arrojados por su investigación contribuyeron a reforzar, en primer lugar, la idea de que los medios de comunicación no poseen el poder inminente e inmediato que se les atribuyó para modificar o cambiar las opiniones y las actitudes de los individuos que se exponían a sus mensajes; segundo, se demostró que los grupos primarios eran fundamentales en la estructuración y modificación de las actitudes y opiniones de los individuos; y tercero, y lo más importante, se descubrió y comprobó que en la adopción de mensajes provenientes de los medios, los individuos influyentes o líderes de opinión jugaban un papel clave para inducir a los miembros del grupo a modificar o rechazar los mensajes de los “mass-media”.

Los hallazgos hechos por los citados científicos dieron pauta para formular la teoría de flujo de información en dos fases, en la que se explicaba que los mensajes provenientes de los medios eran interceptados por los individuos influyentes o líderes de opinión, quienes los retransmitían hacia los individuos a los cuales influían. De ahí, la importancia de los medios de llegar no ya al público sino a dichos puntos estratégicos para hacer efectiva su influencia.

El estudio de ambos científicos confirmó la validez de la idea que afirma la existencia de un líder de opinión, y aclara, por otro lado, la imagen clásica de la persuasión de las masas, en el sentido de otorgar un sitio a las personas que constituyen factores intervinientes entre los estímulos del medio y las opiniones, decisiones y acciones de los receptores.

Ahora bien, en dicha investigación se pone de manifiesto la importancia que tiene el grupo primario en la formación y modificación de las opiniones y actitudes de sus miembros; y se destaca el papel que juega el líder de opinión en dicha estructuración de ideas y acciones.

(45) Ibidem, pág 30.

En primer lugar, se pone énfasis en que las relaciones interpersonales en los grupos de tipo primario, se presentan como puntos de amarre de las opiniones, actitudes, hábitos y valores individuales. Es decir, las personas generan y mantienen, colectiva y continuamente, ideas comunes y esquemas de comportamiento remisos a ceder o a modificarse unilateralmente.

En segundo lugar, los grupos influyen y apoyan activamente casi todas las opiniones, actitudes y acciones individuales. Por ejemplo, los componentes de una familia comparten, salvo casos excepcionales, las mismas actitudes políticas, religiosas, etc. Lo mismo sucede en la mayor parte de agrupaciones amistosas. También se ha demostrado que las personas parecen pensar en unos grupos concretos cuando expresan sus opiniones. Cabe suponer que las opiniones tienen su origen y están mantenidas por cada individuo, en comunidad con otros individuos concretos con los que está relacionado

Por ejemplo, un grupo de varios miembros en el que determinadas actitudes son aprobadas (es decir, sustentadas por la mayoría y, visiblemente, por los líderes) el individuo admite dichas actitudes hasta el extremo de que el grupo se presenta como punto positivo de referencia.

Esto permite suponer que los intentos de cambiar la actitud o la opinión personal no tendrá éxito si la opinión individual está compartida con otros a los que uno está unido y sino se acomodan al cambio.

Queda fuera de duda que cuando se atacan opiniones, actitudes o hábitos compartidos con personas muy consideradas por el individuo, se resiste con seguridad el intento de influir; esto es, sucede que en la medida en que un grupo es atractivo para una persona y que ésta desea ser aceptada como miembro de aquél, se siente motivada - tanto si es sabedora de ello como si no- aceptar los puntos de vista del grupo. En otras palabras, se debe adaptar a las normas del grupo. Además para llegar a ser un líder hay que compartir las opiniones y actitudes más generalizadas.

Esto indica que si una persona desea alcanzar o mantener una amistad íntima con otros, o si quiere conseguir algo bien dentro del grupo o a través de este, tiene que identificarse con las opiniones y los valores de los demás. Por ejemplo, el buscar la aceptación de un individuo en un círculo nuevo da como resultado que el individuo lleve sus opiniones y actitudes a la línea del nuevo grupo y, en compensación, obtiene el apoyo de éste. Esto no significa necesariamente que tal identificación este siempre calculada racionalmente. Puede ser inconscientemente también

Al buscar y conseguir la aceptación en un nuevo círculo parece que la persona es conducida a alinear sus opiniones y actitudes con las del grupo en el que pretende entrar.

Se concluye así que “ las normas, juicios, valores e ideas que gobiernan el pensamiento y la acción de una persona, se originan dentro de los grupos más pequeños (o primarios)”. (46)

Lo que se deja en claro en la investigación sobre la influencia personal, está en el sentido de que el grupo proporciona los elementos para aceptar o rechazar la información e influencia del medio. Esto es, “ el medio suministra sólo el material, cuyas intenciones serán o bien debilitadas y corregidas o bien reforzadas, pero en cualquier caso transformadas de acuerdo con las necesidades del grupo”. (47)

Por lo que respecta a las características del líder de opinión como factor influyente en la adopción o modificación de opiniones y actitudes al interior de un grupo se destaca lo siguiente.

Ante todo, es importante aclarar que el líder de opinión es un tipo especial de liderazgo, pues su campo de acción es específico del terreno de las opiniones en los diferentes aspectos de la vida social.

En cuanto a sus rasgos particulares, un líder de opinión debe aceptar las normas del grupo si es que desea influir en las actitudes y opiniones de sus integrantes.

Se le considera como el individuo de mayor importancia en la formulación de opiniones. Además, se presenta como punto de referencia mediante el cual los individuos del grupo pueden tomarlo como modelo en la modificación de sus opiniones y actitudes.

Los líderes son mucho más certeros al juzgar y conocer las opiniones del grupo que la de los otros miembros que lo integran.

El líder de opinión no constituye un grupo aparte y no es un rasgo que tienen unas personas sí y otras no, lo cual es típico del liderazgo.

(46) Elihu Katz y Paul F. Lazarsfeld La influencia personal, pág 168

(47) F Bookelmann Formación y funciones sociales de la opinión pública, págs.127-128

Estos conductores de opinión (como también se llama a los líderes de opinión) ocupan posiciones centrales dentro de las redes de comunicación interpersonal. Esto ha sido confirmado por el hecho de que otras personas se dirigen a ellos en busca de consejo, juicio, valoración, correcciones , ilustración y datos complementarios

Para ocupar su posición, los conductores de opinión deben ser de fácil acceso y de fácil trato, y caracterizarse por una gran frecuencia de contactos sociales y por un mayor radio de dichos contactos.

Se encuentra en todas las clases, capas y grupos profesionales, y no solamente entre gente culta, como serían los “ notables, importante o ricos”.

Como expertos reconocidos en determinados sectores de la vida ejercen sólo una influencia específica en algunos temas o problemas sobre quienes pertenecen a su misma capa social.

Quienes mejor se pueden definir como conductores de opinión son los que están familiarizados con los valores y las normas de su medio ambiente,

Su función consiste en seleccionar los aspectos relevantes del mundo de su alrededor y conciliarlos con las metas y las normas del grupo.

Finalmente, se dice que los conductores de opinión han sido despojados casi por completo de su función filtrante en el proceso de divulgación de temas, informaciones y opiniones. Ello no significa que hayan desaparecido o que su importancia esté disminuida; más bien se han ajustado algunas ideas entorno al papel del líder de opinión y su relación con la comunicación Pero su función sigue siendo tan importante en la adopción o en la modificación de opiniones e información de los individuos a los cuales influye, independientemente de que sean o no puntos estratégicos entre los medios y las personas en el proceso comunicativo.

CAP. II PANORAMA DE LA RADIO CAPITALINA: 1980-1997.

2.1 LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y EL SISTEMA POLITICO MEXICANO.

La década de los 60 y gran parte de los 70 marcaron un importante ciclo en las relaciones Estado-Medios de Comunicación. Es durante este período, como lo señala la investigadora Fátima Fernández Christlieb en su libro Los Medios de Difusión Masiva en México, cuando se da inicio - luego de años de entendimiento- a la más seria confrontación registrada entre los propietarios de los medios electrónicos y el gobierno mexicano.

Prácticamente hasta antes del gobierno de Díaz Ordaz (1921-1960), la situación de la industria de los medios de comunicación electrónica había sido favorecida por el Estado Mexicano; esto es, nunca se opuso a su desarrollo. Por el contrario, diversas administraciones otorgaron privilegios y concesiones que lejos de frenar su expansión la alontaron. (48)

Desde entonces y sin mayor demora se dio inicio a la incursión directa del Estado en los medios masivos audiovisuales, aunque sin menoscabo del sector privado, quien a pesar de los conflictos nunca detuvo su marcha; por el contrario, es en esta época, cuando se consolidan como un grupo político-económico poderoso.

La disputa inicia cuando el Estado en 1960 crea la Ley Federal de Radio y Televisión, con la cual se intenta ejercer un control más estricto sobre los medios electrónicos, dejándose entrever el interés de éste por participar en la programación de los medios. Además con dicha disposición legal "...se intentó limitar el poderío económico de los industriales, mediante la reducción de propaganda comercial, medida que buscó una legitimación del poder político del Estado frente a determinados grupos sociales". (49)

(48) Fátima Fernández Christlieb Los medios de difusión masiva en México, pág. 107.

(49) Ibidem, pág. 117

Pero es al finalizar la década de los 60 cuando el Estado lanza el primer golpe directo, manifestando su deseo de participar como emisor, en forma reglamentada, con la limitación de hacerlo a través de los canales operados por los concesionarios; lógicamente, esta acción generó descontento en el gremio. Para tal propósito, se planteó modificar la Ley Federal de Radio y Televisión, en el sentido de imponer un impuesto a sus propietarios sobre la explotación de dichos medios.

El gobierno de Gustavo Díaz Ordaz utiliza una táctica fiscal. Trata de obligar a los concesionarios pagar un considerable monto sobre el importe de los pagos que reciban de todas aquellas empresas dependientes de la industria radiofónica y televisiva. Pero si el concesionario quiere verse eximido de este impuesto, puede entregar en fideicomiso el 49% de las acciones de sus empresas a una institución nacional de crédito.(50)

Ante tales acciones del Estado, los industriales de los medios electrónicos -quienes ven afectados de forma directa sus intereses- se solidarizan y forman un frente común a través de la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (instrumento de poder político), que les permitirá ejercer presión para que dicha iniciativa se modifique y no altere sus privilegios.

Prueba de la efectividad de dicha estrategia, es que esta *determinación del Estado por participar e imponer un impuesto por el uso de los medios de comunicación permanece vigente durante seis meses y se modifica favorablemente para los concesionarios* "... al convertirse por acción de los empresarios en una disposición jurídica de carácter facultativo, patentizando así el poder formal más no real que posee el Estado frente a los industriales de la radio y la televisión". (51)

Este primer enfrentamiento arroja un saldo positivo para el sector privado -quien detenta el control de los medios electrónicos- no así para el Estado. Ante la embestida de los concesionarios, este último tuvo que dar marcha atrás a su deseo originar de hacerse partícipe legalmente en los medios electrónicos y, segundo, en la negociación de dicha iniciativa este quedó en franca desventaja. Así lo demuestra el llamado tiempo fiscal (12.5%) con el cual se cubre el pago de impuestos al Estado por uso de las concesiones, el cual no incluye apoyo técnico ni humano, sino sólo el espacio de transmisión. Si agregamos a esto que cuando el Estado no ocupa este tiempo (que es con mucha regularidad) el propietario del medio puede utilizarlo para su interés. De ahí, el triunfo y la trascendencia de dicha disposición para el gremio de los concesionarios.

(50) *Ibidem*, pág.181.

(51) *Ibidem*, pág.117

Cabe mencionar, que en octubre de 1977 se eleva a rango de Ley el acuerdo presidencial de 1969 que legaliza la propuesta empresarial de pagar los impuestos correspondientes a los servicios de interés público concesionado, con tiempo¹ de transmisión (en especie) y no en dinero. El 12.5% adquiere de este modo un mayor rango jurídico.(52)

Ante este primer ataque, se pone de manifiesto la habilidad y el poder que han alcanzado los industriales de los medios audiovisuales frente a la representación gubernamental, ya que de tener una situación desfavorable a sus intereses, éstos la transformaron en beneficios tangibles.

Con la finalización del ciclo de Díaz Ordaz los problemas, aparentemente, terminaron para los propietarios de los medios electrónicos, nada más lejos de la realidad.

Durante la administración de Luis Echeverría la postura del Estado no vislumbra cambios substanciales en su actitud hacia los medios. Por el contrario, el gobierno del mandatario toma diversas medidas que, de una u otra manera, afectan nuevamente los intereses de los concesionarios.

Por ejemplo, la creación de una nueva subsecretaría de radiodifusión - además de las ya existentes para el ramo de los mass-media electrónicos Secretaría de Gobernación, Comunicaciones y Transportes, Educación Pública, Salubridad y Asistencia y Trabajo y Previsión Social - que se encargará específicamente de asuntos relacionados con radio y t.v., lo que significó mayor control para dichos medios.

En segundo lugar, el gobierno hace una serie de declaraciones que van desde plantear la nacionalización de los medios audiovisuales, pasando por una crítica del presidente al funcionamiento de los medios, hasta declarar que se elaborará una nueva ley referente a radio y t.v., que erradique los males que los aquejan (alejamiento en sus contenidos de la realidad nacional, mínimos espacios para la sociedad civil, poca o nula contribución a la difusión de la cultura y la educación, etcétera). Este último hecho no se concreta y se reduce a un reglamento que no altera el sentido de la Ley de 1960.

Y en tercer lugar, el gobierno compra un canal de televisión y se proyecta instalar varias estaciones de radio, lo que significa el rompimiento del monopolio privado de radio y televisión.

(52) *Ibidem*, pág. 208

Frente a tales acciones estatales y, ante la posibilidad de que los proyectos gubernamentales comiencen a instrumentarse plenamente, las dos empresas privadas concesionarias de los canales comerciales, Telesistema Mexicano y Televisión Independiente de México se fusionan en una sola sociedad anónima: Televisa. Ello implica el surgimiento del monopolio televisivo privado más importante en el país, con su eminente aumento de poder político y económico, que le permitió nuevamente enfrentarse con éxito al Estado al término de la década de los 70.

En el periodo del presidente José López Portillo (1976-1982) en su plan de trabajo sexenal y específicamente en su iniciativa de reforma del Estado planteó, como medida democrática hacia los medios, anexar al artículos 6to. referentes a la libertad de expresión, la idea de que "el derecho a la información estará garantizado por el Estado"(aprobado el 27 de noviembre de 1977). Este hecho originó que los industriales de los mass-media electrónicos volvicran a ejercer presión. La idea democratizadora impulsada por el mandatario es considerada atentatoria a sus privilegios y obligaciones de garantizar información.

Consecuencia de dicho apremio por parte de los concesionarios el 16 de mayo de 1979, el Lic Jesús Reyces Heroles, autor del proyecto para reglamentar el derecho a la información, renuncia a la Secretaría de Gobernación (que para ese entonces y en la actualidad se convierte en la principal institución estatal encargada de vigilar lo relativo a los medios masivos, como lo estipula la Ley Orgánica de la Administración Pública Federal del 29 de diciembre de 1976 impulsada por el presidente J.L.P.).(53)

Ante este nuevo enfrentamiento, una vez más los industriales de los medios electrónicos dieron muestra de su capacidad de negociación y de su poder acumulado para estas fechas, al frenar al propio titular del ejecutivo en su intento de reglamentar el derecho a la información.

Después de una larga e intensa confrontación (1960-1970) entre propietarios de los medios audiovisuales y los representantes del Estado el balance arrojado es el siguiente:

Primero, al Estado no le interesó en ningún momento mejorar sustancialmente el régimen de propiedad, el contenido de la programación, ni el acceso de la ciudadanía a dichos medios; en otras palabras, no le importó la democratización de dichas instituciones comunicativas. " El período , señala la profesora Fátima Fernández Ch., se caracteriza fundamentalmente por la incorporación que el Estado intentó hacer de radio y t.v. al ejercicio del poder político para su legitimidad social...

(53) Ibídem

(agrega que) . puede hacerse esta afirmación al confirmar que ninguno de los actos de gobierno realizados en esta década en el terreno de los medios de difusión masiva ha tenido como objetivo vincularlos a los proyectos educativos o a la política cultural. Esta última, no existe explícitamente y los primeros marchan completamente divorciados de los contenidos de los medios de difusión. La vinculación de éstas al proceso político, es en cambio, una evidencia”. (54)

La incorporación de los medios de difusión a la maquinaria del control político se planteó como una necesidad inaplazable, pero no se contó con que a la entidad a la que se le quiso arrebatar las concesiones estaba demasiado imbricada en el aparato reproductor del sistema capitalista dentro y fuera del país.

Tampoco se tomo en cuenta, que junto al poderoso consorcio se había gestado al mismo tiempo un organismo conocedor de la mecánica particular de negociación con que cuenta la política mexicana posrevolucionaria. En dicho periodo quedó demostrado la amplia capacidad de negociación, de presión y de poder frente al Estado.

A lo anterior agregaremos un factor más que colocó la balanza a favor de los industriales y es que “el triunfo empresarial es posible, no únicamente por la organización y unidad de intereses existentes entre los industriales de la radio y la televisión sino por la desorganización e inexistencia de un plan de acción por parte del sector gubernamental.. la política informativa, en lo relativo a medios masivos, fue delineada por el gobierno del presidente Echeverría sobre la marcha, no existió -hasta donde se ha investigado- un proyecto establecido para radio y televisión (hecho que hasta la fecha perdura)”. (55)

Por otra parte, la idea de que el Estado mexicano ejerce un poder ilimitado sobre los industriales de radio y t.v. es inaceptable, si se tiene presente que el crecimiento de dichas industrias en ningún momento se ha visto frenado por medidas estatales. Todo lo contrario, el Estado no ha hecho sino contribuir a su acelerado desarrollo “...un análisis sobre la radio y la t.v. pueden constatar que el Estado ha ejercido un papel de administrador y representante de los intereses industriales y sólo en contadas ocasiones ha actuado como mediador en conflictos sociales” (56)

(54) *Ibidem*, pág 210

(55) *Ibidem*, págs.145-146.

(56) *Ibidem*, pág.107

Es pertinente mencionar que el gobierno mexicano no está completamente desvalido ante el poderío de los industriales de radio y t.v., ni tampoco estos últimos pueden desafiar abiertamente las órdenes del Estado, ni hacer caso omiso de la ley.

Es un hecho que el Estado controla a los industriales en circunstancias determinadas. Pero dicho control, no altera en lo absoluto los objetivos de los industriales y, en cambio, son de gran utilidad al gobierno para consolidar su poder político en momentos de tensiones sociales, acción que los industriales no toman en cuenta cuando ejercen presión sobre el Estado.

La Mtra. Fátima Fernández Ch. afirma “ los industriales de radio y t.v. se quejan de la intromisión del Estado en asuntos particulares, sin admitir que ella (dicha injerencia) no es, de ninguna manera una oposición fundamental a sus intereses sino una modalidad del juego político, en la cual la industria privada es, en última instancia, favorecida”.(57)

Hasta aquí, podemos decir que, si bien los industriales de los medios electrónicos pueden desafiar al gobierno tampoco pueden desobedecerlo totalmente. Allí es, pues, donde se establece el falso y real equilibrio de fuerzas: al gobierno no le conviene en lo absoluto agredir al grupo detentador de los medios audiovisuales y a éstos les va mucho mejor si se alían con el Estado.

Este período gesta, por otra parte, un hecho trascendente y positivo que permeará toda la década de los 80 y fundamentalmente su segunda mitad; estos es, la presencia activa de la sociedad civil en la vida de la nación.

Al respecto la investigadora Fátima Fernández Ch. apunta, que, si “durante largo tiempo se sostuvo la necesidad de fortalecer el aparato estatal de difusión ante la embestida feroz de los industriales de la radio y la televisión. Hoy cuando han pasado 20 años de retórica gubernamental en pro de una comunicación social diferente y cuando los hechos sólo registran la consolidación del modelo informativo instalado en México hace 70 años, resulta evidente que el fortalecimiento debe buscarse en las organizaciones sociales y que el problema no puede seguirse planteando como un asunto de comunicación social, sino como un fenómeno que incide directamente en la cultura nacional”. (58)

(57) *Ibidem*, pág. 108.

(58) *Ibidem*, pág. 10.

De ahí, que la constante que se mantendrá en el terreno de los medios de difusión durante la década de los 80 y que tendrá mayor eco al finalizar dicho periodo, será una movilización de las organizaciones sociales en la búsqueda de canales de expresión y participación propios. Todo esto gracias a la conciencia adquirida por las organizaciones de ciudadanos en el sentido de que los vehículos culturales, educativos, recreativos y politizadores más importantes de hoy, deben ser operados democráticamente por la sociedad.

Al llegar la década de los ochenta tres hechos permearon este periodo:

Primero, tras la coyuntura de entrenamiento (1960-1970-1976) entre el gobierno y los concesionarios (principalmente la televisión privada) esta desembocó, a mediano plazo (1983-1988), en un compromiso mutuo entre ambos sectores.

Esto es, ante la imposibilidad del Estado para controlar a los industriales de la radio y la televisión, éste optó por desistir en su intento de incorporarlos a la maquinaria estatal; además en los planes del Estado está el incorporar al país a los cambios internacionales - tales como la globalización mundial del comercio y la instauración del modelo económico mundial llamado neoliberalismo- para lo cual requiere del apoyo de los medios. De ahí, que su actitud dejó de ser de enfrentamiento. Prueba de ello, es el apoyo brindado por el Estado para que los medios se modernicen tecnológicamente y estén a la altura de las circunstancias de las llamadas sociedades modernas (telefonía celular, comunicación vía satélite, empleo de la computadora, etcétera).

Segundo, mientras lo anterior se fragua, la sociedad civil tras años de inmovilidad y apatía vio en los ochenta consolidar su presencia en la vida de la nación, principalmente al final de este lapso (1980). La fuerza, madurez, organización de dicho cúmulo de individuos irrumpió en los escenarios económico, político y social, cuestionando como nunca la actuación del Estado y el de los medios de comunicación en el acontecer del país. Además, se hizo patente conforme avanzó la década la inconformidad por las relaciones entre Estado y medios, así como su contradictorio pero evidente distanciamiento de estos hacia la población.

Los argumentos vertidos en el conflicto entre gobierno y medios fueron retomados por diversos sectores de la sociedad, interesados en la problemática de los medios, y quienes los analizarán, para posteriormente verter una serie de propuestas que contribuyan a la democratización de dichas instituciones comunicativas.

En cuanto al papel de los medios en la segunda mitad de los ochenta “ éstos mostraron una incapacidad total para desenvolverse en el escenario de una población demandante de información, y de sectores de opinión que analizan y discuten el papel de los órganos de información que, de jueces, han pasado ha ser debatidos y cuestionados por buena parte de la sociedad ...si bien al final de este periodo los medios de comunicación intentan ya, de alguna manera, sacudirse del marasmo en que se encontraban sumergidos, y sin rumbos claros. Casi a tientas, buscan insertarse en una nueva dinámica de convivencia social y política la cual no acaba de enseñarnos cabalmente su perfil ”. (59)

Independientemente de lo anterior, la tendencia que aún domina es la de un sistema de medios ceñidos (no en poca ocasiones por voluntad propia) a la lógica y a los intereses de la burocracia política que ocupa el poder.

En cuanto a la actitud que muestra el Estado mexicano hacia los medios, éste ha visto en las principales instituciones de comunicación masiva a una “caja de resonancia” de suma utilidad para la consecución de sus fines.

Ante este cuadro poco favorable para la sociedad, diversas voces reclaman cambios profundos en la estructura de los medios, principalmente en los caminos que den cabida a los diversos sectores sociales y fundamentalmente en la transformación de los contenidos que difunden los medios masivos de comunicación en México.

Para esto, distintos intelectuales y críticos de los mass-media, han hecho una serie de propuestas tendientes a democratizar a dichos vehículos de comunicación con el fin de hacrlos avanzar al ritmo que la sociedad civil desde 1985 ha impuesto. A continuación, algunas de las propuestas más sobresalientes.

- a) Mayor acceso a las voces no alineadas dentro de los medios
- b) Pluralidad en el análisis y tratamiento de los hechos.
- c) Reglamentar el derecho a la información
- d) Otorgar espacios a la sociedad civil. (60)
- e) Avanzar en la certificación de los tirajes de los medios impresos y en la creación de un organismo autónomo certificador de los mismos.

(59) Pablo Huriart. Medios, democracia y fines, “ Característica de los medios. La pluralidad en la comunicación”,pág.88

(60) José Woldenberg. Medios, democracia y fines, “De la pluralidad en los medios”,págs 22-23

- f) Empezar una reforma ética que establezca compromisos definidos de los medios de comunicación para con sus públicos.
- g) Auspiciar una mayor participación de la sociedad, dando cabida al derecho de réplica y a la participación de la audiencia en la programación.
- h) Y, no menos importante, fomentar condiciones laborales que establezcan garantías para un ejercicio profesional de los comunicadores. (61)
- i) Formular una Ley Federal de Comunicación Social y su reglamento que, de acuerdo con las necesidades y proyectos nacionales, norme la actividad de los diferentes medios prensa, radio, t.v., cine y nuevas tecnologías, así como lo relativo a la publicidad y a la propaganda.
- j) Modificar el criterio de otorgamiento, refrendo y revocación de concesiones de radio y televisión.
- k) Restringir las prácticas monopólicas en radio y televisión.
- l) Dar un uso social a la modalidad del tiempo estatal en los medios electrónicos, para abrir espacios permanentes de discusión de los asuntos de interés nacional; utilización del 12.5% en radio y t.v. del que dispone el Gobierno Federal, no sólo para campañas gubernamentales, sino también en apoyo de ciudadanos y organizaciones civiles, garantizando una distribución equitativa e imparcial; y revisión del régimen fiscal de los concesionarios.
- m) Exigir que se suprima los mecanismos directos y velados de censura y control que operan en los mass-media provengan de instancias gubernamentales, privadas o sociales (62)

- (61) Norma Meraz Domínguez. "Corresponsabilidad del Estado y medios", Revista Mexicana de Comunicación, agosto-octubre de 1995, núm 41, pág 24
- (62) Comunicadores por la democracia. "Para democratizar la comunicación", Revista Mexicana de Comunicación, agosto-octubre de 1995, núm. 41, pág 25

2.2. LOS OCHENTA: EL “NUEVO BOOM” DE LA RADIO

2.2.1. EL SISMO DEL 85 Y LAS ELECCIONES FEDERALES DE 1988

La segunda mitad de la década de los ochenta es señalada como la fecha en la que la sociedad civil emerge, después de su largo letargo e inactividad, como actor importante en la vida de la nación. Si ya a fines de los 70 se comenzó a acuñar el término sociedad civil, es en este período (1985 en adelante) cuando tomó forma en las diversas organizaciones civiles de ciudadanos. Para el periodista Miguel Ángel Granados Chapa (*) - quien fue entrevistado para el presente trabajo de investigación - “1985 y 1988 muestran un avivamiento de un importante sector social, la clase media urbana, que se puso en marcha, que se puso muy activa”. En esos años, la sociedad civil de la capital manifestó un alto grado de organización y de movilización autónoma.

Durante las 72 horas subsiguientes al terremoto, como señala el cronista urbano Carlos Monsiváis en su libro Entrada Libre: Crónicas de la Sociedad que se Organiza, la sociedad civil ‘tomó el poder’ del que paulatinamente iría siendo desplazada en las semanas siguientes por las instituciones públicas.

Los sismos del 19 y 20 de septiembre, además de causar la zozobra de la población y cuantiosos daños materiales, reveló y abrió la brecha existente entre los habitantes de la ciudad y su estructura de gobierno. Esto es, “quedaron a la vista los valores de la sociedad mexicana en su conjunto frente a la pesada, autoritaria y dogmática maquinaria oficial que la dirige...”(63)

Pero a pesar de dichos resultados - de los que a la postre se tomó conciencia - pasado los primeros momentos del siniestro, “la sociedad dio muestra de una activa participación solidaria jamás vista con tal fuerza, organización y desinterés; es decir, una organización inteligente, creativa, antiburocrática, con un único objetivo: salvar vidas y atender a los que necesitaban ayuda. Una organización que no necesitó de procedimientos escritos; sin planes ni programas; sin presupuestos; sin flujos ni diagramas de comunicación”,(64)

(63) Citado por Ignacio Rodríguez Zárata, Perfiles del cuadrante, “Participación social en las emisiones radiofónicas”, pág.277.

(64) Ibidem.

(*) Entrevista realizada por el autor de la presente investigación en el I.F.E el 30 de octubre de 1996.

El resultado: una organización notablemente eficiente y con una actitud honrada, incapaz de realizar ningún acto de pillaje ni de abuso a los afectados

En cuanto a la estructura de comunicación social que detenta el Estado - como se sabe al servicio de intereses muy concretos - " se vio rebasada por el testimonio de quienes eran testigos directos de los hechos, además de que brilló momentos después de los acontecimientos por su ineficacia y obsolescencia".(65)

Por lo que respecta a los diversos sectores que integran la sociedad - principalmente de aquéllos que se vieron afectados por los sismos - siguieron con gran interés las declaraciones de los funcionarios públicos. De estos últimos se esperó respuestas con sencillez, claridad y honestidad. Pero al recibir otros mensajes distintos, la población adquirió un profundo sentido crítico, sobre todo entre los miles de jóvenes que trabajaron en las labores de rescate y quienes registraron las contradicciones puestas al descubierto por el sismo.

Esto es, " ante el vacío deliberado de información o a los intentos por imponer criterios oficiales, la población respondió con un sistema que no dejó espacio para que circularan por la red ni rumores, ni alarmismos, ni consignas, ni demagogia, sino únicamente interpretaciones libres de los hechos. A los intentos de manipular y distorsionar la información para presentarla de acuerdo a los intereses del grupo gobernante, la sociedad opuso un sistema democrático, participativo, antidemagógico y libre".(66)

Ante dichos hechos, habría que destacar el papel tan importante que desempeñó la radio en los primeros momentos del siniestro. Todas las estaciones después de ocurrido el sismo, con excepción de dos o tres, dejaron a un lado la programación normal y trabajaron al servicio de la comunidad. Los anuncios comerciales se suspendieron y la totalidad del tiempo se destinó a dar noticias, hacer entrevistas y también a organizar un operativo de ayuda.

(65) Ibidem

(66) Ibidem

La radio dio cuenta de los hechos y de la magnitud de la tragedia. Se anunció desde muy temprana hora la cancelación de clases en las escuelas, se invitó a la población a permanecer en sus casas y conservar la calma

Las estaciones abrieron sus micrófonos a personas, asociaciones, grupos improvisados de trabajo, voluntarios y a la población en general para que externaran su apoyo a sí como para que éstos llegaran a los lugares más conflictivos. A las puertas de las instalaciones radiofónicas acudieron voluntarios que fueron organizados, según sus conocimientos y disposición, para ser trasladados a las zonas donde pudieran ayudar.

Las autoridades de diversas dependencias públicas (D.D.F., el Metro, Secretarías de Salud, Educación Pública, CREA, etc.) así como centros hospitalarios privados y representantes vecinales, entre otras organizaciones civiles, llamaron por teléfono a las cabinas de locutores, donde fueron entrevistados para proporcionar - en la medida que fuera posibles- información veraz, oportuna y confiable.

Las emisoras paralelamente se erigieron como centro de acopio de víveres y medicinas que, de inmediato, fueron trasladadas a los sitios que se requerían.

“Las pérdidas económicas que representó dejar de transmitir anuncios comerciales fueron absorbidas por ellas mismas. Locutores y el personal en general trabajaron turnos extras sin pretender recibir por ello pago correspondiente”.(67)

Cabe mencionar que ante la pérdida de la energía eléctrica, en grandes zonas de la ciudad, dificultó que la población se informara por medio de la t.v. por lo que recurrió a la radio de baterías. Además, la radio a diferencia de la t.v., no interrumpió sus transmisiones gracias a que cuenta con planta de luz propia lo que les permitió continuar con su trabajo. Agregaremos que los daños sufridos por este medio fueron mínimos no así en los de la televisión que la imposibilitaron para emitir su señal.

(67) *Ibidem*, pág.278.

LAS ELECCIONES FEDERALES DE 1988

Por su parte, 1988 rindió cuenta de dos fenómenos sociales tan devastadores como lo fue el sismo de 1985. En lo social, la consolidación de los movimientos urbanos en manos de la sociedad civil y, en lo político, el derrumbamiento del sistema político mexicano a manos de los primeros.

Las elecciones presidenciales de 1988, como lo señalan diversos estudiosos del tema, marcaron un rompimiento en la sociedad política. Esto es “ de ser monolítica, concentradora y prácticamente unipartidista durante décadas (1929 PNR-PRM-PRI 1995), en 1988 sufrió un ruptura. De la concentración, en la que, incluso, participaban aquéllos que eran considerados como partidos de oposición (PAN,PARM,PPS), se pasó a la dispersión, justamente por que fue la familia revolucionaria (integrada en el PRI) la que se disgregó (FDN-ADN), y se unió a una izquierda tradicional, también fracturada y en constante escisiones. A esto hay que agregar un elemento clave en el proceso de ruptura: la pérdida de credibilidad de la sociedad civil en la sociedad política”.(69)

En este sentido, la clase gobernante de un estado de concentración política que por años había perdurado pasa como consecuencia de la evolución de los actores a una etapa de dispersión

(68) Juan José Bravo Monroy. Perfiles del cuadrante, “Repercusiones de la información radiofónica: el sismo de septiembre”, pág.144.

(69) Rafael Reséndiz Rodríguez “Los medios mexicanos en la transición democrática”, Revista Mexicana de Comunicación, agosto- septiembre de 1994, núm.36, pág.32

Por lo que respecta al papel de la sociedad civil en la vida de la nación, hasta antes de 1985, los mecanismos y espacios de participación estaban clausurados casi en su totalidad por la fuerza concentradora de la clase gobernante. Sólo de manera espontánea las organizaciones civiles se habían manifestado y dado muestras de su despertar a finales de los 60 y parte de los 70. Pero no es sino hasta el 85 con el terremoto, cuando las instituciones estatales demuestran incapacidad organizativa y movilizadora, y es cuando la sociedad civil de la capital desplaza y rebasa a las instituciones gubernamentales.

El efecto se vuelve a repetir en 1988, durante y después de las elecciones presidenciales, con movilizaciones que no se habían visto desde hacía 20 años. Además, en ese año esta sociedad, ahora a nivel nacional, vuelve a manifestar su voto de censura a la reinante clase política. La oposición obtiene una representación significativa como segunda fuerza política. Las figuras de representación en las que la sociedad civil cobra forma son: las diferentes asociaciones independientes de colonos, campesinos, obreros, organismo civiles no gubernamentales, etc.

Un tercer actor que tuvo una participación importante en dicho fenómeno social fue la comunicación y sus instituciones en la cobertura del fenómeno democrático de 1988.

En este sentido, es importante mencionar que “ la presencia de los aparatos de comunicación masiva en los procesos electorales, particularmente -aunque no exclusivamente- en las llamadas democracias liberales, se ha incrementado substancialmente en las últimas décadas. No hay prácticamente proceso electoral de cierta magnitud que prescindiera de los medios de comunicación colectiva. Hoy en día, es evidente que para que un partido tenga un buen impacto en el electorado, debe, en gran medida, delinear una estrategia de comunicación política”.(70)

Así fue el caso de las elecciones presidenciales ocurridas en julio de 1988 en donde los medios de comunicación tuvieron una participación activa en la cobertura de dicha campaña. Este hecho que no significó una participación profesional y democrática de parte de dichas instituciones (fundamentalmente la t.v.) en dicho evento nacional.

(70) Pablo Arredondo Ramírez Medios, democracia y fines, “Los noticieros de televisión y la sucesión presidencial de 1988”, pág.47.

Si en 1985 la radio tuvo una labor destacada tras las consecuencias del sismo; 1988 vio en la t.v. privada al principal medio propagandístico de comunicación, quien iniciadas las campañas por los diversos partidos y candidatos hizo del candidato oficial su candidato

Carlos Monsiváis comenta al respecto "la televisión comienza a dar muestras de parcialidad y apoyo al candidato oficial. Tanto la t.v. privada como pública se consagran a construir la imagen del candidato Carlos Salinas de Gortari, entrevistado reiteradamente, seguido en cada paso exaltado por cada uno de sus discursos. Y de la misma manera se elimina al máximo la presencia de sus adversarios. Clouthier o Cuahutemoc aparecen solos o rodeados por dos o tres fieles, mientras que el candidato del PRI es el centro de todas las multitudes, todo ensayado, todo teatralizado, todo tan costoso como inútil". (71)

La manipulación se hace presente. Se insiste en presentar a la oposición como peligrosa, subversiva, "bárbara"; sólo se le concede el tiempo de respuesta de los programas de partidos políticos, en horarios infames y sin apoyo alguno de producción

Minimizadas, ignoradas, invisibilizadas cuando se puede por los medios, Cuahutemoc Cárdenas y Manuel Clouthier actúan "a la antigua" en mítines, marchas, visitas a pueblos y colonias, intervenciones ocasionales en radiodifusoras, entrevistas fugaces en t.v.

Esto debía bastar, según Carlos Monsiváis, para volverlos figuras borrosas, muy secundarias, aunque no sucedió así. Por el contrario, el arrinconamiento de los medios electrónicos contribuye nacionalmente a la credibilidad de la oposición y se pone en evidencia que la sociedad ya no cree en todo lo que los medios le dicen sino por el contrario la sociedad se vuelve más analítica, crítica y participativa. (72)

A continuación citaremos algunas de las maniobras implementadas por la televisión en apoyo del candidato oficial:

* Se informa de paso, sin apuntar imagen alguna y dando cifras obviamente disminuidas, de las campañas del cardenismo en diversos puntos de la República (Michoacán, Veracruz, Morelos y Estado de México), y de las campañas del PAN en el norte del país

(71) Carlos Monsiváis. " Comunicación, cultura política y democracia", Revista Mexicana de Comunicación, julio-agosto de 1990, núm.12 pág 16

(72) Ibidem.

- * Se alude apenas a las grandes concentraciones cardenistas en el zócalo
- * No se da noticia de las numerosas ocasiones en que Manuel Clouthier se le niega el uso de estaciones radiofónicas
- * Se minimiza el gran mitin cardenista en Ciudad Universitaria con 100 mil estudiantes, que Televisa reduce a diez mil agitadores conducidos “ por el fósil Imanol Ordorica”, etc. (73)

Así y aún después del tradicional bombardeo de los medios de comunicación, exaltando el perfil y las bondades del candidato presidencial del PRI, éste consiguió una votación adversa con la que en su momento se cuestionó seriamente la legitimidad del gobierno instaurado. La oposición política, en cambio, aunque tuvo en su contra a la mayoría de los medios de comunicación logró un avance significativo en el panorama político.

De entre las muchas sorpresas que produjo el proceso electoral de 1988 habría que incluir la polémica pública generada por el manejo informativo de la televisión. Insuficiente cobertura, manejo sesgado de la información e incondicionalidad de la t.v. con el partido oficial fueron temas recurrentes en las campañas de los partidos opositores.

Obviamente eso no era una novedad, la actitud de la t.v. privada y estatal era predecible a todas luces. Sin embargo, el contexto político electoral de 1988 poco tenía que ver con las “apacibles” campañas electorales de otros tiempos. Estas elecciones presentaban un panorama lleno de innovaciones:

- * Designación de un candidato oficial cuestionado por diversos grupos y sectores corporativos del aparato gubernamental priísta.
- * Rompimiento de la unidad del partido gobernante y surgimiento de una disidencia encabezada por el heredero de uno de los símbolos más importantes de la posrevolución (Cárdenas).
- * Aglutinamiento de los partidos paraestatales y aún de la izquierda en torno a la disidencia priísta.
- * Fortalecimiento de la derecha electoral y un crecimiento sustancial de la participación de las clases medias en favor del proyecto panista

(73) *Ibidem*.

* Unificación en diversas corrientes de izquierda.

* Pero sobre todo, una extendida inconformidad popular ante seis años de políticas gubernamentales de austeridad; es decir, un sexenio ininterrumpido de crisis económica (1982-1988)

* Todo ello sin contar con el desgaste natural de seis décadas de dominio permanente y absoluto del partido en el poder, con sus consecuentes manifestaciones de corrupción, ineficiencia administrativa, represión política, cerrazón informativa, etc. (74)

Este nuevo contexto político significó, inevitablemente, un reto para las pretensiones informativas de la televisión, más para aquella organizada bajo el principio de iniciativa privada que para la controlada directamente por el aparato gubernamental “...sobra señalar que esta última ha sido tradicionalmente identificada en su labor informativa como un simple instrumento propagandístico de la administración en turno”. (75)

En lo que respecta a la televisión privada, sus confesiones de fe priísta de los máximos dirigentes de Televisa eran públicas desde hacía muchos años; para entonces el descontento popular no había adquirido las proporciones del sexenio de la crisis y, por lo tanto, pudieron pasar desapercibidos para un amplio sector de la población. No obstante, a raíz de los procesos electorales de 1988, la situación tomó un nuevo significado, lo que obligó en parte a definir públicamente la postura del monopolio de t.v. privada.

En junio de ese año, un portavoz de la empresa Televisa declaró, en un arranque de honestidad, lo siguiente:

“La militancia en el PRI de los dirigentes de la compañía le da a esta política (informativa) un tinte en cuanto a simpatías... Nuestros comentaristas interpretan y ubican las noticias con toda confianza de la empresa de acuerdo a nuestra tendencia política, porque todo manejo informativo lo tiene” (76)

(74) Pablo Arredondo Ramírez. Op.Cit, págs.55-56

(75) Ibidem.

(76) Ibidem, pág 57.

Ante este panorama, las elecciones federales de 1988 evidenciaron que los espacios informativos de la televisión mexicana han operado al margen de la misma doctrina liberal a la que discursivamente refieren en los tradicionales festejos a la libertad de expresión, y en las reuniones anuales de los empresarios del ramo.

Parcialidad, desequilibrio y en ocasiones hasta dolo fueron evidentes en la cobertura de un acontecimiento político de incomparable magnitud en nuestra historia contemporánea

El periodista Eduardo Torreblanca Jacques comenta que “ El comportamiento de la televisión mexicana en los últimos años ha sido no sólo pobre sino lamentable... y no sin razón se afirma que la gran perdedora durante los pasados comicios de julio de 1988 fue la televisión nacional” (77)

De ahí que dicho año marcó el inicio de un enorme descrédito que la población mantiene hacia los trabajos de la pantalla chica del país. En este sentido, el deterioro de la televisión en México se gestó en la medida y en la velocidad en que la sociedad se hacía más plural, más exigente, en la medida en que probaba el sabor amargo de la crisis económica.

Si bien, “ la televisión no trabajó acorde con la nueva dinámica social del país a la que se ha hecho referencia, es porque resultó más cómodo mantener obsoletos paradigmas y viejos mecanismos del quehacer televisivo, que caracterizan a la inercia del conservadurismo”.(78)

Así, la insatisfacción que segmentos mayoritarios mostraron ante el trabajo televisivo electoral durante 1988 es, pues, producto de décadas de inmovilidad, cerrazón, oficialismo del medio, de resabios y de resistencia al cambio que la sociedad ha marcado.

(77) Eduardo Torreblanca Jacques. Medios, democracia y fines, “Por una democracia con televisión”, pág.288

(78) Ibidem.

Ante dicha evidencia, no se descubre nada nuevo cuando se afirma que “ radio y televisión (fundamentalmente esta última) no solamente fueron parciales al informar de las campañas en curso, sino que inventaron a su gusto un país inexistente .si uno siguió el proceso electoral por esos medios, en México se realizó una campaña apabullante que trajo la atención y adhesión del conjunto del país, esa era la campaña del PRI, y a sus flancos existieron candidatos, partidos y programas solamente testimoniales, simbólicos, sin arraigo y sin poder de atracción .” (79)

No fue casual que los partidos políticos, sus candidatos y seguidores, pusieran en el centro del debate la cuestión de los medios de difusión. Además se apunta que lo menos importante resultó ser la participación de los medios de información en dicho evento nacional “los mass-media en general, estuvieron detrás de la ciudadanía, de los partidos, de la maduración política nacional y no sostuvieron los pocos avances que hubo, sino incluso los frenaron” (80)

Años de miopía política, de férreos intereses comerciales, de sometimiento voluntario a la clase política que detenta el poder, impidieron que los medios electrónicos cumplieran con su parte en el fortalecimiento de la democracia en el pasado reciente.

Ahora el reclamo es casi unánime. Ampliar los cauces democrático del país y garantizar que la televisión mexicana, sea parte de este concierto.

(79) José Woldenberg Op.Cit.,pág.22

(80) Carlos Castillo Peraza Medios, democracia y fines, “ Información y procesos electorales”, págs 84-85

APERTURA Y CERRAZON EN LOS MEDIOS: 1985 A LA FECHA.

Ante este panorama entre medios, sociedad y vida política han sucedido importantes cambios, los cuales han reportado avances y retrocesos en los diferentes actores y sectores de la vida nacional.

Los medios de comunicación, en particular, han registrado transformaciones importantes en demasiada sintonía con los adelantos en el ejercicio del poder político. Si bien todavía son insatisfactorios, el hecho es que han comenzado.

PRENSA

“Así de 1968 a la fecha principalmente después de la segunda mitad de la década de los ochenta, un considerable número de medios impresos han tendido hacia la pluralidad y el profesionalismo. Aunque las relaciones prensa-gobierno continúan siendo oscuras y difíciles”. (81)

Pero la mayoría han abierto sus espacios. Los más recientes nacieron con la idea de la pluralidad; entendieron unos y otros - las instituciones de comunicación impresas - que la mayoría pide otro tipo de información, una más atenta a lo que pasa en la sociedad.

Así lo demuestra “ el surgimiento de nuevos proyectos editoriales en los últimos 15 años; alejados tanto del oficialismo como de los grandes consorcios privados, la apertura de las páginas editoriales de los diarios tradicionales; la mayor aceptación (aunque todavía inequitativa) de fuentes informativas diversas; la competencia entre los propios medios impresos y revistas que han tenido un impacto positivo en la prensa”.(82)

Pero si los medios impresos experimentaron un avance en este camino se debe a dos factores: “ la preferencia de la clase gobernante por la televisión como medio primordial para acceder a una gran parte de la sociedad civil y; la incuestionable disminución del número de lectores de periódicos”. (83)

Sin embargo, la relativa y escasa cobertura de cada uno de los diarios, su dependencia económica respecto al gobierno y las grandes empresas privadas, siguen gravitando negativamente sobre sus posibilidades de independencia

(81) Rafael Reséndiz Rodríguez Op.Cit.,pág.33.

(82) José Woldenberg Op Cit.,pág.19

(83) Rafael Reséndiz Rodríguez Op.Cit.,pág 33

Miguel Angel Sánchez de Armas (*) - conductor del noticiero radiofónico matutino "Perfiles de la Noticia" de Grupo Radio Centro - en entrevista señala al respecto " la prensa capitalina con excepciones es una prensa plana, chata. Si se revisa la gama de publicaciones periódicas, así, una oferta informativa real, es poca. Son muy parecidos los periódicos; son de bajo tiraje; son realmente caros, hay gente que no podría adquirir los 4 o 5 que hay que leer (y quién lee tal cantidad) si uno quiere estar realmente informado todos los días.

"Su contenido tiene poco control editorial y de calidad. Existen las excepciones en donde se ofrecen más análisis, desglose, interpretaciones, punto de vista de noticias o de hechos que la gran mayoría de la población ya supo por la televisión en la tarde, o por las emisiones radiales del día anterior y de ese mismo día en la mañana.

"Así, el papel del periódico que debiera ser un papel analítico; que abundara más en la información; que proporcionara más puntos de vista; que presentara posibles significados finalmente es un papel con las excepciones que no ha realizado".

Raúl Trejo Delarbre (**) - Director del Semanario Étcótera - abordado para la presente tesis de licenciatura apunta que si bien " la prensa sirve mucho más que otros medios para la reflexión, pero es un medio de élites, de minorías en la Ciudad de México".

No obstante, en comparación con los otros medios, principalmente con la t.v. privada, resulta espectacular la permeabilidad que existe en diarios y revistas. Prácticamente no hay tema vedado ni corriente de opinión pública que no encuentre eco en estos medios. Prueba de ello son las " diversas fuentes de información, enfoques distintos y encontrados, jerarquizaciones varias entorno a las noticias, rastreos propios, pueden encontrarse en forma regular en las páginas de nuestra prensa".(84)

(84) José Woldenberg Op.Cit.,pág.20.

(*) Entrevista realizada por el autor de la presente investigación en su oficina particular el 24 de septiembre de 1996.

(**) Entrevista realizada por el autor de la presente investigación en el Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM el 25 de septiembre de 1996.

TELEVISION

En cuanto a la televisión, el medio de mayor preferencia a nivel nacional, es el que menos progresos ha manifestado y, por el contrario, se haya relegado como el medio de información de menos credibilidad y apertura democrática

Alma Rosa Alva de la Selva - catedrática de la ENEP ACATLAN, autora del libro Radio e Ideología y coautora del texto Perfiles del Cuadrante - cuestionada al respecto señala tajante "... eso es claro y no es muy nuevo. Ya desde hace varios años se tiene esa consideración. En la prensa siempre ha existido mayor diversidad, pluralidad, credibilidad, apertura. Ahora la radio se suma y la televisión se resiste".

Esto no extraña a nadie, pues como se sabe la televisión concesionada - T.V. Azteca (de reciente privatización) y Televisa (esta última con relaciones estrechas con el poder político) - mantienen una actitud intolerante de sujeción absoluta y voluntaria frente a la clase gobernante. De ahí, que este espacio amplio de comunicación política y social sigue prácticamente cerrado a las voces e imágenes de la pluralidad, a pesar de incidir en la atención de los espectadores que no son otros que los propios miembros de la sociedad civil.

Parecerá paradójico, pero los medios impresos, que tienen un espacio restringido de comunicación política, son aquéllos que manifiestan un nivel importante de apertura. Por el contrario, los medios electrónicos como la televisión, con un espacio amplio de comunicación política, cierran la información, la manipulan y la clausuran para objetivos particulares

De vez en cuando modifica su unilateralidad pero, por lo general, sigue siendo inaccesible para muchas voces de una sociedad que, por lo tanto, permanece como espectadora y no como agente participante en el medio de difusión de más audiencia

RADIO

En cuanto al papel del segundo medio electrónico de información, la radio, al igual que el medio de comunicación escrito y a diferencia de la televisión, ha abierto sus espacios de comunicación.

Para Raúl Trejo Delarbre este período (1985-1995) muestra en el medio radiofónico un repunte en lo informativo. "La radio ha mostrado una mayor apertura política, hay mayor incorporación de contenidos informativos, algo de discusión, de reflexión, más programas de servicios. No estoy seguro de que haya un viraje de la radio; hay una nueva sintonía de la radio de acuerdo con las preocupaciones que hay en la sociedad... pero no a las de carácter social y político, sino a las más inmediatas la información del clima, la contaminación, el tránsito. No es casual que las estaciones más taquilleras, con más éxito comercial y con mayor audiencia destinen más recursos a este tipo de servicios".

Cabe mencionar que el espacio ganado en el cuadrante se debe, en gran medida, a la generación de un sentido amplio de la comunicación política así como al debate entre actores contrarios, llámese partidos político, asociaciones civiles, grupos privados, intelectuales, etc. si bien persisten los vicios de la "radio sinfonolera", es un hecho que, hoy por hoy, existen espacios de debate plural con amplia cobertura, que indiscutiblemente han equilibrado la oferta radiofónica, caracterizada por la venta de espacios musicales

Ahora, si uno enciende su radio encuentra una amplia gama de opciones informativas, programas de opinión, análisis y de debate. Incluso en medios gubernamentales (Radio Educación e IMER) podemos oír voces ~~independientes~~. Nombres de periodistas como Cristina Pacheco, Verónica Rascón, Verónica Ortiz, Javier Solorzano, Miguel Angel Granados Chapa, José Gutiérrez Vivó, Francisco Huerta, Tomas Mojarro, José Cárdenas, Pedro Ferriz de Con entre otros están presentes en las emisiones informativas del cuadrante. Incluso la radio en medio de la recreación ha dado oportunidad a artistas e intelectuales como Marcial Alejandro, Froylán López Narváez, etc.

Muchos de los periodistas de prensa (escrita) han transitado hacia la radio hablada, como comenta en entrevista el Mtro. Romeo Pardo - catedrático e investigador de la UAM Xochimilco y especialista en el área de radio comunitaria - . Programas como los de Paco Huerta, Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con, cada vez utilizan más a periodistas de prensa escrita para hacer comentarios en radio. Por ejemplo, algunos columnistas como Miguel Angel Granados Chapa (conductor de Plaza Pública en Radio Universidad), Carlos Ramírez (quien por algún tiempo trabajó en el Sistema Radiópolis de Televisa conduciendo un programa periodístico), etc., tienen espacios informativos en el dial capitalino..."

La apertura en unos : los impresos y radiofónicos; y la cerrazón en otros, los televisivos, tienen sus premios y castigos. Los primeros logran credibilidad y ven aumentar sus tirajes y el número de receptores. Los segundos son puestos en tela de juicio y lejos de ganar auditorios ven alejarse a sus televidentes. Y es que ya nadie atiende con precisión lo que se presenta en una pantalla con gran desprestigio y posiciones unilaterales.

Si esto es ya un avance, no es todavía la aparición del contrapeso deseado, del estímulo necesario, de la aportación a una democracia real. Es preciso que los medios vayan más lejos y más afondo, pero no es únicamente problema de los medios sino de la sociedad en su conjunto.

El Mtro. Romeo Pardo (*) señala al respecto “ creo que necesariamente la apertura de espacios informativos (en los últimos 10 años en la radio) equivale a ciertas formas de democratización, no la deseada, pero sí es una forma que ha permitido ventilar más otros temas. Si a eso le pudiéramos decir democratización, aunque mínima, pues todavía no hay una participación más activa del público - que sería la verdadera democratización - que el público pasara de radioescucha a radioparticipante”.

(*) Entrevistado por el autor de la presente investigación en la UAM-Xochimilco el 8 de octubre de 1996.

2.2.2.LOS PROGRAMAS INFORMATIVO/ NOTICIOSOS.

Sobre los espacios informativo-noticiosos existentes en el cuadrante radiofónico de la Ciudad de México, es pertinente destacar lo siguiente: la evolución que han manifestado en los últimos doce años (1985-1997) así como la presencia adquirida en el medio radial.

La radio en el contexto de los medios de comunicación es, sin duda alguna, el que más dinamismo ha demostrado concretamente en el ámbito de la información - apunta el periodista Miguel Angel Sánchez de Armas - . Los espacios dedicados a la información específicamente han crecido en una forma no sólo exponencial, sino en una forma muy acelerada. Pero además se han presentado como lo que puede ser la verdadera opción para tener una sociedad más informada.

Entrevistado al respecto Raúl Trejo Delarbre señala que “ el medio radiofónico ha consolidado una presencia como fuente informativa importante, sobre todo, eso es evidente, por la capacidad de propagar acontecimientos con rapidez. Diría que de un medio de entretenimiento, la radio se consolidó como fuente de información en estos años (1985-1995), ya lo era desde luego antes (pero no con la fuerza actual). Por una circunstancia, la radio demostró que ofreciendo noticias podía hacer negocio, fenómeno que no había ocurrido antes en México”.

En la primera mitad de la década de los ochenta la música grabada y los anuncios comerciales son un elemento básico en la programación radiofónica, particularmente, porque representan una vía fácil para asegurar ganancias. De ahí, el saldo desfavorable para la información radiofónica, que - en términos generales - no ocupa un lugar relevante en la programación del medio, pese a que más del 80% de las radiodifusoras que operan en la capital del país cuentan con algún servicio noticioso.

Prueba de ello, son los escasos márgenes de tiempo para la transmisión de noticias - con duración de 3 a 5 minutos y en el mejor de los casos de 14 a 15 min.- con lo que se pretende tener “bien informado” al escucha.

En este lapso como comenta José Luis Gutiérrez Espíndola “ es poca la gente que sintoniza la radio con el objetivo expreso de escuchar un noticiero; en este sentido, es generalizada la tendencia de la gente en cambiar de estación en busca de música cuando éstos inician. Los noticieros casi siempre se oyen cuando irrumpen entre la música y los comerciales, pero muchos son tan breves que es poco factible que el radioescucha se entere, en términos mínimamente razonables, del acontecer sociopolítico y económico”. (85)

La información, en este sentido, presenta problemas de descontextualización; es decir, “ se abstraen los sucesos de las condiciones en que surgieron, haciendo de lado las situaciones involucradas en ello y desubicándoles por completo de las condiciones históricas de las que son inseparables, de ahí que las informaciones adopten un carácter fragmentario y superficial”. (86)

La información presenta un evidente centralismo; esto es, predomina la información originada en la capital del país, mientras que la provincia está ausente. Además, existe una acentuada discontinuidad, pues un hecho relevante pasa en cuestión de días a ocupar sitios secundarios en los noticieros o incluso desaparecen del panorama.

Los noticieros radiofónicos están regidos por una concepción informativa cuantitativa, según la cual la abundancia de noticias en las emisoras es sinónimo de garantía de información completa para el auditorio. Se percibe poca apertura a las expresiones de la sociedad civil, traducido en mayores espacios para el sector oficial.

Vinculado con lo anterior, se observa, en buena parte de los concesionarios, una ausencia de vocación de servicio público y ninguna necesidad de plantear alternativas. De ahí, que la información que debiera jugar un papel importante en la formación de una sociedad enterada, consciente y participativa ocupe un lugar marginal en la radio.

(85) José Luis Gutiérrez Espíndola. Perfiles del cuadrante, “información radiofónica el mundo en tres minutos”, pág. 149.

(86) Alma Rosa Alva de la Selva. Radio e ideología, pág. 71.

Los noticieros están pensados más en función de quienes declaran que de los destinatarios de la información. Los noticieros operan más como portavoces de aquellos núcleos (político, industriales, comerciales, financieros, etc), que como puentes de genuina comunicación entre gobernantes y gobernados o como expresión de los hechos que protagonizan estos últimos. (87)

La investigadora Alma Rosa Alva de la Selva comenta en entrevista que "...son grupos muy reducidos los que continúan controlando a la radio. Son en muchos casos, no en todos, pero si en los más importantes grupos de radiodifusores que tienen nexos con la burocracia política. Hay una retroalimentación, una simbiosis... muchos de estos espacios informativos creo que tienen cuenta esos vínculos. No puedo decir que respondan automáticamente a tales compromisos, pero por lo menos podría decir que toman cuenta esas relaciones. Y, en innumerables ocasiones tocan los temas (noticia) con cierto cuidado, dado que hay vínculos entre grupos empresariales, gubernamentales, grupos de poder".

Además, están latentes la improvisación y carencia de una visión que valore cabalmente la información. " No menos evidente es que el personal de noticias, en especial los reporteros y redactores, no tienen los debidos niveles profesionales, la capacitación y especialización, que serían necesarios para realizar adecuadamente su labor. Lo anterior explica las numerosas imprecisiones, ausencias, obviedades, contradicciones y hasta francos despropósitos que se localizan en la información radiofónica...Adicionalmente, se recibe la información de la fuente y pocas veces se va más allá, no se pregunta ni se investiga". (88)

(87) José Luis Gutiérrez Espindola. Op.Cit.,pág 163

(88) Ibidem.

Por otra parte, y pese a que los avisos comerciales que se insertan en los espacios noticiosos suelen cobrarse más caros -30% - que el resto , para quienes ven a la radiodifusión estrictamente como negocio, transmitir noticieros no resulta una opción atractiva por lo que implica en términos de infraestructura, contratación de servicios, formación de personal, etc., por lo menos hasta la primera mitad de la década de los ochenta.

Tales hechos explican el por qué la radio como medio de información fue vista con desconfianza y apatía por la sociedad y hasta por los propios núcleos de comunicadores, al grado que estos últimos reconocen que para este tiempo trabajar en la radio significa un desprestigio en su carrera profesional.

José Cárdenas (*) - periodista con más de 27 años de trayectoria en los medios informativos y actualmente conductor de la tercera emisión del noticiario " Al Momento" de Grupo Radio Trece - interrogado al respecto comenta " Soy un hombre que surge de la televisión y, siempre, desde dicho foro menosprecie a la radio, erróneamente. De 10 años a la fecha cuando he podido estar inmerso en la radio, me doy cuenta que, el futuro en la comunicación no es la televisión, es la radio y, seguirá siendo la radio en un país como el nuestro".

Para Pedro Ferriz de Con - titular del noticiario "Para Empezar" con más de 10 años continuos al aire sólo superado por Monitor - " la radio evolucionó más allá de nuestras expectativas; antes yo sólo la veía como un medio para luego subirme a la grande, es decir, a la televisión y que cuando regresara a ella (la t.v.), la dejaría o le daría menos importancia. Pero no ocurrió así; nunca imaginé estar en la tesitura actual: la radio, para mí, es fundamental y el medio secundarios es la tele..." (89)

El panorama que muestran los servicios informativos de la radio en la primera mitad de la década de los ochenta no es muy alentador. Pero no obstante este contexto, los radionoticieros verán en la segunda mitad de dicho periodo un porvenir más prometedor. Los cambios que se avecinan en la sociedad mexicana (y de los cuales hemos dado cuenta con anterioridad) propiciaron un avance significativo en el cuadrante radiofónico.

(89) Elvira García. " Entrevista Pedro Ferriz de Con", Revista Mexicana de Comunicación, agosto-septiembre de 1994, núm.36, págs.44-45.

(*) Entrevistado por el autor de la presente investigación en su oficina particular el 9 -IX-1996.

Interrogada al respecto Alma Rosa Alva de la Selva (*) apunta “podíamos decir que, hasta antes de 1985, la radio tuvo un papel informativo poco relevante, pero que se modificó significativamente a raíz de los acontecimientos de 1985. Y esto, que parece tener un lugar común - por que se cita mucho - el despertar de la sociedad mexicana.

“Creo que surgió de ese suceso una actitud diferente hacia la radio, porque, la radio se comportó de otra manera. Aunque fue muy efímero este cambio, sí se percibió. Entonces, eso dio lugar, a que las audiencias se dieran cuenta que la radio podría funcionar de otra forma. Y, los radiodifusores más sensibles - me parece- hicieron algunas modificaciones en el formato; impulsan la llamada radio hablada, se producen programas de comentario, de análisis y discusión.

“También, en ese sentido, en lo informativo amplían los espacios tratando de responder - repito sólo algunos radiodifusores lo hacen - a las expectativas crecientes de la población, sobre todo metropolitana o de grandes urbes. Sin dejar de ver que el aspecto informativo se está presentando como algo muy rentable...”

Hay que tomar en cuenta - como comenta el autor de esta tesis el Mtro. Romeo Pardo - que la radio tiene casi un 60% o 70% de espacios musicales. Pero es patente que, la radio de AM ha crecido en todo lo que es radio hablada y, en particular, la radio informativa. Debe de haber 15 o 20 espacios radiofónicos de información, de discusión, de mesas redondas, de orientación, de análisis, de reflexión - tan sólo en las mañanas -. Creo que es una especie de resurgimiento de la radio y, una actualización de la radio en términos de las necesidades de la sociedad de la capital .

Para el Mtro. Enrique Velasco Ugalde (**) -profesor por más de veinte años en la UAM Xochimilco y coordinador de la área de radio en la misma institución - “el gran cambio como medio informativo se da a mediados de la década de los 80 cuando el mundo en general y México, en particular, entran en un proceso de fortalecimiento de la sociedad civil.

“Todo esto va marcando como exigencia de esta sociedad civil, como necesidad de sobrevivencia, la información. El estar informado, saber en que escenario social, económico, político, cultural, ideológico, ecológico la gente está parada. La noticia se convierte en una necesidad de salvaguarda de expresión de la sociedad humana ;y se descubre, que la noticia es una mercancía que se puede vender y quien la aprovecha mejor es la radio”.

(*) Entrevistado por el autor de la presente investigación en la ENEP-Acatlan el 6-IX-1996.

(**) Entrevistado por el autor de la presente investigación en la UAM-Xochimilco el 30-IX-1996.

Miguel Angel Granados Chapa al ser abordado para este trabajo opina que " es un papel muy relevante e importante (el de la radio en los últimos años) Siempre ha habido noticias en la radio. Uno de los primeros contenidos de la radio fue el noticioso .. pero especialmente en los últimos tiempos y, debido también, al auge de la movilización de la sociedad, de una porción de la sociedad, se ha hecho un fenómeno generalizado y perceptible: el de la influencia y la animación de la información a través de la radio. Es hoy probablemente el ingrediente más importante en la disseminación de noticias. Se conocen más noticias a través de la radio que de la televisión y los periódicos"

Cabe hacer un paréntesis para señalar que los medios de comunicación han llegado a convertirse en el principal vehículo a través del cual los ciudadanos entran en contacto con el acontecer social - en sus diversas modalidades económicas, políticas y sociales - así como con los actores de los mismos.

Esto es, dependemos de manera creciente de los medios de comunicación masiva para conocer a los actores de los sucesos, ya que aun sin haber cruzado palabra con los testigos directos de los acontecimientos, la mayor parte de nosotros " aprendemos" la realidad de manera indirecta o mediata de éstos. En este sentido, " si en los medios no se expresa la pluralidad o si esta es tapada con distintas medidas, difícilmente puede hablarse de una comunicación democrática plena, puesto que la información que el ciudadano reciba será parcial". (90)

Es por esto de la importancia en el progreso que ha reportado la radio en la apertura de sus espacios informativos en los últimos 10 años. Así, al finalizar los 80 y principio de los 90 darán cuenta de un medio radiofónico mucho más dinámico, evolucionado y comprometido con su quehacer informativo.

Alma Rosa Alva de la Selva comenta "particularmente creo que fue primero la presencia de la sociedad la que empujó a la radio; luego la radio como industria que es encontró la rentabilidad de esta apertura y, no lo quiso llevar a más, también esto es claro, la industria (radiofónica) está dispuesta hasta cierto límite a manejar esta apertura".

(90) José Woldenberg. Op.Cit ,pág 15

Miguel Angel Granados Chapa por su parte expresa “ sí, la transformación del cuadrante radiofónico es resultado de la madurez de la sociedad. Por eso es pertinente haber citado los acontecimientos de 1985 y 1988, que muestran un avivamiento de un importante sector social - la clase media urbana - , que se puso en marcha, que se puso muy activa.

“Creo que las transformaciones en los medios derivan de cambios previos en la sociedad; se requiere de un clima, un “caldo de cultivo” en la sociedad para que los avances en los mass-media puedan resultar más o menos eficaces. Los medios en sí mismo no tienen efectos trascendentales requieren el necesario complemento de una sociedad que tenga condiciones de recibir y emitir mensajes a través de esos medios”.

Estela Livera (*) - conductora de la tercera emisión del noticiario radiofónico MONITOR y con más de 11 años trabajando en el mismo - señala : “ sin duda. La sociedad empujo hacia esta apertura (en el dial informativo), pero no había apertura. La apertura la dieron programas muy específicos como este (Monitor) y, otro muy pequeño como fue el espacio de Paco Huerta, quienes abrieron brecha. Y, lo que hicieron fue canalizar las inquietudes de la población, seguramente siempre ha habido inquietudes, pero no había medios (de comunicación) que les dieran cause”.

José Cárdenas puntualiza “ este desarrollo de la radio ... responde al propio desarrollo de la sociedad. La sociedad que ha madurado, que ha crecido, que se ha hecho más plural, más importante. Al dejar oír su voz ha permitido que haya medios que reflejen las inquietudes y necesidades de la información de la sociedad”.

Esta nueva actitud hacia la radio - impulsada en gran medida por la sociedad y la situación sociopolítica y económica que imperaba a fines de los 80 - comenzó tras las elecciones presidenciales de 1988, pues ante los resultados de dichos fenómenos, los concesionarios tuvieron que decidir entre cerrarse y someterse al oficialismo y desaparecer, o bien, aceptar el reto que impone la nueva situación social. Es decir, abrir y hacer de la radio en lo informativo un medio más creíble y democrático, lo cual implica alejarse del oficialismo y dar cabida a diferentes formas de interpretar la realidad nacional.

(*) Entrevistada por el autor de la presente investigación en las oficinas de Monitor el 8 de octubre de 1996.

Ante tal reto, algunos concesionarios - advirtiendo los cambios y sus posibles repercusiones positivas para el medio en lo económico y político - se adecuaron de forma rápida a la nueva situación, otros por el contrario, indecisos, renuentes y temerosos fueron, poco a poco, aceptando las circunstancias.

Miguel A. Sánchez de Armas comenta al respecto “ la apertura tiene mucho que ver con que descubrieron que era un buen negocio, atrae auditorio. No dudo que haya también vocación de servicio social...”

El catedrático Enrique Velasco Ugalde avala lo anterior y dice “(la apertura en la radio)... responde a intereses mercantiles. Es decir, la noticia comienza hacer un producto. Eso significa que la noticia vende. Y esta supuesta apertura de ninguna manera se basa en un interés social, sino en una rentabilidad económica y, por consecuencia, mayor poder político para los empresarios”.

Miguel Angel Granados Chapa opina al respecto “ creo que los concesionarios no han tenido un particular interés por hacer útil su medio. En buena medida han sido arrastrados por esa actitud social que demanda un cierto contenido en la radio. Y eso empujó - esa demanda social -a un fenómeno de mercado, una competencia, que el público estaba donde se le den noticias confiables. Entonces, las motivaciones de los propietarios del cuadrante radiofónico de la capital tienen menos que ver con la responsabilidad social que con la competencia en el mercado.

“Hay muchísimos radiodifusores que soportan que en sus emisoras se digan cosas que ellos no dirían. Pero como eso lo impone el mercado y, ellos (los concesionarios) son necesariamente fieles seguidores del mercado, se adhieren a situaciones que si estuvieran a su alcance modificar, modificarían.

“El sector radiodifusor es un sector más bien conservador, pero es inteligente. No conserva lo que querría conservar (silencio y nula crítica ante los actos del gobierno) porque la inteligencia le dicta que tiene que sintonizarse con el resto de la sociedad”.

Pero, a pesar que los concesionarios anteponen al desarrollo del dial su interés comercial, esto no ha impedido que, la radio sea vista en los últimos tiempos como el medio electrónico de mayor apertura e importancia en la actualidad, sin demeritar a la prensa que también ha registrado importantes avances. Al ser la radio el medio con mayor alcance, penetración, el de menor costo en la transmisión de sus mensajes, el más difundido entre la población (se habla de que mínimo hay tres radioreceptores por persona), el que mejor se adapta a la circunstancias de su uso por su versatilidad y, si tomamos en cuenta el tiraje de los periódicos, podemos darnos cuenta de la importancia que ha significado el adelanto de dicho medio

No es todavía una apertura plena pero se ha avanzado - señala Alma Rosa Alva de la Selva - "comparativamente hablando, principios de los 80, digamos hace 10 años, hay un claro beneficio para la sociedad, para los auditores. Qué obtienen de la radio: mucho más de lo que obtenían antes Pero no obtienen lo que debían si el medio funcionara más con un compromiso hacia la sociedad receptora Por un lado, están los compromisos político y, por otro, los comerciales, lo cual acota el trabajo informativo de la radio.

"Sigue siendo, por tal, una apertura relativa, no todos los radiodifusores la han practicado...Sólo son algunos grupos y los demás siguen clavados en los formatos tradicionales... pero sí creo, definitivamente, que hay una mayor pluralidad en el cuadrante que la que había a principios de los 70".

Miguel Angel Sánchez de Armas apunta " quizás todavía no es lo que debiera ser (en cuanto apertura informativa) pero sí lo comparamos hace 20 años hay mucha diferencia...ahora existen muchas sutilezas (para censurar), también es cierto, pero no es lo mismo que antaño absolutamente. Hay mayor pluralidad."

Los hechos así lo demuestran. Basta prender el aparato radiofónico por las mañanas, ya sea de 6:00 a 10:00 am, o a medio día, de las 13.30 a las 15:00 hrs , o si se prefiere por la noche, de las 18:00 a las 20:00 pm podrá elegir - entre una muy amplia gama - el noticiario que más le guste

Hay de todos estilos, desde aquél que sólo ofrece flashes informativos hasta el que analiza a profundidad la situación económica, política y social del país.

Ejemplos de éstos son Monitor de Radio Red, Informativo Panorama de Grupo ACIR, Buenos Días de Radio Fórmula, Para Empezar de Estéreo Rey, etcétera. Existen al rededor de 16 espacios informativos tan sólo en el horario matutino.

La Mtra. Alma Rosa Alva de la Selva señala, " en lo personal me parece que no son muchos los modelos informativos que funcionan.. son repetitivos... tendríamos el noticiario de larga duración que introdujo Monitor, sobre todo, y que con variantes practican otros noticiarios. Están los noticiarios de cada hora, los cuales no le aportan nada al auditorio Porque son notas sueltas, descontextualizadas, fragmentadas, mezcladas de todos los tópicos, etc., este sería otro tipo. Y, luego, hay otros programas de tipo informativo relacionados con el comentario y , creo, que hasta ahí llegamos.

“Pienso que podría haber más opciones en estos momentos. Por una parte, puede ser una falta de creatividad y, por la otra, el gran peso de los compromisos financieros de las emisoras, que no se atreven muchas veces a proponer nuevos formatos. Generar un auditorio puede costar mucho en términos financieros. En la mayoría de las veces no hay anunciantes, patrocinador para un programa nuevo. Y, sobre todo, para un informativo. No se quiere arriesgar un posible anunciante con ese programa nuevo, prefiere lo ya probado. Quizá por eso tenemos esas opciones tan reducidas”.

El periodista Miguel Angel Granados Chapa opina “ que hay una cierta uniformidad, pero también hay noticieros muy distintivos, con un sello propio, que se separan y se diferencian de los demás. Para el autor de la columna política ‘Plaza Pública’ lo positivo de esta variedad informativa en la radio es, la capacidad de elegir. La libertad de elegir. Sólo se tiene verdadera libertad de información cuando uno puede escoger entre varias ofertas; esa es la gran ventaja de la actual situación”.

Pedro Ferriz de Con (*) - Director General de Noticias en MVS televisión y en la división de radio de la misma empresa - entrevistado para el presente trabajo comenta “...pobre de aquél que se desempeñe en un medio profesional sin tener competencia frente a él, se convertirá en TELMEX o en el PRI”.

Por otra parte dichos programas dan la oportunidad de escuchar a una gama de periodistas como José Gutiérrez Vivó, José Cárdenas, Pedro Ferriz de Con, Eduardo Ruiz Healy, Tomas Mojarro, Miguel Angel Granados Chapa, Verónica Ortiz, Carmen Aristegui, Javier Solorzano, Sergio Sarmiento, Jorge G. Castañeda, Demtrio Sodi de la Tjera, Pablo Hiriart, Eduardo Torreblanca Jacques, etc., quienes con mensura o sin ella ponen en el banquillo de los acusados a nuestro sistema político y a sus titulares. Hasta la información de la fuente presidencial es tratado con mayor libertad.

Miguel Angel Sánchez de Armas señala en torno a la diversidad de voces existentes en las emisiones informativas radiales “creo que sí hay una variedad. Además eso es muy obvio. En la radio se han dado grandes debates. Existe un sin fin de voces inteligentes que están contrabalanceando el discurso gubernamental. A nadie le extraña, ni a gobernación.

(*) Entrevistado por el autor de la presente investigación en sus oficinas particulares el 15 de octubre de 1996.

Para el exconsejero ciudadano del Instituto Federal Electoral Miguel Angel Granados Chapa “la radio era un instrumento útil para el sistema político, porque era muy propagandística para el partido gobernante. Ahora ha habido el surgimiento de voces no opositoras necesariamente, pero sí diferenciadas del mensaje gubernamental, que es el mensaje de las estaciones de radio.

Uno de los caracteres del gobierno mexicano, del régimen mexicano, es su incapacidad para aceptar lo que no sea controlable. Entonces, la presencia de voces disidentes no es una realidad acabada e irreversible, todavía puede ocurrir lo contrario. Pero sí hay un equilibrio entre las voces oficialistas, los tonos oficialistas, y las voces y los tonos que no son oficialistas”.

Raúl Trejo Delarbre - ~~investigador~~ del Instituto de Investigaciones Sociales de la UNAM - opina “variedad sí la hay. Es diferente la opinión de un conductor y otro. Hay comentaristas con posiciones políticas muy diversas. Diría que prevalece sobre todo una preponderancia del análisis instantáneo a cargo de columnistas, de periodistas que tienen espacios en la prensa, que no siempre reflexionan más allá del mediano plazo...”

José Cárdenas catagórico afirma “sí, creo que hay un espectro interesante sobre las opciones incluso ideológicas. Efectivamente, los hombres que estamos en el micrófono no podemos estar ajenos a una tendencia, a una ideología, a una forma de pensar. Y en ese sentido encontramos en la radio tendencias muy claras...”

Por otra parte, los espacios noticiosos del cuadrante están incorporando formatos, donde el comentario tiene un papel protagónico, dejando atrás emisiones donde el eje central sólo es la información

De ahí, la presencia de más programas, en los cuales, la opinión de uno o más comentaristas pasa a tener un papel central para enriquecer la información, en espacios noticiosos que han ampliado su duración. Hecho que ha generado la multiplicación de voces críticas (como las ya señaladas) y discordantes que valoran el quehacer de nuestros gobernantes y lo que gira a su alrededor

Tan benéfica ha resultado esta conducta que ahora el público prende la radio con el deseo de sintonizar el radionoticiario que cumpla con sus expectativas informativas; además en muchos casos (no en todos) brindan la oportunidad a su audiencia para emitir su comentario. Esto muestra a un radioescucha más participativo y a un medio radiofónico más cercano a la necesidades de expresión de la sociedad. No es aún una situación favorable al 100%, pero comparado con la t v. y la prensa escrita sí hay un beneficio notable.

Miguel A. Granados Chapa convencido afirma “ si es importante (la participación de la sociedad)... este es uno de los rasgos distintivos de la radiodifusión de hoy: una notable presencia ciudadana. Prácticamente, no hay noticiario matutino, vespertino o nocturno que no destine un espacio importante para hacer oír al público. Porque se ha comprobado que el ciudadano quiere oírse. El auditorio se siente más identificado con un medio donde reconoce su propia voz, incluso su voz física a través de grabaciones (Correo de Voz)”.

Miguel Angel Sánchez de Armas comenta al respecto “ un rasgo importante en la radio en la actualidad, es la posibilidad de participación de la ciudadanía, el que algunos sectores del público se hagan escuchar en los medios.

“En los periódicos la posibilidad real se reduce a las planas dedicadas a las cartas dirigidas al periódico. Las cuales se publican 3 o 4 días después. La posibilidad de hacerse escuchar es limitada. En televisión es imposible, salvo en algunos programas que toman llamadas sólo para opinar sobre artistas. Entonces no hay posibilidad de que algún grupo pueda hacerse escuchar en la t.v.

“Si uno escucha los espacios radiofónicos prácticamente no hay ninguno que no de voz al ciudadano, algunos tienen más que otra. Un rasgo de los programas informativos en radio es que se han convertido en verdaderas opciones para darle foro a diversos grupos...”

Paralelo a lo anterior, es el evidente profesionalismo que muestran colaboradores, reporteros, analistas, corresponsales y conductores en el manejo de la información. Los hechos que se presentan como noticia en el medio son tratados con mayor profundidad; se analizan; existe una confirmación en su veracidad; se comenta con especialistas y, hasta con el público, para de ahí verter una opinión enriquecida; se dan los pormenores del contexto en el que se encuentran inmersos dando como resultado una información confiable, objetiva e imparcial.

Miguel A. Granados Chapa apunta “sí, son ahora mucho más profesionales. Desde luego en los comienzos de la radio se leía el periódico en los espacios informativos. Y, al contrario, ahora la competencia que es muy recia- la pelea por el público- ha favorecido la profesionalización, la división del trabajo, la especialización.

“Antes prácticamente cualquier persona con un entrenamiento previo en periodismo podría dedicarse al trabajo radiofónico. Hoy es cada vez más necesaria la especialización para ingresar en el mercado de trabajo. Si hay una mejoría notable en la técnica de presentación de las noticias. No, no todavía estamos en el mejor de los mundos posibles pero, hemos avanzado notablemente”.

Sin embargo esto no quiere decir - como apunta la Mtra. Alma Rosa Alva de la Selva - que la radio mexicana este cumpliendo a plenitud su trabajo informativo, hace falta más, mucho más. Hay formatos, géneros informativos radiales que no se trabajan...

En este sentido, el camino para mejorar en lo informativo es.. optimizar los recursos humanos que se tengan. Y, por otra parte, ver de qué manera se puede ofrecer información más amplia, más completa, más contextualizada. Y ampliar algunos géneros que no se incorporan y que serían muy importantes como el radioreportaje”.

Pedro Ferriz de Con dice “ uno de los retos (para lograr mayor calidad en los informativos de la radio) es preparar mejor a nuestros reporteros. Otra meta es hacer noticiarios más profundos, hacer más periodismo de investigación y menos de denuncia sobre hechos ya consumados. Investigar y anticiparnos a los hechos. (91)

La radio creo que va a ir tapando huecos que el periodismo escrito ha dejado - precisa Miguel Angel Sánchez de Armas - como, por ejemplo, el periodismo de investigación. Ese periodismo que va a las causas últimas de los acontecimientos. No por falta de talentos sino de recursos y visión.

En cuanto a la estructura técnica que da soporte al equipo humano de las estaciones radiofónicas es en la actualidad inmejorable para dar un servicio al público de calidad (no todos cuentan con los mismos recursos pero sí hay una porción importante, ejemplo: ACIR, Radio Red, Radio Centro, Radiópolis, Radio Fórmula, entre otros que se dedican al negocio de la información). Muestra de lo anterior son las unidades móviles por tierra (motocicletas, automóviles, cabinas móviles) y aire (Helicópteros) las cuales permiten desplazarse oportunamente al lugar de los hechos. Ejemplo de ello, son los monitoreos de choques, embotellamientos, manifestaciones, etc.

(91) Elvira García. Op.Cit, pág 45.

Lo que caracteriza hoy en día a los servicios informativos de la radio es la dinámica con la que trabajan. Así da cuenta de lo que sucede en la Bolsa Mexicana de Valores o en la de Nueva York; o da cuenta del proceso de paz en medio oriente; o lo que sucede en el interior del país, al sur o al norte del continente.

Los noticieros que anteriormente se elaboraban con un mínimo de recursos, en la actualidad requieren de enormes recursos económicos, técnicos y humanos para competir con sus similares existentes en el mercado y que en nuestros días han aumentado.

Además, la apertura informativa (como ya fue señalado) ahora es vista por los propietarios del medio como un negocio altamente redituable en lo económico. Antes estos espacios informativos, según Alma Rosa Alva de la Selva, obedecían a necesidades del marco legal. Había que dar una función social en la que se tocara lo informativo y, había que tener esos espacios. Ahora las cosas han cambiado. . la rentabilidad de la información noticiosa y la demanda de la audiencia.

Ante estos hechos se afirma que el radioescucha del DF se encuentra bien informado, al respecto apunta Alma Rosa “ sí, más que antes. Si no bien informado, podríamos decir, que mejor informado a diferencia de la televisión. El problema es que hay muchos auditorios que le siguen dando mucho crédito a la televisión, le confieren mucha relevancia...”

En cuanto al fantasma de la censura, se ha hecho presente en el cuadrante entre 1988 y 1995 (la renuncia de Miguel Angel Granados Chapa del noticiario La Ciudad , la suspensión de Radio Fórmula del programa periodístico Fórmula Universal, a cargo del subdirector del diario El Universal - Alfonso Maya Nava -, la salida de René Delgado de informativo Para Empezar, la retirada de Raymundo Rivalpalacio del noticiario Enfoque de Stereo Cien, la salida de Verónica Ortiz de Radio Mil, etcétera) pero esto no impide hablar en nuestros días de un margen considerable de apertura y pluralidad. (92)

Para Alma Rosa Alva de la Selva “ en la radio hay un poco más de posibilidad de ejercer la Libertad de Expresión. Pero como todos sabemos la autocensura está latente. Muchos radiodifusores prefieren evitarse problemas y autocensuran sus espacios informativos; pero la posibilidad de autocensura es menos latente que en la t.v.”

(92) Raúl Velázquez “Candados en el cuadrante”, Revista Mexicana de Comunicación, octubre-noviembre de 1994, núm. 37 págs. 18,19 y 51.

Si bien, los programas informativos se han difundido en gran cantidad en los últimos años, la radio también ha dado lugar a muchísimos programas políticos y de debate, a foros de expresión, e incluso a dar cauce a todo tipo de inquietudes, desde vender mascotas hasta programas donde se abordan abiertamente conflictos de pareja o asuntos sexuales o problemas legales.

Los últimos años hablan de una revitalización de la radio en nuestro país, aunque todavía se necesitan cambios más profundos que abarquen problemas como la difusión de la cultura, la educación, la participación política y los contenidos de los programas que se difunden en la radio.

Raúl Trejo Delarbre opina que “ la radio es en los años más recientes el medio más dinámico y donde se han experimentado innovaciones políticas más constatables pero no por que hoy existan numerosos espacios de libertad política en el cuadrante sino porque antes, simplemente, no había ninguna”. (93)

Hasta aquí podemos decir que de 1985 a la fecha los ciudadanos fuimos testigos de una revitalización, resurgimiento o “ nuevo boom” de la radio capitalina, sobre todo, por el empuje de la sociedad y de la nueva situación que se genero al término de la década de los ochenta. Esta dio como resultado que la radio se colocara por encima de otros medios de información como el de mayor credibilidad.

Miguel A. Granados Chapa señala al respecto “ sí, la credibilidad es un dato imprescindible ahora en la radiodifusión. Particularmente creo que es uno de los medios más creíbles, así lo demuestran algunas encuestas, y eso se percibe con el trato con el público

“El auditorio tiende a crecer a la radiodifusión entre otras cosas porque tiene la ventaja de poder elegir. La radio como los periódicos - pero más aún la radiodifusión - ofrece una diversidad de posibilidades muy grandes

“El radioescucha se queda en los programas periodísticos o noticiosos a voluntad. Y esa voluntad se mueve en función, en buena medida, de la credibilidad. De modo que, la gente si deja de creer en un comunicador se va fácilmente. Es muy sencillo darle vuelta al dial y escaparce de una comunicación que no es satisfactoria”.

(93) Raúl Trejo Delarbre Medios, democracia y fines, “ Cultura Política . de los medios a las mediatizaciones”, pág. 102

Miguel Angel Sánchez de Armas apunta “ creo que es el medio que más potencialmente creíble es en ese sentido. Si lo tomamos desde la perspectiva de que es un medio donde se acepta mucha participación. Claro, cuántas llamadas se pueden hacer al día, 200 o 300, es una porción mínima del auditorio. Pero frente a los periódicos y a la televisión es importante”.

La radio ha respondido en términos de credibilidad a la necesidad, insisto, de información a la audiencia - comentó José Cárdenas - la audiencia ha encontrado en la radio respuesta a sus demandas y, en la medida que ha respondido, la radio tiene un lugar preponderante en el crédito, en la confianza de la gente, este es un caso evidente”.

Consecuencia de ello, ha sido, sobre todo, la actitud que ha tomado el medio radiofónico para informar a su público y en innumerables ocasiones hacerlo participe con sus opiniones sobre lo que se transmite como noticia. El Mtro. Enrique Velasco Ugalde afirma “ las únicas voces críticas de la radio son las de los ciudadanos cuando tienen la oportunidad de expresarse ..”

Es un hecho evidente que los cambios operados por el cuadrante en los últimos 12 años (1985-1997) redituó por parte de sus radioescuchas en un voto de confianza y credibilidad de éstos hacia el medio y sus programas de información.

De ahí, que se manifieste por la mayoría de los comunicadores que los radionoticiarios fueron el abrepuestas en este resurgimiento y nueva actitud de la radio. Esto se evidencia en la cantidad y calidad de los programas así como el de sus especialistas que analizan, discuten y opinan sobre los hechos noticiables generados en México

Alma Rosa Alva de la Selva comenta en torno a la revitalización del dial. “ yo diría que la información como parte de la radio hablada. Es decir, lo que involucra programas de comentario ha sido la que impulsó el resurgimiento de la radio. Entonces, en esa radio hablada, los informativos han sido una parte sustancia... (continúa diciendo). Esto data de algunos años. Ya no se habla de un resurgimiento sino que se ha estado viviendo. Se habló de eso a finales de los 80 y, según parece, hemos seguido en ese mismo camino. Creo que empezó un auge recobrado y de ahí la radio no se ha bajado.

“Lo que hay que tomar en cuenta de esta etapa, es que, la radio está muy asociada a los cambios que se están dando en la sociedad mexicana. Yo pienso que lo que está sucediendo en el país, la radio está siendo un medio más receptivo a esas transformaciones. Y, supongo, que eso no se va a modificar pues las condiciones están establecidas. Pienso que la radio va a seguir siendo un medio receptivo en torno a los cambios sociales mientras no se modifiquen las condiciones del país de fondo. Por eso sospecho que continuará en ese mismo camino.

Miguel Ángel Granados Chapa opina “sí, los radionoticiarios (en este resurgimiento de la radio) se convirtieron en un factor muy importante... (además) estamos en presencia de una recuperación de la radio como instrumento de difusión y, los noticiarios han sido un factor que contribuyó centralmente a esa revitalización”.

Para Pedro Ferriz de Con , los noticiarios en el resurgimiento de la radio “fueron un abrepuertas y al unísono, todo un despertar social en México cuando se abogó por democracia, transparencia, obligatoriedad, todo lo cual nos llevó a una evolución constante. Antes, los noticiarios se hacían con recortes de periódicos, ahora son carísimos y si tardas un minuto en dar la noticia, otro ya la ganó”. (94)

José Cárdenas puntualiza “ es la continuación de esta fuerza que ha cobrado la radio gracias a que la sociedad la ha aceptado... en pocas palabras, el boom o la explosividad del medio radial en términos de audiencia se debe entre otras cosas, a que el dial ha asumido frente a la sociedad una responsabilidad que le correspondió, pienso en su momento - cuando la radio estuvo dormida por 30 años - a la televisión. “.

Para concluir, comentare que si bien en 1940-1950 la música fue pilar fundamental en el primer auge registrado en la radio, hoy señalo a los radionoticiarios, programas de opinión y de servicio social (estos dos últimos en menor grado que en el primero, pero no por esto menos importante) como los productos destacados que han dado nueva vida al cuadrante capitalino, que por mucho tiempo se encontró a la zaga como instrumento de comunicación de tipo informativo.

(94) Elvira García. Op.Cit , pág.45

2.2.3. LA RADIO: ¿UN MEDIO DE SERVICIO SOCIAL?

A pesar de los avances registrados en el medio radiofónico en los últimos años, el cuadrante capitalino a más de 70 años de su creación no ha visto progreso sustancial y significativo en lo tocante a su labor como instrumento de comunicación social. Por el contrario, sus perspectivas como medio de servicio social han sido frenadas principalmente por los intereses comerciales que permean al medio; la alta concentración de las emisoras radiales en manos privadas; la falta de interés - o imposibilidad - de parte de las instancias gubernamentales para transformar la situación del medio. Lo anterior proporciona un saldo negativo para los usuarios de dicho medio - que no son sino la propia sociedad civil - que, en última instancia, son vistos como simples consumidores potenciales y no como radioescuchas activos del medio.

El investigador Raúl Trejo Delarbre señala que “ la radio, sí, tendría que servir para algo más que para hacer ruido, pero en México, salvo excepciones que son precisamente eso, ha servido para muy poco. Ha cumplido más funciones de distracción o evasión, que de auténtico entretenimiento. Ha banalizado más que informado. En su factura habitual, los intereses mercantiles han sustituido a la imaginación o a la búsqueda de nuevas opciones de producción”.(95)

En otras palabras, la excesiva concentración de las emisoras radiofónicas en reducidos grupos privados y su orientación netamente comercial se han convertido en un dique de grandes proporciones en el avance de nuevas temáticas en su programación así como del uso social que debiera tener dicho medio.

Si bien existen instituciones radiofónicas de tipo cultural y comunitaria, cuyo objetivo es prestar un servicio a la comunidad sin pretender un beneficio mercantil, debemos decir que son ampliamente superadas en cuanto a número, cobertura y penetración a sus contrarias, las de carácter privado.

De acuerdo a datos extraídos del artículo “ Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana”. (realizado por la profesora e investigadora del departamento de educación y comunicación de la UAM-Xochimilco) publicado en su número 42 noviembre 1995- enero 1996 de la Revista Mexicana de Comunicación, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión de junio de 1995 señala que el universo de la radio en México la constituyen un total de 1155 emisoras: 1047 concesionarias (iniciativa privada) por tan sólo 108 permisionarias (bajo licencia del Estado) de las cuales 787 están en la banda de AM y 368 en la de FM.

(95) Raúl Trejo Delarbre Op.Cit., págs 11-12.

De esas 1155 emisoras en el país, ocho estados concentran el 50.21% (Baja California, Coahuila, Chihuahua, D.F. 5%, Jalisco, Nuevo León, Sonora y Veracruz).

Cabe mencionar que seis de los grupos de radiodifusores del cuadro I concentran el 61% de las radiodifusoras del país.

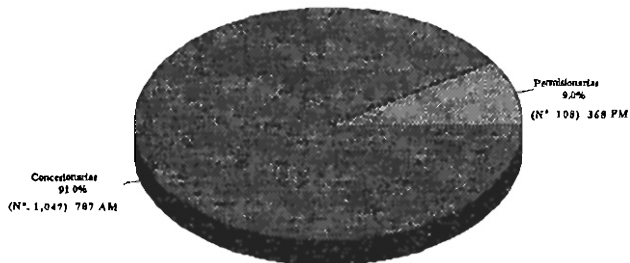
Además de esas 1155 emisoras 91% son concesionarias y 9% permisionarias (cuatro II).

I. EMISORAS DE LA REPUBLICA MEXICANA POR GRUPO REPRESENTANTE

GRUPO	PRESIDENTE O DIRECTOR	EMISORAS	PORCENTAJE
Radorama	Javier Pérez de Anda	161	13.93
ACIR	Francisco Ibarra	147	12.72
Cima-Somer	Edilberto Huesca	120	10.38
OIR/GRC	Adrián Aguirre	127	10.99
Radio SA	Carlos Quiñones	76	6.58
RASA	José Laris	76	6.58
Promosat	Raúl Aréchiga	48	4.15
Firmesa	Varios	46	3.98
FMM	Joaquín Vargas	42	3.63
CMR	Enrique Bernal S.	37	3.2
MEO	Jesús D. González	35	3.03
Pradsa	Luis Aviña A.	32	2.77
Megaradio	José Luis Boone	32	2.77
ORF	Rogelio Azcárraga	28	2.42
Recisa	No especificado	23	1.99
RCN	Rafael Navarro A.	20	1.73
Difusa	Enrique Palomar	19	1.64
IMER	No especificado	18	1.55
Radiópolis	Emilio Azcárraga	16	1.38
RCM	No especificado	13	1.12
NRM	Guillermo Salas	6	0.51
Otros	Menos de 5 emisoras	33	2.85
TOTAL		1155	

II. Distribución de Emisoras por característica jurídica

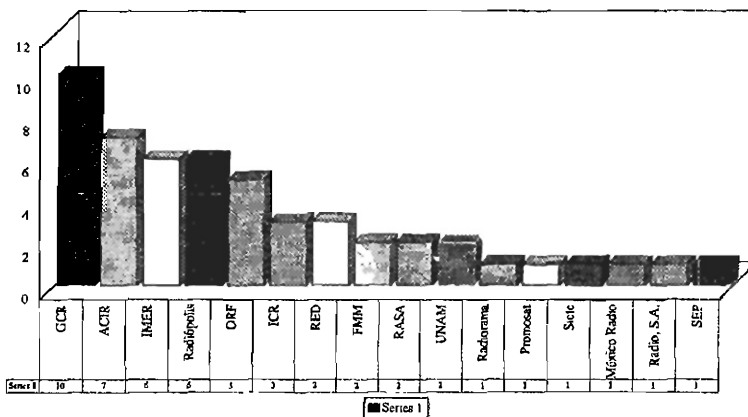
Total 1,155



En cuanto a la radio en la Ciudad de México, encontramos 58 emisoras. 33 en AM y 25 en FM, de las cuales sólo 5 son permisionarias.

Son 17 grupos los que participan en la operación de estas 58 radiodifusoras del D.F. De esos 17 grupos, 5 de ellos: Grupo Radio Centro, Radiópolis de Televisa, Radioprogramas de México, Núcleo Radio Mil y ACIR controlan el 66% de las estaciones de FM y 72% de las de AM (cuadro III).

III. La Radio en el D.F.



El principal grupo radiofónico capitalino Organización Radio Centro presidido por Adrián Aguirre cuenta con 12 emisoras en la Cd de México (además de las 115 que tiene en el resto del país) , ocupa él solo 20.68% del cuadrante, seguido de Radiópolis, Núcleo Radio Mil, ACIR e IMER, con seis emisoras cada uno equivalente al 10.34%.

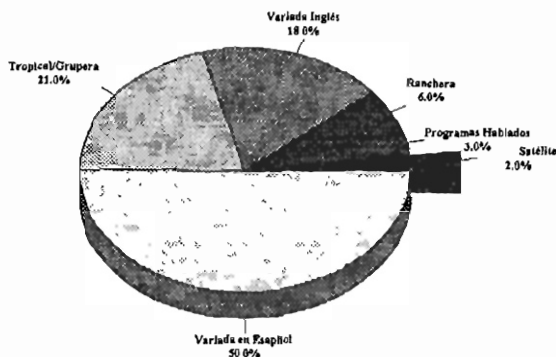
Estos cinco grupos conjuntan el 51% de las estaciones de la radio del cuadrante metropolitano

En los grupos radiofónicos de la capital de la República metropolitanos también encontramos a las principales cabezas de grupos nacionales (sólo Radiorama no está en este caso). Grupo Radio Centro que junto con ACIR, tiene 140 emisoras; Radio S A. con 75 y RASA con 74, suman el 34% del total nacional de radiodifusoras.

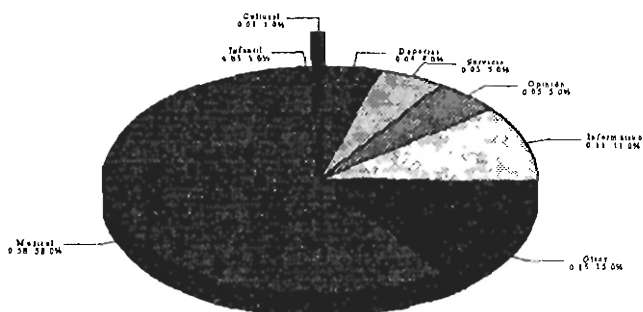
En cuanto a la oferta programática que ofrece el cuadrante tanto a nivel nacional como a nivel DF, la radio sigue predominantemente como rockola musical (cuadro IV).

La programación del cuadrante capitalino también tiene a la música como su principal oferta con el 72% del tiempo de transmisión, seguida de la información con el 11.3% y los programas de servicio y opinión con el 8.87% (cuadro V y VI).

IV. Distribución de la programación musical a nivel nacional



V. Distribución de la programación de AM en la Ciudad de México



VII. LOS GENEROS EN EL CUADRANTE METROPOLITANO

GENERO	AM	PORCENTAJE	FM	PORCENTAJE	TOTAL HORAS	PORCENTAJE
--------	----	------------	----	------------	-------------	------------

MUSICA	2430.2	58.45	2873	91.2	5303.2	72.56
INFORMACION	638	15.35	185	5.87	823	11.26
SERVICIO	333	8.01	10	0.31	343	4.7
OPINION	287	6.91	12	0.38	299	4.09
DEPORTES	206	4.95	35	1.13	241	3.3
OTROS HABLADOS	166	4			166	2.27
HORA NACIONAL	33	0.79	25	0.8	58	0.8
CULTURAL	41	0.98	10	0.31	50	0.7
INFANTIL	23.4	0.56			23.4	0.32
TOTALES	4150		3150		7300	100

ESTA TESIS NO DEBE
CALIR DE LA BIBLIOTECA

Al revisar la distribución de la programación por géneros y por bandas, encontramos a la música en primer lugar, sin embargo, la banda de AM tiene un 40% de su tiempo no dedicado a la música y donde un 15% transmite información y un 14.92% programación hablada (de servicio y opinión). En contraste, la FM dedica a tales géneros sólo el 69%

En términos generales, podemos escuchar más programación hablada en AM que en FM, la cual dedica el 91% a la emisión de música.

Independientemente de este panorama y aún dentro de sus propios esquemas, la radio comercial puede llevar a cabo una actividad más congruente con la función social que debería corresponderle

Raúl Trejo Delarbre comenta que “ si (la radio) se desprende de los cerrojos que significan estructuras atrasadas de programación, desplazamiento de propuestas imaginativas por imposiciones mercantiles y , sobre todo, si consigue vencer el autoritarismo que suele caracterizar a los medios electrónicos en detrimento de la participación del público, la radio podría convertirse en un medio versátil, atractivo por sencillo e incluso financieramente accesible para quienes deseen emplearla...

. Si esto fuera posible - continúa diciendo - la radio podría contribuir de manera muy práctica, a la solución de carencias considerables en el campo de la educación y la cultura. Si pudiera asumir sentido y responsabilidades nuevas, la radio estaría en condiciones de ser un vehículo de expresión, privilegiado por su cobertura y posibilidades de acceso para diversos grupos sociales que comienzan a buscar, en los medios, una forma de participación en los asuntos del país”. (96)

Pero la realidad es otra, el medio con mayor número de usuarios, con una auditorio de lo más heterogéneo - niños, adultos, obreros, oficinistas, amas de casa, etc. - , pasa por encima de la compleja problemática de la población, de sus necesidades materiales y culturales, para sustraerse de esa realidad, y ofrecer como única respuesta, la posibilidad de entretener mediante la selección de una canción de moda que escuchará por octava o décima ocasión.

“La posibilidad de expresión como capacidad real para millones de radioescuchas queda fuera de los esquemas de la radio comercial. Sólo se da entrada a la participación del auditorio si ésta, se produce en función de los criterios convencionales para la intervención del público en el medio, por demás inocuos. La estructura con la que funciona la radio en México limita en alto grado los canales de participación; de hecho, la comunidad está al margen de la radio”.(97)

(96) Ibidem

(97) Alma Rosa Alva de la Selva .Perfiles del cuadrante, “ del corazón del cuadrante nacional: la radio comercial de la ciudad de México”, pág 40.

El escucha sólo es considerado como parte medular del circuito radiofónico en su papel de consumidor. Antes que receptor no se habla de su faceta de emisor; el auditorio es, para la industria de radio, un amplio núcleo de consumidores.

Como podemos ver la radio capitalina tiene poco que ver con los intereses reales y particulares de cada uno de los segmentos sociales que conforman sus auditorios; la radio comercial se escabulle de una realidad social de fuertes diferencias y contrastes, para en cambio, proponer a sus escuchas puntos de confluencia ficticios, en torno a éxitos musicales o figuras artísticas creadas con el apoyo promocional de los medios, entre ellos, los de la radio.

Esta función de la radio comercial, además de proporcionar a los radiodifusores privados beneficios económicos nada despreciables, rinde importantes dividendos en el terreno político, actúa como elemento de cohesión social que contribuye a preservar las condiciones que apoyan los intereses del grupo gobernante y de las élites económicas y políticas.

Se puede decir que “ el manejo de los medios es una parcela de poder que se ha dejado en manos de grupos que parecen estar cumpliendo, en los términos señalados, una misión eficazmente orientadora y de amplios beneficios para quienes detentan el poder”.(98)

De ahí, que sea poco factible esperar la apertura de opciones para sectores más amplios de la población por parte de los industriales del medio radiofónico, ya que estos difícilmente dejarán escapar el manejo del medio hacia el empleo de fórmulas que puedan significar la pérdida de su poder o compartirlo.

El Mtro. Enrique Velasco Ugalde comenta “ en un país como México, la radio es un poder político enorme por su monopolización, y esa concentración que significa unas cuantas familias como poseedoras de la infraestructura radiofónica del país ha propiciado relaciones mafiosas con el poder político y con el grupo en el poder. Los intereses que prevalecen para los industriales y para el gobierno en esta relación simbiótica, es mantener un estado de cosas, mantener a la oligarquía en el poder. Y eso ha marginado entonces el interés público y la necesidad social”

(98) *Ibidem*, pág.41.

Alma Rosa Alva de la Selva señala “ los espacios para el radioescucha podrían estar dado en términos de los espacios del Estado (12.5% del tiempo fiscal con que el concesionario cubre su cuota de impuestos hacia el Estado), que como sabemos, están prácticamente inutilizados y cerrados para las expresiones de la sociedad. Así pues, esta cerrazón no proviene únicamente de parte de los propietarios sino del propio Estado”.

Ante esta perspectiva, una modificación profunda, con un enfoque auténticamente social del funcionamiento de los medios, no parecería resultar necesario, sino incluso poco deseable para los fines de preservación del orden político. Todo ello, lógicamente, representa un importante obstáculo para transformar la estructura comercial de la radio capitalina a una de mayor congruencia social

De esto, se desprende que la modificación drástica y a fondo de la forma de manejo de la radio comercial, que haría posible la participación efectiva de otros grupos de la sociedad nacional en la gestión del medio, difícilmente provendrá de la industria radiofónica o de la iniciativa estatal, pues las actitudes de ambos sólo han manifestado rechazo rotundo de una u otra manera para que la sociedad participe directamente en los medios.

Queda claro que el primer paso para el cambio de las estructuras de comunicación recae en los componentes de la sociedad civil, que - en los últimos años - han hecho sentir su interés por influir y participar en las instancias de la comunicación social del país, al advertir de su importancia cultural y política.

Cabe mencionar que “ esta obligada apertura a la participación de la sociedad civil sólo puede darse como producto de un proceso nacional de democratización que ya se encuentra en marcha, pero que aparecerá cuando la población manifieste iniciativa política en sus organizaciones y logre reconocimientos y espacios para la presencia de la comunidad en los distintos ámbitos de la vida nacional”.(99)

Prueba de ello, ha sido la presencia de las primeras estaciones piratas. La primera de ellas instalada por la Asamblea de Barrios el 10 de septiembre de 1994 denominada Televerdad y quien transmitió por espacio de un mes en el 89.1 de la banda de FM, o la llamada Radio Pirata que comenzó a transmitir el 8 de octubre del mismo año desde el centro de Coyoacán, dan testimonio de la primeras acciones de la ciudadanía por hacerse de espacios en los medios de comunicación. (100)

Así, el camino hacia la participación de la ciudadanía en los medios se ha puesto en marcha de una y otra manera.

(99) *Ibidem*, pág.42.

(100) Alejandro Olmos. “ El Cuadrante Radial en el 94”, *Revista Mexicana de Comunicación*, febrero-abril de 1995, núm.39, pág.44

2.3. LOS CONCESIONARIOS EN LA PRIMERA MITAD DE LOS 90: CAMBIOS DE PROGRAMACION, DESPIDOS, ALIANZAS, COMPRA-VENTA Y REESTRUCTURACIONES DE EMISORAS, ALGUNAS DE LAS ESTRATEGIAS PARA AFRONTAR LA CRISIS.

Ante la crisis financiera que enfrentan los concesionarios del cuadrante capitalino al inicio y finales de la primera mitad de la presente década, estos ponen en marcha una serie de acciones tendientes a contrarrestar la pérdida de sus ingresos por concepto de su publicidad - la principal fuente de ingresos en la industria radiofónica - y , de ese modo, hacer menores sus pérdidas económicas.

El primero de ellos, es el cambio de formato en varias emisoras, con lo cual se pretende atraer el mayor número de escuchas posibles y, por ende, a más anunciantes

Por ejemplo:

* Radio Mundo, de Radio Sistema Mexicano, abandonará su perfil empresarial para convertirse en Radio Sportiva “ la estación oficial del deporte” y más tarde se transformaría en “Ondas del Lago”..

* Radio Sensación, de Organización Radio Centro (ORC), dejó de programar baladas para dar paso a los noticieros permanentes de Formato 21.

* Las instrumentales Radio Trece y Radio Imagen - ambas de Imagen y Comunicación en Radio (ICR) - pensaron que la música de los Teen Tops y Yuri garantizarían más audiencia, por lo que cambiaron a Rock Radio y Pulsar FM, respectivamente.

* Radio Felicidad de Grupo ACIR quien transmitía baladas en español ahora es mejor conocida como La Comadre, estación de música ranchera.

* Al rentar ORC Crystal FM, radiodifusora perteneciente al grupo Crystal-Cima, está dejó de transmitir música moderna y baladas en inglés y español para dar pie a Sonido Z “ el sonido vivo de los grupo”

* Con esta, ya son 3 las emisoras de FM que han cambiado su perfil de transmisiones para integrarse al movimiento grupero.

La primera fue Jazz FM, que el 1 de septiembre de 1992 se convirtió en Radio Uno. Después, el 10 de febrero de 1993, la Tropi Q finalizó con su existencia para dejar su frecuencia (92.9) a la Super Q, y más tarde la Kebuena FM y ahora Crystal FM cede su sitio en el cuadrante a Sonido Z. (101)

(101) Gabriela Aguilar. El financiero. Sección Negocios, 9 de Julio de 1993, pág 14.

Arturo Trejo Villafuerte El Nacional Sección Espectáculos, 16 de agosto de 1993, pág 17.

Pero al llegar 1995 y siguiendo con dicha estrategia, los capitalinos fuimos testigos de por lo menos 9 cambios de formato en igual número de radiodifusoras (cuadro VII). (102)

VII. CAMBIO DE FORMATO

SIGLAS, FRECUENCIA Y GRUPO	NOMBRE Y FORMATO ANTERIOR	NOMBRE Y FORMATO ACTUAL
XHSH-FM 95.3 Mhz Grupo ACIR	Estéreo Amistad-Noticiarios y música moderna en español	La Comadre 95.3 FM-Música grupera, tropical, norteña y de banda
XEVOZ-AM 1590 Khz. Grupo ACIR	Radio Capital-Música grupera	Bonita AM-Música tropical
XEPT-AM 590 Khz. NRM	X'Press Radio-Música y noticias en inglés	La sabrosita 590-Música tropical
XHOF-FM 105.7 Mhz IMER	Conexión Acústica-Rock en Inglés y en español	Órbita 105.7-Especializada en Rock en español y lo mejor del inglés
XEQ-AM 940 Khz. Radiópolis	XEQ 940-Música moderna en español	Q 940AM...¡Comunicación total!-Programación hablada
XEN-AM 690 kHz. RASA	RASA 690-Música moderna en inglés/Radio Sportiva	XEN 690 Ondas del Largo Programación hablada
XEUR-AM 1530 Khz. Grupo Siete	La XEUR-Música grupera	Cambio 15.30-Programación hablada
XEX-AM 730 Khz. Radiópolis	X-730 La Opción-Programación hablada	X 730 AM La X de México-Música mexicana
XESM-AM 1470 Khz. ORF	Radio Cañón-Música moderna en español e inglés	Vida 1470-AM La estación de la eterna juventud-Música mexicana e internacional de corte romántico

Una segunda medida adoptada por los propietarios de las concesiones radiofónicas para aminorar la crisis en el ramo y revertirla, fue la puesta en marcha de alianzas estratégica entre grupos radiofónicos así como la compra o renta de emisoras, sin olvidar los despidos de personal.

(102) Gabriela Sosa plata “ En 1995, despidos, alianzas, reestructuraciones . Focos de emergencia para la radio mexicana”, Revista Mexicana de Comunicación, febrero-abril de 1996, núm.43, Pág.13

Cabe mencionar que dichas alianzas no fueron fusiones de capital, es decir, no hubo compra-venta de acciones en la mayoría de los casos. Se trata de una fórmula para tratar de captar mayor número de anunciantes, ofreciéndoles una mayor difusión de sus mensajes, así como un gran número de público cautivo (al fusionarse un grupo con otro se forma un conglomerado mucho mayor de radioescuchas del que pueden tener solas), pero cada grupo mantiene la independencia en el manejo programático, administrativo y directivo de sus emisoras.

La primera fusión la protagonizaron el 1 de febrero de 1992 el grupo Radiocima S.A. de Pedro Estrada y Cadena Crystal de Francisco Javier Sánchez Campuzano. Esta contará a partir de esa fecha con 78 radiodifusoras en 21 estados, ubicadas en 43 ciudades y cubriendo el 80% del territorio nacional.(103)

Posteriormente, Cadena Crystal-Cima se fusionará con el Grupo SOMER (Grupo Sociedad Mexicana de Radio) de Edilberto Huesca Perrotín para dar un servicio a sus clientes y radioescuchas en 54 mercados en la República Mexicana.(104)

De igual forma, Grupo Frecuencia Modulada Mexicana de Joaquín Vargas y Grupo Imagen Comunicación en Radio de José Luis Fernández se unieron para comercializar sus emisoras para una sola empresa. Por lo que las estaciones XELA, Pulsar FM, Radio Activo 98.5 y Rock Radio se fusionaron con Stereo Rey y Globo 105. A tal alianza se le conocerá con el nombre de Grupo Multiradio.(105)

Por su parte, Francisco Javier Sánchez Campuzano rentó a Organización Radio Centro de Adrián Aguirre la estación de su propiedad Crystal FM por 8 años. La estación transmitirá música gruperá y de banda. (106)

(103) Desplegado. El Heraldó. Sección A, 1 de Febrero de 1992, pág. 12

(104) Gabriela Aguilar, Op Cit , pág. 14

(105) Ibidem.

(106) Arturo Trejo Villafuerte, Op Cit , pág 17.

Grupo Radio Mil del veterano Guillermo Salas Peyró siguiendo con las fusiones se asoció comercialmente con ARTSA (Agentes de Radio y Televisión) manejadas por Adriana y Cecilia Díaz Romo. La alianza representa cubrir todas las preferencias por programas noticiosos y de interés general que integran el vasto auditorio de la zona metropolitana de la Ciudad de México con 10 emisoras 5 en FM y 5 en AM.

Por parte del NRM las emisoras son: Radio Sinfonía, Radio Onda, Dimensión 13.80, Radio Mil Express, Rock 101 y Stereo Mil.

En cuanto a ARTSA son : Azul 89, Digital 99 y Amor 106.

Cabe mencionar que la fusión fue esporádica al igual que la de Crystal-Cima con SOMER pues como veremos más adelante se desintegraron. (107)

En cuanto a Grupo Radiodifusoras Asociadas, S A (RASA) cadena michoacana de José Laris (con 125 emisoras en la República) se encargará de administrar la emisora Radio 620 de la familia Blanco. la cual por décadas se mantuvo independiente, sin afiliarse a ninguna cadena radiofónica. El acuerdo surgió porque la familia Blanco argumento que ya no contaba con el tiempo necesario para administrar la emisora y, gracias al prestigio que tiene RASA y a la relación de amistad con la familia Laris se le otorgó dicho encargo. (108)

Una fusión más la protagonizaron Stereo Cien, de Grupo Sociedad Mexicana de Radio (SOMER) y Núcleo Radio Mil (NRM). Esta asociación trajo cambios en la programación y la incorporación de Edilberto Huesca Perrotín como Director General adjunto en ese grupo. La acción tomada por la familia Salas (propietaria de NRM) se llevó a cabo después de la renta de dos de sus estaciones (la XEUR y XECO de AM) a grupo Radiorama y de una esporádica alianza con ARTSA, de la familia Díaz Romo, durante 1994. (109)

(107) Uno Más Uno. Sección Cultura 22 de Septiembre de 1993, pág. 31.

(108) Verónica Piña Jarillo. El Nacional Sección Espectáculos. 25 de Octubre de 1993, pág. 17

(109) Gabriela Sosa Plata Op Cit, pág. 12

ARTSA, a su vez, decidió arrendar por alrededor de un millón doscientos mil pesos mensuales sus tres estaciones ubicadas en la capital a Grupo ACIR. Con la concesión, el 25 de abril la XHM-FM, XHPOP-FM y la XHD-FM, el número de emisoras controladas por el corporativo de Francisco Ibarra López llegó a 150 entre propias y afiliadas.

De ellas 7 se encuentran en el DF, colocándose en el segundo sitio por su número de estaciones, después de GRC, que posee 12 en la misma plaza.(110)

Otro importante negocio fue protagonizado tras la venta de Radiodifusión Red a Grupo Radio Centro (hecha pública desde noviembre de 1994) , La Comisión Federal de Competencia (CFC) aprobó la operación el 28 de marzo de 1995 (que concluyó en enero de 1996).

Radio Centro y Radio Red anunciaron un compromiso de compraventa que abarcaría el total de las acciones de la empresa de Clemente Serna, pero la crisis económica provocó que la operación se replanteara y por lo tanto la venta sólo se hizo de manera parcial. De ahí, que GRC pagara 23 millones de dólares por el 33% de los títulos de Radiodifusión Red, conformada por las emisoras XERED Radio Red AM, XHRCA-FM Alfa 91.3, XHRED-FM Radio Red FM y la XEDKR-AM de Guadalajara.

En diciembre de 1995, las dos estaciones de FM de Radiodifusión Red ya eran administradas por GRC, y aumentaron su audiencia global al tener bajo su control el 20.64% de las emisoras del DF.

De igual manera, ambos grupos suscribieron un acuerdo para que Infored produzca a las 12 estaciones de GRC los servicios informativos de vialidad, denominados "La Red Vial".

Finalmente, el 9 de enero del presente año, se concretó la fusión. El consorcio dirigido por Adrián Aguirre adquirió el 67% de Radiodifusión Red, y éste, a su vez, asumió el 27 % de las acciones de GRC.

Otras operaciones importantes fueron las adquisiciones de XEN-AM (antes Radio Sportiva, hoy Ondas del Lago) de Emilio Nassar, miembro de Corporación Mexicana de Radiodifusión Asociadas (RASA) de José Laris Iruvide. En 1994, la misma RASA había adquirido la XENK-Radio 620 a Víctor Blanco, con lo cual entra en la disputa del mercado capitalino

(110) Ibidem.

Para concluir, mencionaremos que la empresa Crystal, de Sánchez Campuzano, decidió separarse de la alianza impulsada por ella misma en 1992 y que trajo la formación de Cadena-Crystal-Cima-Somer. Desde mayo de 1995 la ahora llamada Cadena Cima-Somer, con 110 estaciones entre propias y afiliadas (60 de FM y el resto de AM)es dirigida por Edilberto Huesca Perrotín, Director Asociado de NRM. (111)

En cuanto a la crisis económica que vive el país producto de los llamados errores de diciembre de 1994, este llevó a la radio a realizar recortes en su planta laboral como por ejemplo:

GRUPO RADIOFONICO	TRES ESTACIONES PERDIDAS
GRUPO RADIO CENTRO	200
NUCLEO RADIO MIL	150
RADIODIFUSION RED	50
RADIOPOLIS	40
ORGANIZACIÓN RADIO FORMULA	30
GRUPO ARTSA (POR LA RENTA DE SUS TRES ESTACIONES)	150

(112)

Agregaremos que dicho cuadro que presenta la radio no es exclusivo de éste, también en medios como la televisión y la prensa se han puesto en marcha estrategias similares

(111) *Ibidem.*

(112) Gabriela Sosa Plata. *Op.Cit.*, pág.11

3.1. CUADRO ESQUEMATICO Y ANALITICO DE LOS RADIONOTICIARIOS

MATUTINOS DE LA CAPITAL

La radio informativa ha mostrado un importante avance en los últimos 10 años. Los noticiarios, en particular, adquirieron una notable presencia e importancia en la programación del medio radiofónico, a tal grado, que su intervención en el medio radial propició una revitalización en el cuadrante capitalino. Esto es, de ser un medio de comunicación cuyas posibilidades temáticas y de programación se encontraban ampliamente reducidas y sustituidas por la transmisión de música, se pasó a uno de mayor congruencia respecto al grado de madurez política y social que manifestó la población del Distrito Federal al finalizar la década de los 80.

En otras palabras, surge la necesidad de satisfacer a una ciudadanía demandante de mayores contenidos en la radio. De ahí, el impulso a la llamada radio hablada - que se practica con regularidad en la banda de AM - y de la cual se originan programas de comentario, servicio, orientación, pero sobretudo los informativos.

Para constatar estas observaciones y otras realizadas en el capítulo anterior en torno a los adelantos y estancamientos en la elaboración de los noticiarios, el presente apartado tiene como objetivo analizar y exponer las principales características que se perciben en la producción de los radionoticiarios que hoy en día se emiten en la Ciudad de México.

La indagación está basada en el estudio de la estructura de los noticiarios radiofónicos. Fueron seleccionados nueve de los principales informativos de la radio capitalina de un total de 16 en sus emisiones estelares matutinas (ver cuadro VIII). Al Momento, de las 6:00 a las 11:00 hrs; Informativo Panorama, de las 6:00 a las 10:00 hrs; Monitor, de las 6,00 a las 10:00 hrs; Cúpula Empresarial, de las 6.30 a la 10:00 hrs; Buenos Días, de 6:00 a 9:30 am; Para Empezar, de las 6:50 a las 10:00 hrs; Antena Radio, de las 6:50 a 10:00 am; Al Momento tercera emisión de las 16:00 a las 21:00 hrs(*) y Perfiles de la Noticia, de las 7:00 a las 9:00 horas.

(*) Es importante aclarar que este programa de noticias, que no se emite por las mañanas, se incluyó debido a que cuando se inició la presente investigación, José Cárdenas - comunicador seleccionado para el análisis de liderazgo de opinión - se encontraba en el horario matutino conduciendo Informativo Panorama, el cual posteriormente abandonó. Esto no significó la pérdida de su influencia y prestigio como comunicador, por lo que y, no obstante, dichas circunstancias aún se le consideró para el presente trabajo académico, así como al actual noticiario que conduce Al Momento 3a. emisión.

VIII. NOTICARIOS MATUTINOS DE LA CAPITAL

NOMBRE DEL NOTICARIO	FRECUENCIA AM/FM	LOCALIZACIÓN EN BANDA	SIGLAS Y BLOQUE	HORARIO DE LUNES A VIERNES	EMISIÓN 1ª 2ª 3ª	GRUPO RADIOFÓNICO
ANTENA RADIO	A M F M	1120 94.5	XEB "LA B GRANDE DE MEXICO" XHIMER OPUS 94	6:45 A 10:00 A.M. 13:00 A 14:00 P.M. 16:00 A 20:30P.M. 7:00 A 8:00 A.M. 13:00 A 14:00 P.M.	1ª 2ª 3ª 1ª 2ª	INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO
AL MOMENTO	A M	1280	XEDA "RADIO 13"	6:00 A 11:00 A.M. 13:00 A 15:00 P.M. 16:00 A 21:00 P.M.	1ª 2ª 3ª	RADIO S A
AL SALIR EL SOL	A M	760	XEABC "ABC RADIO"	7:00 A 10:00 A.M. 18:00 A 21:00 P.M.	1ª 2ª	MEXICO RADIO
BUENOS DIAS	A M F M	870 104.1	XEDF "DF870 NOTICIAS" XEDF "RADIO UNO"	6:00 A 9:00 AM	1ª	ORGANIZACION RADIO FORMULA
CUPULA EMPRESARIAL	F M	103.3	XERP "RADIO FORMULA"	6:30 A 10:00 A.M.		ORGANIZACION RADIO FORMULA
DETRAS DE LA NOTICIA	A M	940	XEQ "RADIO COMUNICACION TOTAL"	6:00 A 8:30 A.M. 13:00 A 14:00 P.M. 19:00 A 20:30 P.M.	1ª 2ª 3ª	GRUPO RADIOPOLIS
EN CONTACTO RASA	A M	620	XENK "RADIO 6 20"	7:30 A 9:00 A.M. 13:30 A 15:00 P.M. 19:00 A 19:30 P.M.	1ª 2ª 3ª	RADIODIFUSORAS ASOCIADAS
ENFOQUE	A M F M	1100 100.1	XEOY "RADIO MIL" XHMN "STEREO CIEN"	6:00 A 9:00 A.M. 14:00 A 15:00 P.M. 6:00 A 9:00 A.M. 14:00 A 15:00 P.M.	1ª 2ª 1ª 2ª	NUCLEO RADIO MIL
INFORMATIVO PANORAMA	A M F M	1220 89.9	XEL "RADIO ACIR" XHM "AZUL 89"	6:00 A 10:00 A.M. 18:00 A 20:00 P.M. 6:00 A 10:00 A.M.	1ª 2ª 3ª	GRUPO ACIR
LA NOTICIA Y USTED	A M	1530	XEUR "CAMBIO 15 30"	6:00 A 9:00 A.M. 13:00 A 15:00 P.M. 16:00 A 20:00 P.M.	1ª 2ª 3ª	GRUPO SIETE
A HORA 13 18	A M	690	XEN "ONDAS DEL LAGO"	7:00 A 10:00 A.M. 13:00 A 15:00 P.M. 18:00 A 19:30 P.M.	1ª 2ª 3ª	RADIO SISTEMA MEXICANO
MONITOR	A M F M	1110 88.1	XERED "RADIO RED A M"	6:00 A 10:00 A.M. 13:00 A 15:00 P.M. 18:00 A 21:00 P.M. 6:00 A 10:00 A.M. 13:00 A 15:00 P.M. 18:00 A 21:00 P.M.	1ª 2ª 3ª 1ª 2ª 3ª	RADIO DIFUSION RED GRUPO RADIO CENTRO
PARA EMPEZAR	A M F M	800 102.5	XELA "LA BUENA MUSICA" XHMUS "STEREO REY"	6:50 A 10:00 A.M. 13:30 A 15:00 P.M. 18:30 A 20:00 P.M. 6:50 A 10:00 A.M. 13:30 A 15:00 P.M. 18:30 A 20:00 P.M.	1ª 2ª 3ª 1ª 2ª 3ª	IMAGEN COMUNICACION EN RADIO MVS RADIO
PERFILES DE LA NOTICIA	A M	790	XERC "EL FONOGRAFO"	7:00 A 9:00 A.M.	1ª	GRUPO RADIO CENTRO
PLAZA PUBLICA	A M F M	860 96.1	"RADIO UNAM" XEUN	8:00 A 9:00 A.M. 8:00 A 9:00 A.M.	1ª 1ª	RADIO UNAM
PULSO DE RADIO EDUCACION	A M	1050	XEEP "RADIO EDUCACION"	7:00 A 10:00 A.M.	1ª	RADIO EDUCACION

Los criterios fundamentales para escoger estos noticiarios responden a la importancia (número de emisoras) de la cadena a la cual pertenecen dentro y fuera del país (ver cuadro VIII y comparar cuadro I capítulo 2); tienen mayor rating; constituyen una muestra de los principales estilos de hacer informativos y tienen una penetración amplia y son representativos, en virtud de que se transmiten por diversas estaciones simultáneamente

Esto es, se trata de noticiarios que son producidos por grupos radiofónicos que operan varias emisoras capitalinas (emisión simultánea: Informativo Panorama en AM en el 1260 y en FM en 88.9; Monitor por el 88.1 de FM y en el 1110 de AM; Para Empezar en FM en el 102.5 y por el 828 AM; Buenos Días en el 970 de AM y en el 104.1 de FM; Antena Radio en el 1220 de AM y en el 94.5 de FM), o son creados por cadenas que operan a nivel nacional - el caso de Radio S.A. a la que pertenece Al Momento; éste y los antes citados, tienen cobertura nacional a través de repetidoras o enlaces en cadena-

Para examinar la estructura de estos nueve noticiarios se revisó por separado una de sus emisiones - por medio de grabaciones - ,en un día elegido al azar, de una semana común. No obstante, el monitoreo se realizó por espacio de dos meses - octubre y noviembre de 1996-. En esta elección se cuidó que, durante su transcurso, no se hubieran producido acontecimientos de extrema relevancia que pudieran concentrar la atención de los radionoticiarios y alterar los resultados de la indagación.

En cuanto a los factores seleccionados para el estudio de los noticiarios, sólo se han considerado aquéllos que proporcionan una visión general de su estructura y que puedan aplicarse en todos los casos. Estos son.

* Duración total del noticiario.

* Tiempo por bloques

* Importancia de la sección:

- Noticia.
- Comentario.
- Editorial.
- Entrevista.
- Especial o colaboradores.
- Información general.
- Participación ciudadana.
- Comercial.

* Peso a la noticia nacional dividida en capital y provincia.

* Valor a la nota internacional.

* Relevancia de la información deportiva

* Presencia de los sectores: gobierno, privado, económico, social, policiaco, espectáculos y cultura.

Con lo anterior, se pretende conocer las características centrales en la organización de la información en un día normal de transmisión en los noticiarios. Es decir, se indagará el grado de importancia (por periodo y por ciento de cada bloque); manejo (si es superficial o profundo en la conducción de los segmentos); estructura (organización al interior del noticiario), perfil (si es un noticiario que privilegia la noticia, el comentario, la entrevista, etc.) y tendencia (si es oficialista o no) que se le dá a cada sección de las antes señaladas.

Para realizar esta investigación se requirió del diseño de varios instrumentos que permitieran el acopio esquemáticos de la información. El primero de ellos, fue el crear una hoja de trabajo en la que se vertiera el contenido de las grabaciones hechas de cada uno de los noticiarios seleccionados y obtener una visión aproximada de la estructuración de los programas muestra.

Dicha hoja consta de 24 columnas en las que se contienen los criterios para clasificar y analizar los datos desde el punto de vista cualitativo (las características particulares que tiene cada bloque y cómo se relacionan) y cuantitativo (el tiempo destinado a las secciones y el número de notas por sección). Su lectura se realiza de izquierda a derecha, de forma descendente entroncándolas con las 24 secciones que están en forma vertical

El siguiente paso y con el propósito de hacer más explícita la interpretación de los datos, se procedió a dividir a la hoja de trabajo en dos. Se creó un concentrado referente al tiempo de duración de 9 columnas (nota informativa, información general, comentarios, comercial , editorial, bloque especial o de colaboradores, entrevista, servicio y participación ciudadana) y, un segundo, donde se agrupó específicamente todas las notas informativas generadas por cada programa, con el objeto de mostrar su distribución y clasificación en las columnas, D.F., Estado, gobierno, privado, social, económico, político, espectáculos y cultura. Como resultado, tenemos dos gráficas por noticiario que nos muestran tiempos y porcentajes.

ESTRUCTURA DE LOS NOTICIARIOS

DURACION

Los nueve programas informativos seleccionados tienen una duración que fluctúa de entre dos a cinco horas, como es el caso de Perfiles de la Noticia y Al Momento respectivamente. Este último el más largo de todos los radionoticiarios del cuadrante capitalino. Cúpula Empresarial y Buenos Días ambos de Organización Radio Fórmula tienen una transmisión de tres horas y media. Para Empezar y Antena Radio emiten su señal por 3:10 min. Al Momento tercera emisión transmite por espacio de 3 hrs. Por último, Informativo Panorama es de cuatro horas al igual que Monitor.

IMPORTANCIA, COHERENCIA Y MANEJO DE BLOQUES POR NOTICARIOS.

Los nueve noticiarios cuentan, en su mayoría, con similar tipo de secciones claramente establecidas, aunque intercaladas indistintamente a lo largo de los programas, esto responde a la dinámica que sigue cada informativo. El único bloque en el que coinciden todos los programas fue en el referente a resumen de noticias, con el cual comienzan sus emisiones. Cabe mencionar que varios omiten los apartados editorial, participación ciudadana y entrevista.

Al momento fue el único de los noticiarios que cumplió con las nueve columnas del concentrado que acumula los tiempos por sección. Es importante señalar que, la estructura que presenta a diario varía muy poco (como sucede en los informativos que analizamos y en otros), salvo en las ocasiones en las que colaboradores participan una o dos veces por semana y cuando la información es muy relevante. Por ejemplo, la reciente explosión de un tanque de almacenamiento de combustible de PEMEX en San Juan Ixhuatepec centró la atención y rompió el esquema de emisión de los noticiarios.

El informativo antes señalado mostró las siguientes características el día de su análisis: prestó gran importancia a las entrevistas (casi todas relacionadas con la información proporcionada por el medio) La nota informativa obtuvo el segundo lugar, esta se presenta en dos secciones: en resumen (en 5 oportunidades), y la nota apoyada por la intervención de reporteros. El comentario tiene un lugar preponderante y se da con regularidad pasado el primer resumen de noticias, o después de algunas notas que se amplían a través de reporteros (lo cual sucede en las mayoría de los noticiarios). Los comentarios se originan en función de la relevancia de la información del día. Predominó el comentario político y económico nacional.

Los comerciales ocupan el 4o lugar (en esta sección se contabilizó en todos los casos patrocinadores y promocionales de la estación y del programa). En cuanto a la sección especial, que alberga a los colaboradores y a sus espacios, se presentaron en 5 ocasiones. Dicho bloque se divide en “Cartón Hablado” (especie de caricatura política), “Picotazo Político” (comentario) y sección de “ Análisis de Mercados Financieros Mexicanos”.

El servicio que presta el noticiario es básicamente reporte del clima, tráfico y contaminación. El editorial sólo se presentó una vez y tocó el tema de las elecciones en el D.F. para 1997. La participación ciudadana intervino dos veces, y sólo fue a través de la lectura de fax. La información general (en forma de cápsulas que pretenden ampliar el repertorio informativo cotidiano del ciudadano) tuvo un turno e hizo referencia al santoral

Aquí es importante destacar que cuatro barras concentran la mayoría total del tiempo del programa: entrevista con el 30.18 %, la nota informativa con el 20.07 %, el comentario con 27.16 % y los comerciales con el 15.43 %

La estructura de Informativo Panorama es similar a la anterior, excepto porque se omite el editorial y la entrevista. La nota informativa figura en 4 ocasiones en resumen y en 6 transmitidas por reporteros (32.91 %). Los comerciales tienen importante presencia con el 23.04 %; de hecho, son la segunda columna con mayor tiempo. Le sigue la sección especial donde se tiene el comentario de un experto en temas financieros y de negocios. Una más para el comentario deportivo, los pronósticos y, por último, la cultura (21.70 %). Es importante señalar que los tiempos que se le dan son amplios para tratar los temas.

Continúa el comentario con 5 intervenciones (9.70 %). La información general aparece con frecuencia antes de iniciar los comerciales; se registraron 11 participaciones (6.04 %). En cuanto al servicio que presta la estación al público básicamente es reporte atmosférico y la vialidad (5.86 %). Finalmente, sí existe participación ciudadana, pero, mínima, y sólo a través de lecturas de fax, ninguna en vivo (0.56%).

Monitor, el día de su análisis, dio prioridad a la entrevista (31.45%). Dicha sección tocó temas como “la eliminación de más del 90 % de topes que existen en la Ciudad de México” con el objetivo de contribuir a aminorar la contaminación en el D.F.; plática con el Director General del Hospital de Xoco; se le cuestiona el por qué no se admitió a la señora parturienta que reportó el servicio de “La Red Vial” (de Monitor) a dicha institución.

Se abordó el problema de la “expropiación selectiva de vecindades” del primer cuadro del Centro Histórico, a cargo del Director general del Instituto de vivienda del D.F.; se entrevistó al gobernador de Morelos en torno al nuevo código penal, reformado por dicho funcionario, en el cual se contempla sanciones más severas sobre la violación y el secuestro - delitos más frecuentes en dicho estado de la República -; por último, se dialogó con el alto comisionado para refugiados de la ONU sobre el conflicto en Zaire. Todas las entrevistas fueron hechas por el conductor de “Monitor” vía telefónica.

La nota informativa (28.14%) se transmite principalmente por medio de reporteros tanto para la originada en el país como la internacional. Como norma el reportero complementa la información del primer resumen de noticias - con el que inicia el programa - El concentrado de notas se presenta en 5 ocasiones: el primero es extenso y lo dirige José Gutiérrez Vivó, los cuatro restantes están a cargo de una colaboradora y se emiten al inicio de cada hora - la característica es que son breves, esto es, seleccionan lo más importante de la información de la hora anterior -

Los comerciales ocupan la tercera posición en importancia en el programa (17.12%) Cabe mencionar que algunos anuncios patrocinan secciones especiales y los resúmenes de noticias.

Las secciones especiales en el noticiario tienen mucha importancia (8.10%) - por ello la variedad y la presencia constante de las mismas - . Es pertinente señalar que los temas que tratan no necesariamente están encaminados - como sucede en otros programas informativos - a ampliar las noticias, por el contrario, se percibe un esfuerzo al brindar información sobre otro tipo de temas. Por ejemplo, el día de su análisis trató el caso de la "Teoría de la Evolución del Hombre" apoyado por un prestigiado antropólogo; habló sobre la intervención del Ejército Mexicano en la seguridad pública. Es característico de este noticiario también las "mesas de discusión" que son parte de los bloques especiales.

En cuanto al servicio que presta la estación a sus radioescuchas tenemos: el reporte del clima, la contaminación, el tránsito a través del equipo "La Red Vial"; la presencia en el estudio de funcionarios representantes de instituciones públicas o privadas a las cuales puede acudir el auditorio con quejas, preguntas, sugerencias, etc. Monitor es de los noticiarios que cuenta con más servicios disponibles al público (6.39%).

El bloque referente a comentarios (4.16%) no tiene un tratamiento especial en el programa; esto es, no cuenta con espacios definidos como en otros informativos. La opinión por lo regular se mezcla al dar la nota o al intercambiar ideas con sus colaboradores en las secciones especiales.

Monitor presta mucha atención a la participación ciudadana. La permanente comunicación con su público a través de fax, correo de voz, comentario en vivo, presencia de grupos civiles en el estudio lo hacen posiblemente el noticiario que da más cabida a las expresiones del ciudadano (3.52%). No cuenta con editorial e información general.

Cúpula Empresarial jerarquiza de la siguiente manera su información: el total de los segmentos informativos se dividen en 6 resúmenes y 4 secciones para notas que tienen como fuente a reporteros (46.76%). Cabe mencionar que los primeros superan en tiempo a los segundos. Se incorporan con regularidad la lectura de notas y columnas de los principales diarios de la capital. Predomina la información económico-financiera nacional y existe poco desglose de la información.

Cuatro entrevistas se realizaron por vía telefónica y una en vivo, todas relacionadas con cuestiones económicas (26.76 %). Los comerciales tienen gran peso, son el tercer bloque en ocupar mayor tiempo (13.81 %). La sección especial está integrada por colaboradores y columnistas en áreas de finanzas, negocios, política y deportes - 7.61 %. Todas cuenta con patrocinadores comerciales .

La información general es muy efímera y sólo tiene dos espacios, uno se refiere al uso correcto de la escritura y el lenguaje en el idioma español y, el segundo, hace referencia a una convención de fumadores (2.05 %). El editorial analiza las perspectivas económicas para 1997 (1.42%). En cuanto al servicio que brinda el noticiero se tiene información sobre la bolsa de trabajo, el clima y la vitalidad (1.11%). No hubo comentarios y participación ciudadana.

Buenos Días dedicó más tiempo, en la estructura de su programa, a los comentarios sobre política y economía nacional (33.0%). Los comerciales son la segunda columna en importancia (26.0%) La sección especial utiliza a periodistas especializados y colaboradores que tratan temas internacionales, económico y políticos del país (22.0%) Algunos apartados cuentan con patrocinador.

La noticia se presenta en 7 resúmenes, no hay participación de reporteros (17.0%) De hecho y al igual que el anterior informativo no se amplían las notas. Predomina la incorporación de información de resúmenes de columnas político-financieras de los más destacados periódicos de la capital, y se agregan algunos medios impresos del interior del país. En cuanto al bloque de servicios, está el reporte vial y atmosférico (0,61%). No contó con la sección general, editorial y entrevista.

Para Empezar dio prioridad a la noticia a través de resúmenes y reporteros (37.84%). El primero interviene normalmente en 3 ocasiones, por lo regular al inicio de cada hora de transmisión. El resto de la información es ampliada por los segundos. Se percibe equilibrio entre ambos mecanismos informativos.

Los comerciales ocupan la segunda posición en el noticiero (21.28%). La mayoría de las secciones cuentan con patrocinadores.

Se realizaron tres entrevistas: la primera fue hecha al diputado del PRD quien citó en el Congreso de la Unión a Córdoba Montoya ex-coordinador de asesores del sexenio de Carlos Salinas, a un experto en política exterior sobre los nuevos sistemas de pensiones (AFORE); por último, al ministro de industria y comercio de Venezuela. Cabe destacar que las entrevistas se realizaron en vivo - en el estudio de Para Empezar - por Pedro Ferriz de Con. Todas se vinculan con los temas noticia del día y del momento.

La sección especial (15.36%) inició con una encuesta ciudadana denominada “respuestas rápidas a preguntas rápidas” en torno a si se debe o no privatizar la petroquímica secundaria; se analizó el tema de la impartición de justicia en México a cargo de un experto en política nacional; por vía telefónica un colaborador en negocios y finanzas comentó sobre las perspectivas del comercio de boletos para espectáculos que controla en nuestro país “Ticket Master”, posteriormente, vino el espacio que informa sobre los resultados del concurso “Melate”; finalmente está, el comentario que, a diario realiza Pedro Ferriz de Con

La información general es frecuente y se emite antes y después de los comerciales (3.34%) El servicio que presta la estación en su totalidad es el reporte del clima. Esta sección se transmite al inicio del programa y abarca toda la República mexicana (2.15%).

En este espacio informativo el comentario se mezcla simultáneamente con la noticia (.78%), en la conversación con sus colaboradores y, en especial, en la sección fija de comentario internacional.

Si bien, la participación ciudadana no es muy amplia si es constante. De hecho, se tiene un espacio específico para la misma denominado “En buen plan” - correo de voz -. No existe editorial.

Antena Radio dio mayor peso a la nota a través de reporteros - a diferencia de los hasta aquí analizados -, sólo hay 4 resúmenes noticiosos. La información que se da en los concentrados de noticias se amplía, aunque no en su totalidad. Se incorpora el resumen de notas de diarios nacionales e internacionales como recurso informativo (46.38%). Se transmitieron dos entrevistas con cobertura extensa (más de 10 min.). La sección especial ocupa 2 bloques, el primero con más de 20 min. y, el segundo, con 4 minutos

Los comerciales ocupan la 4a posición (12.58%). Le sigue el bloque general con 4 intervenciones: dos para lecturas de esquelas, una para los onomásticos y una para obsequiar boletos para escuchar a la Orquesta Filarmónica de la Ciudad de México (3.17%). El comentario fue mínimo y con una franca posición oficialista (2.15%). El servicio que presta el noticiario es el reporte del clima y la información vial (1.21%). No cuenta con editorial y participación ciudadana.

Al Momento tercera emisión tuvo como prioridad a la nota informativa (42.50%). Esta se presentó en cuatro resúmenes, pero se favoreció la noticia transmitida por reporteros.

La entrevista es el segundo bloque en importancia (26.16%). En el presente apartado se tuvo la presencia de representantes de los "deudores de la banca"; a un Diputado Federal del PRI quien está a punto de renunciar al partido político; al secretario de comercio Erminio Blanco, al secretario de relaciones exteriores José Angel Gurriá, éste y el anterior respondieron a la pregunta ¿por qué viaja el presidente? y, por último, al Procurador Federal del Consumidor. Las entrevistas están relacionadas con la información noticiosa - todas fueron hechas por el titular del programa a través de vía telefónica .

Los comerciales ocuparon el tercer lugar en importancia en la estructura del noticiario (16.69%). La sección especial sólo tuvo una intervención y lo ocupó el análisis político (4.19%). El comentario se hizo presente en cuatro ocasiones (3.05%). En esta sección también el conductor mezcla la información con el comentario.

El servicio sólo abarca la información vial (3.08%) La participación ciudadana es mínima, se presentó dos veces (1.08%). No existe información general y editorial.

Perfiles de la Noticia, el de menor tiempo de transmisión, favoreció la nota dividida en 4 resúmenes y el resto con reporteros (49.28%). El comentario es clave en el programa; predomina los temas políticos (25.40%). La participación ciudadana se hizo presente en tres ocasiones con comentarios, pero nunca en vivo (7.34%) Los comerciales aparecen en cuarto sitio (7.26%). El servicio que presta es relativo a la información vial y atmosférica (6.57%) La información general es para mandar algunas felicitaciones (3.88%). No contó con editorial, sección especial y entrevistas

PERFILES Y TENDENCIAS TEMATICAS EN LOS INFORMATIVOS.

Al Momento mostró, en el día seleccionado para su análisis, una tendencia hacia los temas políticos (dirigentes de los 4 partidos políticos designan al nuevo presidente del IFE y a 8 Consejeros; el Congreso de la unión modifica algunos artículos de la constitución, cambio de delegados en 4 demarcaciones políticas en el D.F.) y en menor escala a los económicos (BMV, secretario de comercio reconoce aumento en el precio del huevo; precio del "dólar").

En la misma medida se favoreció la nota originada en el D.F. (66 notas - el doble hoy no circula, candidatos a la rectoría de la UNAM; nuevo reglamento de tránsito; resumen policiaco - de un total de 90) e increíblemente - a pesar de tener cobertura en los estados - es mínima la información que se trata del interior del país (8 n.- autoridades en Oaxaca descubren campamento del E.P.R.; asalto bancario número 68 en Jalisco; próximo a reanudarse el diálogo de paz en Chiapas; establece la actividad del “popo” dice el Sistema de Protección Civil en Puebla - situación que se da en los 9 informativos analizados)

De hecho, tuvo mayor espacio la noticia internacional (11n.- mala administración en el gobierno venezolano denuncian obreros; elecciones presidenciales en E.U; accidente aéreo en Brasil) y mayor tratamiento y ampliación, la información deportiva (entrevistas, comentarios, intervención de reporteros).

En cuanto a la participación de los sectores, es contundente la presencia gubernamental (41n. - secretarías de estado, funcionarios públicos), lo cual no significó necesariamente una posición oficialista al tratar los temas. Le precede el sector policiaco (12n. - asaltos, homicidios, accidentes de tránsito) con sucesos originados en la capital de la República y los estados .

El bloque social prácticamente es sólo para reportar la información de la contaminación, los avances en el diálogo de paz en Chiapas, pero no existe participación de organismos sociales civiles (11n). De la misma manera que el anterior, el sector privado no cuenta con espacios de intervención, a pesar de que los propietarios de los medios (en la muchos de los casos) son empresarios (2n.). La cultura y los espectáculos no existen en este informativo. Finalmente, el sector económico cuenta con márgenes mayores de tratamiento que los cuatro últimos.

Informativo Panorama tiende hacia la información política (se “destapa” al candidato del PAN para el gobierno de Nuevo León; los preparativos del PRI para las elecciones de 1997 en el D.F; gira de trabajo del procurador capitalino por las dependencias de justicia a su cargo). La notas originadas en el D.F (24n. - operativo conjunto entre la S.S.P. y la P.J.D.F. para la temporada de fin de año; el comercio ambulante; gobierno capitalino amplía albergues para indigentes), así como la intervención del sector gobierno son contundentes (17n. - servidores públicos y organismo estatales - aún así no se percibe oficialismo).

Es una constante, el manejo de resúmenes informativos (que implica repetir notas) y el uso de reporteros (aunque en menor escala que el primero). Estos últimos extienden algunas notas de los concentrados de noticias o incorporan información que no se ha presentado en el programa. En cuanto a la noticia internacional - concluyó el foro internacional Asia-Pacífico; Banco Interamericano de Desarrollo comenta que la economía mexicana mejora, en Francia huelga de transportistas - y deportiva - resultados jornada de fútbol mexicano; fútbol americano en la NFL; tenis internacional -, tuvieron similar número de participaciones en la estructura del informativo (14n.), aunque esta última tiene mayor importancia (reporteros, especialistas, secciones para el comentario, mayor desglose en la información).

En el noticiario tuvieron mayor amplitud los segmentos informativos originados en el interior del país (13n. - se reanuda el diálogo entre COCOPA y EZLN; se enfrentan indígenas católicos contra evangelistas en el estado de Chiapas - apoyo de reportero, extensión en la noticia y comentarios). La sección social tiene poca importancia en el programa y, sólo se menciona el diálogo de paz en Chiapas y algunos problemas de carácter religioso (10n.). No hay presencia de organismos civiles. El sector económico y policiaco no tiene un peso específico, más que de información complementaria (4n.). Por último, el sector privado y cultural se hizo presente en una ocasión - este último contó con una sección especial con duración de 23 min.

Monitor no tiene predilección por algún tema en específico, los trata indistintamente (la recesión económica en México; las causas de la explosión de una planta de combustible de PEMEX, el fraude en la privatización de Fertimex en la que está involucrado el gobernador de Coahuila; el financiamiento a los partidos; las renuncias en el gabinete del presidente de los E.U., etc.).

La nota internacional (12n., accidente aéreo en Perú; 80 personas muertas por un ciclón en la India; la bolsa de valores en Nueva York) y la originada en el D F. (22n., Bolsa Mexicana de Valores; urge incremento en el presupuesto de la policía capitalina; no al aumento al salario mínimo dice el Consejo Coordinador Empresarial) superan rotundamente a la noticia surgida de los estados (10n., policías atrapan a ladrones en Ecatepec; reporte del clima en Guadalajara; nuevo Código Penal en Morelos) No obstante, esta última tiene mayor participación, tratamiento, y apoyo en este noticiario que en otros.

El sector gobierno (16n., secretarías de estado, funcionarios públicos, diputados, senadores, representantes de partidos políticos) supera por mucho al gremio empresarial (2n.), pero no se percibe oficialismo, aunque sí apoyo y exhorto discreto por los último(empresarios) El sector social (9n.) tiene con regularidad notable presencia en el programa, ya sea a través de notas, comentarios o investigaciones - reportajes - con mucha vocación civil, principalmente del conductor del noticiario.

La información deportiva (16n.) y policiaca (4n.) son tratadas con amplitud y constancia - reporteros, especialistas -. El bloque económico tuvo poco tratamiento, aunque normalmente se cuenta con especialistas en el tema en las secciones especiales. Para este noticiario la nota cultural y de espectáculos no existe. No obstante, en ocasiones proporcionan información y regalan libros. Monitor es el informativo que más hace desglose, análisis e investigación de la noticia.

Cúpula Empresarial tiene un perfil en donde predominan los temas económicos-financieros (la economía en México para 1997 según la SHCP; miscelánea fiscal para el año próximo; la BMV). Su información esta organizada en resúmenes de noticias, principalmente de columnas político-financieras y de negocios. Casi no hubo colaboración de reporteros, pero sí de corresponsales para algunas notas internacionales; no obstante, se utiliza con mayor frecuencia las agencias informativas internacionales para dicho caso (aunque no se cita, con regularidad, el nombre de las empresas que proveen los datos periodísticos).

Este programa tiene características similares a los anteriores como son: un marcado centralismo (124 notas en el D.F - Comparece el secretario de Hacienda en el Congreso de la Unión; El presidente del PRI comenta sobre el financiamiento a los partidos; enfrentamiento entre vendedores ambulantes - contra 20 del Estado - Gobernador de Coahuila niega haber sido privilegiado en el sexenio de Carlos Salinas al adquirir Fertimex; diálogo de paz en Chiapas)

Una presencia notable del sector gobierno (63 n - secretario de Hacienda, Presidente de la República, dirigente del PRI -), no así para el privado (18n.- presidente de concanaco, organismo ganadero, representante de la banca - aunque aquí se le dio mayor atención).

La información fuera de nuestras fronteras tuvo mayor participación (25n. - cumbre iberoamericana; ratifican a Clinton como presidente de los E.U., atentado contra el presidente de Ecuador -) que la social (7n. - proceso de paz en Chiapas; vendedores ambulantes -), policiaca (9n - detienen a integrantes del E.P.R. -), espectáculos- cultural (10n. - concierto de música clásica en la UNAM y muestra de cine en Argentina -) y deportiva (4n.) - este último cuenta con un espacio de comentario no así en los otros casos - .

Finalmente, y a pesar de privilegiar al sector gobierno y de no tener bloques de comentario, el tono que le imprime a la información es crítico, sobre todo a los temas gubernamentales.

Buenos Días centra su atención en los temas económicos y políticos (elecciones en el Estado de México; debate sobre la reforma electoral en el Congreso de la Unión, mercados financieros nacionales; BMV). La información es mostrada en su totalidad por resúmenes de notas y columnas - que abordan temas nacionales, internacionales, deportivos, sección de finanzas, etc. - seleccionadas de diarios capitalinos y del interior del país.

Se favorece la noticia originada en el D.F. (46n. - comisión de salud de la cámara de representantes comenta que los alimentos que consumen en la vía pública son altamente nocivos; Procuraduría del Consumidor sanciona a establecimientos comerciales por elevar precios injustificadamente; la jerarquía católica crítica la reforma del Estado) y al sector gobierno (37n. - organismo gubernamentales y servidores públicos). En este programa, la información del interior de la República (30n.) superó a la internacional (25n., por que unos días antes del análisis del radionoticiario se llevaron a cabo elecciones en tres estados de la República), pero ambos ocuparon espacios importantes en el informativo.

Cabe mencionar que la sección deportiva estuvo por encima de las dos anteriores (32n.) e incluso se presentó un espacio de comentario (resumen de la jornada de fútbol mexicano; los preparativos para el mundial de fútbol en Francia 1998; ciclismo internacional, toros). El sector económico mostró singular presencia (25n.), no así el privado (7n.) y el social (7n.) a los que les otorgó mínima importancia. La intervención del sector policiaco y cultural no existió. Para concluir apuntaremos dos hechos: el noticiario prácticamente no amplió en ningún caso las notas informativas, pero sí dio un mayor margen de tratamiento al comentario y a la participación de colaboradores. La posición que muestra el informativo en el manejo de los temas es antigubernamental.

Para Empezar organiza de la siguiente manera su información: privilegia la nota que surge en el D.F.- 36n., la contaminación; la reunión anual del presidente con los empresarios de la radio y la televisión; la aprobación de la nueva ley contra la delincuencia por el Senado de la República - no así la estatal - 7n. el diálogo de paz en Chiapas; Diputados en Oaxaca niegan perdón a 17 indígenas integrantes del E.P.R. -. Da prioridad a la transmisión de noticias por reporteros

La información deportiva (16n., selección mexicana de fútbol, serie mundial de béisbol, nuevo campeón de fórmula 1) superó a la sección internacional (13n., crisis política en Rusia, el conflicto entre palestinos e israelíes; los E.U. presionan a la Comunidad Económica Europea). La primera contó con espacios amplios de tiempo, análisis por expertos, reporteros. La segunda se da a través de agencias informativas y tiene un espacio fijo para el comentario.

El sector gobierno - 14n., Secretaría del Medio Ambiente, el presidente de la República, cámara de senadores, gobierno de Oaxaca - supera al apartado privado (6n., Coparmex, Consejo Coordinador Empresarial), no así al bloque social (10n.). Este último, tiene mayor atención en el programa, hasta cuenta con un espacio o tribuna para emitir comentarios diariamente a través del llamado correo de voz.

La sección económica (6n) y policiaca (7n.) tuvo similar número de intervenciones. La primera cuenta con espacios especiales no así la segunda - prácticamente es un complemento -. La promoción de la cultura y los espectáculos no tuvieron relevancia alguna.

No se percibe una tendencia específica al tratar los temas. Más bien, éstos se manejan en función de la importancia de la información del momento. El informativo muestra una posición crítica y poco oficialista al tratar los temas noticiosos.

Antena Radio no tiene predilección por algún tema en general. Este los trata indistintamente: economía (BMV, doping al tomate mexicano, el aumento injustificado en los productos alimenticios), política (reforma electora), deportes (resumen de la jornada de fútbol mexicano, NFL, con apoyo de reporteros), notas internacionales (resumen de los principales diarios de E.U. y España a través de corresponsales y agencias informativas) La noticia tiene como principal protagonista al sector oficial (15n., organismos gubernamentales, funcionario público, secretarías de estado), deportivo (17n.) e internacional (19n) .

Es notorio el centralismo en las noticias (45n). El sector privado (5n.), social (3n.) y policiaco (3n.) no tiene mucha relevancia, sólo son tratados superficialmente (notas cortas y fugaces). En cambio, el sector espectáculos / cultura tuvo mayor peso y su manejo fue más amplio (12n., mayor tiempo y apoyo por reporteros) El programa proporciona dos entrevistas. una relacionada con la información presentada en el noticiario, en relación a la privatización de la petroquímica secundaria y, otro referente a la seguridad pública con el director de la Policía Bancaria Industrial

Es importante señalar que el noticiario da mayor importancia a la transmisión de noticias por reporteros y corresponsales, aunque incorpora resúmenes de diarios internacionales y nacionales. El tono que le imprime a las noticias es acético y de tendencias oficialistas

Al Momento tercera emisión no tiene una predilección específica por algún tema informativo en particular. No obstante, dio prioridad (al igual que los noticiarios hasta aquí analizados) a la nota originada en el D.F. - 46n., comparecencia del SHCP; actividades presidenciales; vida social del regente capitalino; declara el director de PEMEX que se reubicarán algunas plantas de combustible de la paraestatal -, al sector gobierno -25n., secretaria de estado, presidente de la República, funcionarios públicos menores - y, de forma sorpresiva, el bloque social tuvo una participación abundante y activa como en ningún otro informativo - 18n., el diálogo de paz en Chiapas; el movimiento civil "deudores de la banca"; representantes laborales; contaminación; organismo campesino "cañeros de Morelos"; participación de la iglesia .

La nota internacional (14n.) superó a la estatal (3n.). La primera presentó temas como el caso de los mineros atrapados en Perú a consecuencia del un fuerte sismo; el regreso a su país de más de 700 mil Utus, la visita de Fidel Castro presidente de Cuba a Italia. En el segundo caso se habló exclusivamente del diálogo de paz en Chiapas.

La información deportiva (4n.) superó al sector privado (3n.), económico (1n.), policiaco (2n.). No existió información sobre cultura y espectáculos. Agregaremos que es un noticiario crítico y trata los temas noticiosos con poco oficialismo

Perfiles de la Noticia tiende a tratar temas políticos. El sector gobierno (21n.) y la información originada en el D.F. (25n.) tuvo mayor número de notas (reforma electoral, la economía para el año 1997 a través de la SHCP; los programas para combatir la extrema pobreza por el Gobierno Federal; un supuesto fraude por el gobernador de Coahuila en la compra de una paraestatal). El apartado destinado a las noticias originadas en el estado sólo se presentó en 6 ocasiones.

Los bloques informativos son básicamente resúmenes ampliados en algunos casos por reporteros. La nota deportiva (8n.) tuvo mayores espacios que la internacional (3n.), los sectores sociales (5n.), económicos (3n.) y policiaco (2n.). Está ausente la sección privada y espectáculos / cultura. El noticiario favorece más el comentario y la información da la impresión de estar como relleno

En conjunto, el tema principal de los nueve noticiarios es el político (la reforma del Estado, la procuración de justicia, la democratización de los organismo gubernamentales, la poca credibilidad en el sistema de gobierno, etc.) y el económico (política-financiera, fiscal, el desempleo, la crisis económica producto de los llamados errores de diciembre de 1994 - que han nutrido en buena medida la discusión -, el fraude en la privatización de empresas paraestatales, etc.), cuyo protagonista número uno es el sector gobierno en sus diferentes niveles y sólo de manera ocasional los organismo privados y sociales (estos últimos no existen para los noticiarios)

Le sigue en importancia los deportes nacionales e internacionales (fútbol soccer y americano, basquetbol, box, tenis, automovilismo, etcétera). La información internacional curiosamente tiene mayores espacios que la referente a los estados. Por último, la sección espectáculos y cultural tiene bloques mcrementamente representativos.

ESPACIOS DE OPINION, ANALISIS Y COMENTARIO.

De los nueve noticiarios, uno no contó con el bloque de comentarios - Cúpula Empresarial - aunque sí con sección especial

Al Momento presentó tres espacios similares al primero: El primero de ellos, (con seis intervenciones) abordó el tema de la salida del rector de la UNAM y el diálogo de paz en Chiapas; la comparecencia del ex-coordinador de la presidencia en el sexenio 1988-1994 ante diputados del PRD; la información policiaca; los deportes ; la destitución de delegados en el D F. Por último, un bloque denominado "Tertulias" que incluyó a todos los temas anteriores y algunos más como las estrategias del PAN para las elecciones de Coahuila (el comentario estuvo a cargo del conductor, colaboradores e invitados; duró más de una hora).

En cuanto a las secciones especiales se destacan tres espacios denominados: "Cartón Hablado", un tipo de caricatura política; "Picotazo Político", en donde se hace una breve crítica sarcástica sobre las notas políticas del día; otro bloque, es el que realiza un análisis de los mercados financieros mexicanos y de política.

El editorial, por su parte, fue presentado por el conductor e hizo referencia a las próximas elecciones a efectuarse en la capital de la República. Las tres secciones centran su atención sobre los temas del día, extraídos del resumen informativo, con el que inicia el noticiario. El tono de los comentarios es, en general, crítico y tiene una participación destacada en el programa. De alguna manera, esto equilibra la notable presencia de las notas que hacen alusión al sector oficial.

Informativo Panorama cuenta únicamente con la sección de comentarios y la especial. La primera, a cargo de los conductores, centró sus opiniones a temas capitalinos como el comercio ambulante, la seguridad pública, la supervisión del funcionario titular de la Procuraduría del D.F. por las diversas dependencias con que cuenta en la ciudad y las elecciones en Nuevo León.

En cuanto al bloque de colaboradores se tiene el referente a finanzas (abarcó temas como la venta de satélites, de ferrocarriles, los movimientos en la dirección de instituciones bancarias, etc.), deportes y un largo espacio para difundir eventos culturales (más de 20 min.). Aquí también se existe un comentario crítico ante la ineficacia de los servidores públicos y las dependencias que dirigen, aunque no es tan sistemático y amplio como el anterior noticiario. No hay editorial en el programa.

Monitor dio mayor importancia - en cuanto a tiempo se refiere - al bloque especial. En este se trató el tema "la evolución del hombre" a cargo de un antropólogo (00:19 45seg); posteriormente, vino el comentario internacional (10 min.). Cabe mencionar que en el espacio de Gutiérrez Vivó - en especial el propio comunicador - impulsa día con día mesas de discusión, análisis, polémica sobre los temas más diversos y variados - política, economía, cultura, etc.). Siempre procura contar con gente experta que aporte información útil a su auditorio. Es importante señalar que el informativo de Radio Red es el que con mayor frecuencia presenta investigaciones, reportajes.

El comentario abordó la llamada "línea de insultos", investigación realizada por uno de sus colaboradores: la privatización irregular del complejo Fertimex propiedad del Gobierno Federal en el sexenio de Carlos Salinas; el triunfo de la selección mexicana; la explosión de una planta de combustible de PEMEX. Los tiempos para cada análisis fueron breves. Con regularidad las opiniones se mezclan con la información; esto es, no se espera a que concluya la nota, sobre la marcha se comenta.

No cuenta con editorial, pero sí se percibe una línea crítica a seguir - implantada - por el conductor del noticiario.

Cúpula Empresarial no muestra espacios para el comentario, pero sí le imprime un acento crítico a las notas del sector oficial. El informativo sólo cuenta con editorial y sección especial. La primera centró su atención a las perspectivas económicas para 1997. En el segundo caso se tuvo la intervención de un ejecutivo de Bancomext para orientar sobre exportaciones (3 minutos), posteriormente, participó Alfredo Domínguez Muro con su “Palco deportivo” (9 minutos) y el análisis político, por Demetrio Sodi de la Tijera, sobre la reforma electoral.

Buenos Días otorga una evidente importancia al comentario y a la sección especial, de hecho, los dos bloques superan en tiempo (01:59:05 seg.) y porcentaje (55.0%) a la sección informativa (00:36:20seg -17%. Este noticiario y Al Momento son los únicos que muestran esta situación). El primero abarcó las pasadas elecciones del Estado de México, la economía en los E.U., la comparecencia del titular de Hacienda y la crisis en la industria cerealera en México (investigación realizada por uno de sus colaboradores). Los comentarios son realizados en una mesa de debates.

En cuanto a los bloques especiales, éstos trataron temas como los cambios en el gabinete de Clinton, la VI Cumbre Iberoamericana (a la que asistió el presidente de la República), la guerra en Africa (todos a cargo de expertos en asuntos internacionales). El bloque que tuvo más intervenciones fue el que conduce el columnista Joaquín López Dóriga denominado “ Comentarios a la Noticia” (sección con perfil político) Este último dedicó su tiempo a reseñar la “VI reunión de mandatarios latinoamericanos” en la que fue enviado especial.

Después está la sección, “ Unos Minutos de Buenos Días” que abarcó la comparecencia de Guillermo Ortiz Martínez titular de la Secretaría de Hacienda y la economía para el próximo año. Una más está a cargo del conductor del programa sobre las elecciones del Estado de México, Coahuila e Hidalgo. Jorge Saldaña realiza su comentario político desde Francia. Por último, está el comentario deportivo de Alfredo Domínguez Muro “Palco Deportivo”.

Los temas son tratados con cierta profundidad, amplitud, de forma crítica, con lo cual se pretende verter una serie de argumentos que permitan formar un juicio de “opinión imparcial” Los tiempos de duración fluctúan entre 3 minutos mínimo y 10 máximo. Se muestra una posición de franca discordancia hacia el sector oficial. El conductor modula con regularidad las discusiones y comentarios. El noticiario no cuenta con editorial.

Para Empezar en el día de su análisis mostró poca importancia hacia el comentario - sólo tocó el tema de las exportaciones nacionales - a pesar que con frecuencia opina sobre las notas o el tema de la semana. Por ejemplo, en la emisión del 6 de agosto de 1996, Pedro Ferriz hizo juicios en torno a la reforma electoral; la muerte de Luis Donald Colosio, ex-candidato a la presidencia por el PRI; el nuevo dirigente del PRD; la falta de infraestructura en la producción agrícola de granos; la marcha del grupo campesino denominado "movimiento el maíz"; finalmente, el comentario internacional.

El tono que le imprime a sus análisis es reflexivo y crítico, sobre todo al sector gobierno. Aunque existen temas, como en la mayoría de los informativos, que se abordan con cierto cuidado. No olvidemos que los concesionarios mantienen relaciones con el poder político.

Es importante señalar que las opiniones del conductor de Para Empezar en ocasiones son irónicas y en tono de burla, por lo que a veces se le tacha de poco serio. Es un estilo que lleva la contraria a la solemnidad que existe en otros noticiarios.

Por lo que respecta a las secciones especiales, éstas tienen gran peso en el programa. En la semana se dan cita múltiples especialistas de la talla de Lorenzo Meyer, René Delgado, Eduardo Torreblanca Jacques, quienes tratan temas económicos, políticos, internacionales, etc. En el día de su estudio se presentó una encuesta sobre si se debe o no privatizar PEMEX; un análisis sobre procuración de justicia en nuestro país, uno más a negocios y finanzas, el comentario internacional; por último, los resultados del concurso "Melate". En noticiario no cuenta con editorial.

Antena Radio no brinda mucha importancia al comentario; en cambio, dio un amplio margen a la sección especial. Esta última contó con la intervención de un especialista en ciencia política (cuyo espacio "Encuentros" duró 26 minutos), y un segundo, a cargo de Ausencio Cruz, el cual es una especie de sección humorística (recurso de opinión que a la fecha se ha incorporado en varios e importantes noticiarios). En cuanto al tratamiento que hace el programa y el conductor de la información es muy parcial y favorece al sector gobierno. Ejemplo, la crítica poco favorable que se hace al "doble hoy no circula" por otros noticiarios, éste lo justifica y aprueba.

En Al Momento tercera emisión tuvo mayor número de intervenciones el comentario (la comparecencia del titular de la SHCP, la reforma a los partidos políticos, la iglesia debe pagar impuestos), aunque en tiempo (00:05:50seg) fue superado por la sección especial (00:07:55seg). Esta última contó sólo con el comentario económico.

Cabe mencionar que la opinión de José Cárdenas, sobre los temas noticia, es constante y, en innumerables ocasiones, va mezclado comentario e información. Las entrevistas se utilizan como recurso para corroborar, desmentir y anexar datos que las notas no cubren.

Este informativo dio más peso a la información, sin perder de vista el análisis, la reflexión, la opinión crítica sobre la noticia por parte de quien conduce y colabora en este programa.

Perfiles de la Noticia favorece el análisis y la opinión; no obstante, brinda mayor tiempo a la difusión de la noticia. No cuenta con editorial y sección especial. Los temas que ocupan la atención en el comentario fueron el supuesto fraude del gobernador de Coahuila en la compra de Fertimex, los montos económicos para los partidos políticos, los subsidios para combatir la extrema pobreza a cargo del Gobierno Federal y la campaña para alentar el pago de impuestos por la SHCP (todos estos temas han sido retomados de las notas emitidas por el informativo). Los comentarios son realizados por el conductor y sus colaboradores. En cuanto a la posición de sus opiniones, esta muestra un tono crítico hacia los actos del gobierno - a pesar de ocupar espacios amplios en la elaboración del noticiario.

BALANCE FINAL

El saldo que arroja este breve análisis de nueve noticiarios sobre su estructura y manejo de las noticias es el siguiente:

Por lo que respecta al tratamiento de la información, éstos muestran un grado importante en el seguimiento de los temas informativos. Por ejemplo, temas como la crisis económica, producto de los errores del diciembre de 1994, los asesinatos políticos, la corrupción en la administración pública, el desempleo, la inseguridad social, etc. son algunas de las notas que están presentes en las emisiones de los noticiarios.

Cabe mencionar que lo anterior no implica el profundizar y ampliar - en la mayoría de los casos analizados - sobre la información transmitida como noticia (a pesar de que los noticiarios cuentan con espacios de tiempos amplios). Los segmentos informativos aparecen con frecuencia fragmentados; notas sueltas con espacios de tiempos mínimos; descontextualizados; no se desglosan los hechos, salvo en los casos en los que el reportero proporciona algunos elementos adicionales, casi siempre a través de declaraciones de los actores involucrados.

Es pertinente señalar que el uso de reporteros y, en menor escala, de corresponsales como conductos informativos es hoy más frecuente, lo cual no quiere decir que sus intervenciones mejoren substancialmente la calidad de la noticia. Dichos elementos requieren de mayor preparación profesional; ética; intelectual; de especialización en la fuente que se cubre - ; contar con márgenes suficientes de tiempo para desarrollar la noticia; crear redes amplias y diversas de reporteros que cubran también los extensos y variados sectores sociales, económicos y políticos que integran la nación, y no sólo algunos de ellos.

La información originada en el país requiere, por otra parte, de espacios más plurales, imparciales y menos centralizados. De los 6 noticiarios analizados todos tienen el sector gobierno como principal protagonista. El sector social (amas de casa, obreros, sindicatos, asociaciones de colonos, campesinos, estudiantes, maestros, grupos indígenas, asociaciones civiles, los millones de pobres etc.) ; privado (empresarios, asociaciones ganaderas, productores agrícolas, industriales, grupos financieros) ; militar (marina, fuerza aérea, ejército) ; religioso (salvo la jerarquía católica a la que se le otorgan mayores espacios, no así para otro tipo de grupos religiosos) ; cultural (eventos musicales, pintura, escultura, literatura, educación, nuevas tecnologías) prácticamente pasan desapercibidos para la mayoría de los informativos radiales, no existen, no son noticia, no tienen relevancia desde su perspectiva.

El centralismo en la información es otro de las peculiaridades evidentes que se perciben en los radionoticiarios. Esto es, predomina en abrumadora mayoría la nota originada en la capital del país; la provincia está prácticamente ausente; sin embargo, estos noticiarios curiosos y contradictoriamente cubren la totalidad de la República o sus principales ciudades. Los segmentos internacionales y deportivos -incluso- tienen mayor cobertura y espacios para su análisis.

Para equilibrar la parcialidad, centralismo y la poca profundidad en el manejo y presentación de la noticia, los programas informativos han dado especial impulso al comentario en sus modalidades de mesas de discusión, análisis y de debate; así como, a la secciones especiales, en donde participan colaboradores y expertos en asuntos políticos, económicos, sociales y culturales. Por último, se entrevista a las partes más representativas (en cuanto a tendencias ideológicas y distintas formas de interpretar los hechos) vinculadas con los temas que son noticia.

Los tres elementos citados en conjunto intentan enriquecer , equilibrar, contrarrestar la excesiva presencia del sector gobierno a través de un posición crítica y de análisis, sin llegar a ser una posición totalmente anti-oficialista, pues existen temas que son tocados con cierta mesura. El más claro ejemplo es el tratamiento cuidadoso y parcial que se le da a las acciones presidenciales.

La discusión se ha convertido en un elemento clave en la atracción de los auditorios hacia los programas de noticia. De hecho, los dueños de las estaciones radiofónicas tratan de contar con cuadros de comunicadores con amplio prestigio y credibilidad para legitimar ante el radioescucha sus espacios informativos; de ahí, que muchos periodistas de prensa escrita participen en las emisiones informativas radiales.

La radio informativa de la ciudad de México ha abierto sus espacios al debate, al análisis, a la presentación de versiones distintas sobre los acontecimientos sociales. Este hecho ha propiciado que sectores de la población le otorguen su voto de confianza y credibilidad como medio informativo.

El dial presenta, en este sentido, un gama variada de noticieros y de periodistas, lo que permite tener mayor libertad de elección. Aunque dicha diversidad no es del todo plena, pues en cuanto a su estructura son muy similares los informativos, los espacios dedicados al comentario son en gran medida lo que distingue a uno y otro.

Los espacios informativos se han convertido en la actualidad en parte medular y relevante en la programación del cuadrante (ver cuadro VIII). Prueba de ello, es que la conducta de rechazo y franca evasión que el radioescucha mostró a mediados de los 80 hacia los noticieros de la radio, se transformó, como consecuencia de la evolución registrada en el dial, en una actitud de aceptación y demanda de este tipo de programas.

Es pertinente señalar que la banda de AM concentra a la mayor parte de los informativos, sin embargo, la FM en el horario matutino a comenzado a ceder espacios en este sentido (aunque prácticamente la mayoría son transmisiones simultáneas de la banda de amplitud modulada), ejemplo: Monitor de la mañana, tarde y noche; Para Empezar 1a., 2a. y 3a emisión, Informativo Panorama 1a. y 2a. emisión; Cúpula Empresarial sólo en horario matutino al igual que Buenos Días, Plaza Pública y Pulso de Radio Educación; Antena Radio y Enfoque en 1a. y 2a. emisión.

La rentabilidad de los noticieros es otro aspecto destacable; hoy en día son una fuente importante para allegarse recursos a través de la publicidad - la principal fuente de ingreso para la industria de radio y televisión - . Los hechos así lo demuestran De los seis noticieros analizados ubicaron al bloque de comerciales de 2o. a 4o. lugar en cuanto a tiempo de transmisión. Ello habla de lo atractivo que resulta para el anunciante el emitir mensajes publicitarios en dichos programas.

En cuanto a su elaboración, los programas de noticias muestran (no en todos los casos pero sí en aquéllos que pertenecen a grupos de radiodifusores económicamente fuertes) mayores recursos materiales, técnicos y humanos destinados a la información - amplia red de reporteros, corresponsales, helicópteros, unidades móviles -. El resultado; informativos dinámicos, oportunos, con amplia cobertura, credibilidad y apertura.

A pesar de las deficiencias que muestran aún los noticiarios es indudable que la población está mejor informada, lo cual no quiere decir que estén cumpliendo plenamente con su cometido : informar imparcial, objetiva y plenamente. Por el contrario, éstos deben ir cubriendo sectores y temas que se encuentran a la zaga y que interesan a la población; proporcionar espacios más amplios a las expresiones de la sociedad civil. Los existentes siguen siendo mínimos, aunque comparados con los de la t.v y prensa son importantes.

Presentar información más completa, contextualizada y plural; proponer modelos de noticiarios diferentes desde el punto de vista estructural y de contenido, pues, los programas de noticias en la actualidad son sumamente similares; alentar proyectos informativos que se desarrollen a largo plazo; finalmente incorporar géneros informativos que no se trabajan - como el radioreportaje - y en la misma medida impulsar el periodismo de investigación. Este último, poco desarrollado no por falta de recursos o de talentos, si no de visión de quienes controlan a los medios masivos de comunicación en México.

Dichas medidas son de vital importancia para mejorar la calidad de información que la radio transmite; con ello, ésta aportará su parte, así sea modesta, a hacer de nuestra sociedad mejor informada y, por lo tanto, más participativa y consciente de su realidad.

CAP. IV LAS VOCES INFLUYENTES DEL CUADRANTE INFORMATIVO

Un elemento clave que contribuyó, en buena medida, a validar a la radio como una opción informativa confiable - en función de atender las expectativas crecientes de una población demandante de espacios crebles, abiertos, veraces, plurales que le permiten conocer y entender los múltiples y complejos fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, etc., en los que se ve inmerso cotidianamente - sin duda, ha sido la presencia de una gama de comunicadores.

La llegada de un gran número de comunicadores y, sobre todo, el aporte que trajo consigo su labor en el dial capitalino (diversidad de puntos de vista sobre los hechos que son noticia; las diferentes perspectivas desde las que se abordan los hechos sociales trascendentes; la particular manera de interpretar la realidad de cada uno de los noticieros existentes; el estilo que le imprime cada comunicador así como su equipo de trabajo en la elaboración de su programa; el manejo de la información; la forma de hacer partícipe a su auditorio - posibilidad que en otros medios no se da con frecuencia y cantidad - , por mencionar algunos) influyó de manera sustancial al crear un clima de credibilidad entre quienes atienden a los espacios de noticias del medio radiofónico.

El columnista Miguel Angel Granados Chapa interrogado al respecto comenta “ el público tiende a creer en la radiodifusión (de tipo informativa) entre otras cosas porque tiene la ventaja de poder elegir. Y entonces, el público se queda en los programas periodísticos a voluntad y, esa voluntad, se mueve en función, en buena medida, de la credibilidad. De modo que la gente si deja de creer en un comunicador se va fácilmente; es muy sencillo darle vuelta al medio radial y escaparse de una comunicación que no es satisfactoria”.

El presente apartado, en este sentido, tiene como objetivo analizar el caso de tres líderes de opinión, ubicados en los noticieros matutinos de la radio de la Ciudad de México. El propósito, indagar y mostrar las características contextuales, situacionales, coyunturales, personales y de sus programas que los constituyeron en personas influyentes o de referencia para quienes (en este caso su auditorio) desean una orientación, una opinión o simplemente una información confiable para guiar, sustentar, desechar ideas, puntos de vista y actitudes en torno a los múltiples fenómenos informativos que circundan el acontecer social.

Los personajes fueron seleccionados del total de noticiarios analizados con anterioridad. Estos son: José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas. Este último, por más de 5 años en el horario matutino, hoy se encuentra en la 3ra. emisión del noticiario Al Momento. Lo anterior no hace desaparecer su prestigio y, como tal, su status de líder de opinión. Es por ello, que aún se le consideró para el presente análisis.

Los criterios que llevaron a escoger a los tres comunicadores antes mencionados se basaron en la trayectoria profesional de cada uno; periodo de estancia en el medio; impacto de su permanencia en la radio en los últimos 10 años; credibilidad e influencia de su labor periodística que proyectan con su persona y espacio informativo hacia su auditorio. Por último, pertenecen a un medio de comunicación que permite a su auditorio elegir de entre una gama diversa de noticiarios.

Ubicaremos a José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas como líderes de opinión en el campo denominado de la opinión pública; fenómeno gestado al interior de las sociedades de masas y estrechamente vinculado con el desarrollo de los mass-media en el presente siglo.

“La opinión pública, tal como hoy día la entendemos en un fenómeno típico de la sociedad en que vivimos. Surge en ella de un modo espontáneo y natural, pues encuentra los presupuestos básicos que facilitan su aparición: concentración de población, despersonalización, masificación, junto al gran desarrollo de los mass-communications”. (113)

Para entender el término opinión pública y comprender cómo incide el líder de opinión es necesario desglosar y analizar en sus partes dicho hecho social (la opinión pública).

Primero, ¿ qué son los juicios de opinión ?

(113) Juan Pablo Villa Nueva. La dinámica y el valor de la opinión pública,pág. 38.

Juan Pablo Villa Nueva comenta “que si después de una interrogación, sino se encuentra solución, surge la duda y de esta intentamos salir mediante un juicio. Este juicio o bien es un juicio cierto o bien es un juicio de opinión”. (114)

Duda y certeza son dos estados distintos y contrarios en que se puede encontrar nuestra mente. La certeza surge cuando el espíritu descansa tras haber encontrado la verdad. La certeza se basa en la evidencia del objeto.

La certeza supone que el espíritu tiene conciencia de conocer la verdad. Mientras soy consciente de conocerla “ estoy en lo cierto”, si no quedo en suspenso, dudo.

La incertidumbre es el caso contrario. La razón situada en presencia de varios juicios no se siente irresistiblemente atraída por ninguno de ellos. De ahí, es sentimiento de inestabilidad, de inquietud, de esfuerzo.

La incertidumbre abraza la duda, pero ésta (la duda) no puede permanecer como estado definitivo. La inquietud que la acompaña provoca inevitablemente un esfuerzo en busca de la verdad; que le dará la quietud que la certeza trae consigo.

Entre los juicios que hacemos para salir de la duda hay unos que no son verdaderos, son los juicios de opinión. La opinión es un estadio para salir de la duda , versa sobre temas contingentes (no necesariamente verdaderos). “La opinión - difusa e inorgánica - se distingue de la creencia integrada y organizada. Aquélla es menos sólida que el juicio construido por la razón”. (115)

Kimball Young al respecto precisa “ una opinión es una creencia bastante fuerte o más intensa que una mera noción o impresión, pero menos fuerte que un conocimiento positivo basado sobre pruebas completas o adecuadas. Las opiniones son -en realidad- creencias acerca de temas controvertidos o relacionados con la interpretación valorativa o el significado moral de ciertos hechos”. (116)

(114) Ibidem,pág.27

(115) Juan Beneyto. La opinión pública: teoría y técnica, pág. 18.

(116) Kimball Young. La opinión pública y la propaganda,pág. 11.

Estrictamente, como se puede apreciar, el juicio de opinión está limitado por la certeza - que implica el conocimiento científico de los hechos.

Segundo, ¿ qué es el público ?

Para Park Blumer " el término público se usa para referirse a un grupo de personas: a) que están confrontadas por un problema, b) que están divididas en sus ideas en cuanto a la manera de encontrar la solución, y c) que se ocupan en la discusión de un problema". (117)

Kimball Young señala " el sustantivo publico significa gente y apartir de este primer uso llegó a significar el cuerpo general o totalidad de los miembros de una comunidad; nación o sociedad. Ha sido empleado también con un sentido más limitado para significar una masa transitoria de individuos que no se encuentran próximos unos de otros, con un interés común o general". (118)

A diferencia de la muchedumbre, cuyos miembros se hallan juntos, el público, si bien constituye un grupo psicológico en sentido estricto, es amorfo y su polarización (punto de reunión) adquiere un carácter diferente.

El público no se mantiene unido por medios de contactos cara a cara y hombro a hombro; se trata de un número de personas dispersas en el espacio, que reacciona ante un estímulo común, proporcionado por medios de comunicación indirectos y mecánicos. A decir verdad, el público como grupo efímero y disperso en el espacio, es la criatura engendrada por nuestros medios masivos.

Puede haber, en diferentes momentos y con grados variables de interés, un público político, un público financiero, un público interesado por el arte, la reforma moral, o cualquier otro tópico de interés general relativamente extendido. En realidad, los públicos, si bien son muy extensos y transitorios constituyen importantes grupos secundarios dentro de las sociedades modernas.

En cuanto a lo que significa el adjetivo público, se refieren a hechos o actividades humanas que concentran el interés general de la comunidad: todo aquello que es visto, oído, conocido en común, todo aquello que está abierto al uso o goce general.

(117) Citado por Vincent Price. Opinión pública, pág. 46.

(118) Kimball Young. Op. Cit., pág. 7.

“ El público que constituye la opinión pública está formado por el conjunto de personas que mantienen esa opinión, y piensan que hay gente que opina como ellos. El sujeto que opina públicamente - que forma opinión pública -, es decir, que es sujeto de opinión pública, sustituye el yo por nosotros; con esa conciencia de no ser su opinión una opinión particular - conciencia o solidaridad de grupo -, sino de ser muchos los que opinan como él, aunque no lo conozcan”. (119)

Tercero, ¿ qué es la opinión pública ?

Raúl Rivadeneira Prado define a la opinión pública como “el fenómeno psicosocial y político que consiste en la discusión y expresión libres, de un grupo humano, en torno a un objeto de interés común”.

(120)

Edmundo González Llaca apunta “ la opinión pública es la adhesión, implícita o explícita, de la mayor parte de los miembros de una clase social a una alternativa propuesta por sus líderes y / o por los medios de información, en relación a un asunto cuyo tema es de interés general y promueve controversia”.

(121)

“ La opinión pública es el juicio social impersonal, es lo que está en el ambiente, lo que se dice, lo que se piensa, etc... la masa (público) encuentra el amparo de su irresponsabilidad en este juicio impersonal, donde es posible el anonimato. Ahí radica uno de las principales fuerzas de la opinión pública. Y es este juicio despersonalizado el que se ha puesto como árbitro supremo de todas las decisiones sociales y políticas”. (122)

La opinión pública, en este sentido, consiste en las opiniones sostenidas por un público en cierto momento. El público se puede entender como una asociación de personas interesadas, en el sentido, de que poseen opiniones acerca de algún problema en general.

Puede tratarse de un grupo organizado en torno de un interés especial; puede ser una asociación vaga, no continua y tenue de ciudadanos, interesados por algún problema político; puede consistir en los lectores de un diario, el auditorio de un programa de radio o televisión, interesados por algún hecho que atrae su curiosidad, interés, morbo, etc.; o bien puede estar compuesto por todas aquellas personas atraídas temporariamente por algún acontecimiento pasajero.

(119) Juan Pablo Villa Nueva. Op. Cit., pág. 31.

(120) Raúl Rivadeneira Prado. La opinión pública, pág. 54.

(121) Edmundo González Llaca. La opinión pública, pág. 27.

(122) Juan Pablo Villa Nueva. Op. Cit., págs. 38-39.

El hombre aislado no es capaz sino de una opinión individual, particular y no de una opinión pública. Necesita para esto de un conjunto de individuos que opinen como él, porque les unen unos mismos intereses. Cuando estos intereses comunes sean afectados es evidente que la tendencia de estos hombres se inclinará hacia una opinión semejante, en una actitud de defensa - de solidaridad - frente a los perturbadores de estos intereses.

Este patrimonio más o menos numeroso de convicciones comunes, esa comunidad de intereses los mantienen unidos y propicia el que surja la conciencia de colectividad, de grupo.

En resumen, podemos decir que para que exista una opinión pública se requiere:

1. Objeto opinable en controversia, conocido y que contenga interés para muchos.
2. Conjunto de personas interesadas que opinen lo mismo y que tengan conciencia de esa coincidencia.
3. Esto implica en cada uno de ellos el conocer cómo opinan los demás, lo que exige que la opinión se manifieste de algún modo - en el caso de las sociedades urbanas se realiza a través de mass-media, pues se han convertido en el vehículo mas importante donde se puede manifestar dicha opinión-. Esta (la opinión pública) puede ser iniciada por el medio, un líder de opinión, o retomada de las manifestaciones de insatisfacción social.
4. La opinión implica toma de posición frente a otras posiciones. Exige la existencia de varias opiniones diferentes. Como en su esencia está la discusión, la opinión pública está siempre dividida. Cuando desaparece la oposición se convierte en creencia profunda. (123)

Cuarto, ¿cómo incide el líder de opinión en la formación de la opinión pública ?

El líder de opinión tiene un papel clave en la etapa en la que se inicia la discusión e intercambio de opiniones en torno a un hecho que genera la atención e interés para un grupo numeroso de personas. La intervención de dicho individuo líder facilita, rechaza o modifica de forma decisiva la postura que tomará determinado público - al cual influye - en torno a un hecho controvertido.

(123) Ibidem, pág. 33.

Es un hecho que dentro de los grupos sociales (primarios o secundarios) juegan un papel importante los jefes que mandan y se informan, los sensatos y los consejeros de los que se estima la experiencia y se solicita consejo y aquellas personas a las que de manera especial se imita, bien por sus cualidades, bien por ser auténticos standard en los que el grupo se conoce.

Los líderes de opinión, en este sentido, son aquellas personas que llevan la voz cantante, en las que se fija la gente antes de opinar, para ver que postura toman.

En los grupos primarios son los jefes o cabecillas. En los secundarios, donde se mezclan individuos de los grupos más variados, son aquellas personas que, bien por sus conocimientos o su personalidad, se constituyen implícitamente en notables.

“ Tomemos en cuenta que en la realidad son pocos los sujetos activos de la opinión pública, esto es, que tienen una opinión propia sobre los problemas, aquéllos que interpretan con un criterio propio. El resto son sujetos pasivos que se limitan a mantener tal o cual interpretación que han leído o escuchado”. (124)

De ahí que visto lo que opinan los demás - en este caso un líder - el sujeto se decide a opinar. Adopta o rechaza la opinión recibida. A veces la adhesión se produce en el momento de la discusión. El individuo necesita mantener una opinión y naturalmente defiende la que ha leído por la mañana de quien considera confiable en el periódico o la que ha escuchado en la radio antes de comer. Siempre hay gente que prefiere hablar antes que callar, aunque no conozca bien el tema de conversación.

El líder de opinión se convierte en un elemento de referencia para modular las ideas, opiniones o actitudes de un conjunto de individuos llamado público en el cual influye.

Agregaremos tres hechos importantes que caracterizan el liderazgo de opinión:

a) Los líderes pueden ser los primeros en planear o definir una cuestión; en otras palabras, pueden iniciar una discusión que tome las características de una corriente de opinión a la cual se adhieren sus seguidores.

b) El líder tiene especial importancia porque verbaliza y cristaliza los sentimientos vagos - pero no por ello menos intensos - de las masas; esto es, puede que no inicie la discusión sobre tal o cual problema, pero puede interpretar y sintetizar el sentir de un grupo social y proyectarlo hasta hacerlo parte de una comunidad extensa y nutrida - como puede ser un conjunto urbano de individuos .

(124) *Ibidem*, págs. 61-62

c)Puede manipular - y a menudo lo hace - los anhelos de las masas en favor de sus propios fines; en nuestra sociedad, esto constituye una de las más graves amenazas a la democracia. (125)

“ Algunos grupos que inciden en la opinión pública tratan de llamarse independientes, se dicen objetivos y estar desligados de cualquier tendencia política o grupo de interés . Esto que a todas luces parece imposible, es falso. Cualquier órgano promotor, al interpretar los problemas y acontecimiento lo hacen de acuerdo con unos principios o unas tendencias. La misma independencia ya es una postura”. (126)

Vivó, Ferriz y Cárdenas son parte del universo llamado opinión pública; su campo de influjo se da en el terreno de la ideas, opiniones, actitudes de las personas. Esto es, inician planteando y discutiendo problemas que atañen a una colectividad directa o indirectamente; o, bien, sintetizan o se adhieren a temas expuestos por un grupo o público determinado y lo hacen propio de otras tantas agrupaciones.

Los tres comunicadores antes citados muestran una tendencia independiente entre sí para abordar y jerarquizar los fenómenos sociales que preocupan a sus auditorios; cuentan con la posibilidad - pues no todos los individuos que integran esta ciudad (D.F.) y qué decir del resto del país - de acceder a un medio masivo de comunicación que les permite penetrar a un conglomerado de individuos. No es comparable el alcance que puede tener 'fulano de tal' al emitir una opinión entre su familia, amigos, vecinos a la que Vivó , Cárdenas o Ferriz tienen cuando su mensaje, por la posibilidad del medio en el que se encuentran, llega a un vasto número de individuos. Estos últimos podrán o no atender a sus espacios informativos, dependiendo de sus intereses, motivaciones, valores sociales; aún así la posibilidad es sumamente amplia.

Otra característica que encontramos en el caso de Vivó , Ferriz y Cárdenas que contribuye en afianzar su status de influencia, es la posición que adquieren, primero, al interior de la estructura de la empresa para la cual trabajan y, segundo, el rango que les otorga el público al que se dirigen.

(125) Kimball Young *Op. Cit.*, pág. 31.

(126) Juan Pablo Villa Nueva. *Op. Cit.*, pág. 62.

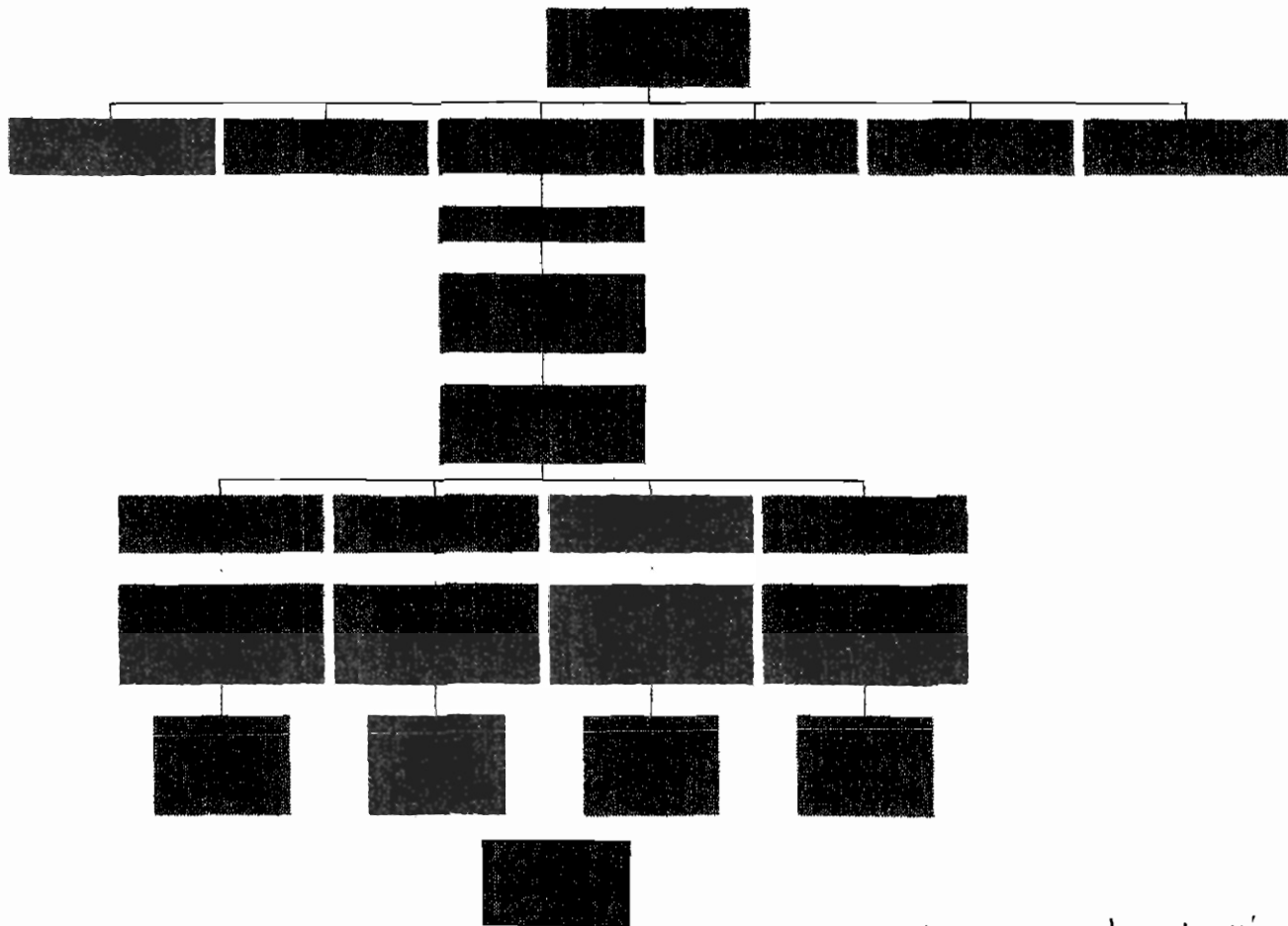
En el primer caso, manifiestan un liderazgo de tipo formal. Esto es, existe una jerarquización de posiciones, en la cual, los personajes antes citados, ocupan los estratos más altos: la dirección general de sus espacios informativos (y en algunas ocasiones como por ejemplo Vivó y Ferriz se va más lejos, pues son además de directores titulares, jefes de la división de noticias de las empresas en las que laboran). El status que adquieren es producto de las necesidades de organización que toda empresa e institución formal requiere para su funcionamiento. No olvidemos que en toda organización ciertos individuos dirigen y otros obedecen. (ver cuadro IX)

Claro está que para ocupar dichos cargos se requiere que el individuo líder manifieste una preparación profesional acorde a las expectativas del puesto; que su personalidad influya en la atracción de auditorio; que las tendencias informativas e ideológicas del comunicador coincidan con los intereses del dueño o los propietarios de las concesiones.

Continúa de forma descendente en el escalafón jerárquico formal de dichas organizaciones el liderazgo subalterno, como son: el coordinador de reporteros, el jefe de redacción, el director de la sección deportiva, el responsable de los corresponsales, el encargado de la producción técnica, los titulares de cada apartado especial, el guía de los servicios prestados por el programa, clima, contaminación, reporte vial, bolsa de trabajo, participación ciudadana. La totalidad de estos individuos permite mantener la organización, cohesión, y el deslinde de responsabilidades en la elaboración de cada uno de los noticiarios.

En cuanto a la posición de prestigio que proyecta Vivó, Ferriz y Cárdenas a su público, ésta se basa en la posición que ocupa en la institución que labora -su programa de noticias - y por cualidades personales que atraen a un determinado auditorio. En esta situación, el líder deriva su status de otros miembros del grupo - en este caso el auditorio al que llegan las citadas personalidades - que pueden concederle o denegarle. Esto es, el auditorio que sintoniza a estos comunicadores lo hace no de forma obligatoria, sino por voluntad propia.

ESTRUCTURA JERARQUICA FORMAL DE UNA ESTACION RADIOFONICA



FUENTE: Cuadro Elaborado por el autor de la presente investigación.

La relación que se desarrolla entre comunicadores y receptores es flexible, responde a un compromiso voluntario y en tal caso informal - no existe una sanción física o moral -. No se percibe una estructura fija como la que requiere una institución o empresa. Agregaremos que entre mayor sea el número de individuos para los cuales un líder influye mayor es su poder acumulado. (ver cuadro X)

Tanto el liderazgo de opinión informal como formal se podría simplificar en la llamada pirámide del liderazgo. En ésta, el líder en jefe aparece en la cúspide de la pirámide y trabaja con un reducido grupo de líderes menores - estos últimos trabajan con un pequeño grupo de líderes de jerarquía a un menor - hasta que, por último, en la ancha base se llega a la masa de los miembros ordinarios. (ver cuadro XI)

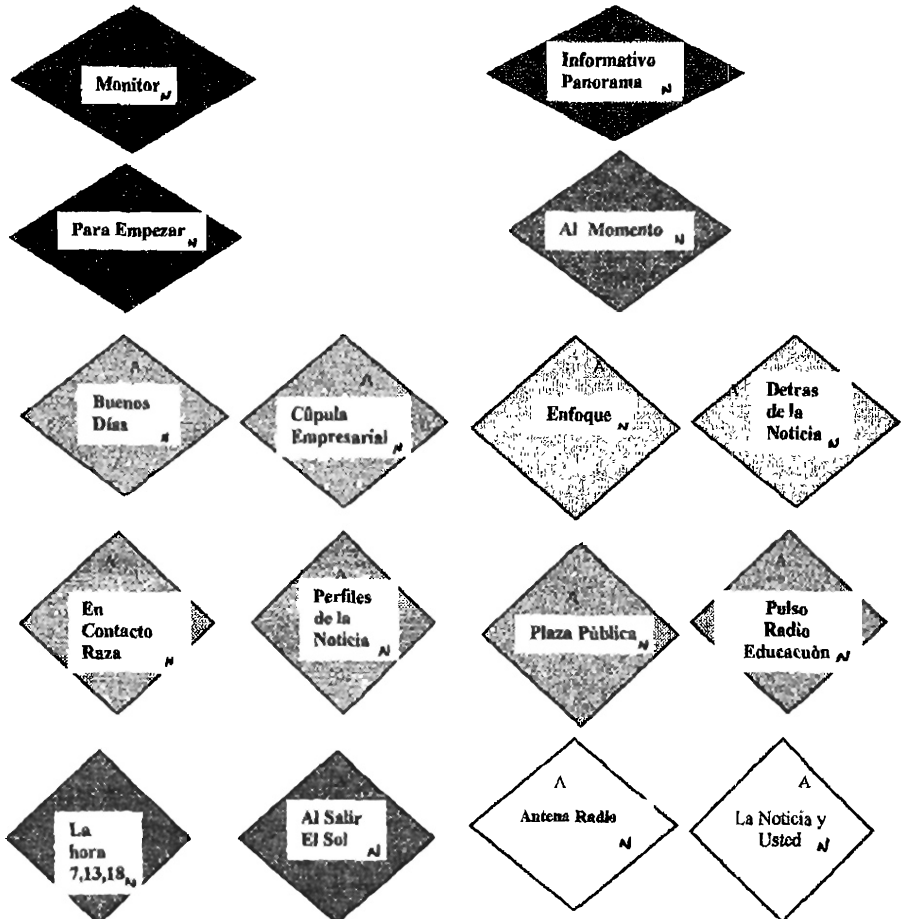
A veces, la pirámide se impone al grupo, tal como ocurre en una institución en la que se requiere una estructura jerárquica - el caso de los noticieros, una empresa, una secretaria de estado -; otras veces, el grupo crea espontáneamente su propia pirámide sin necesidad de reglas, protocolos de interacción, responsabilidades y deberes explícitos - lo cual no significa que no exista un patrón de conducta, valores o normas a seguir - en este caso hablamos de una organización de tipo informal.

Ahora bien, al llegar los 80 el panorama no es muy prometedor para la sociedad mexicana; hay un gran descontento iniciado por la situación económica de crisis agravada a mediados de los 70 y que hasta la fecha perdura. El fracaso del modelo económico paternalista implantado por el gobierno por décadas, como patrón de desarrollo, llega a su fin en los ochenta - dejando a tras muchas promesas incumplidas - y da paso a las nuevas políticas globalizadoras encarnadas en los mercados comunes internacionales bajo la bandera del neoliberalismo - perspectiva a la que el país deberá adaptarse o perecer.

La devaluación del “peso” comienza su rápida carrera ascendente y con ello el aumento de precios en los productos básico y de primera necesidad; el desempleo es “el pan nuestro de cada día”, la venta de petróleo - la principal fuente de riqueza del país - apenas sirve para cubrir los intereses de la deuda externa la cual agobia al país; se vive una gran inseguridad social; la corrupción invade la mayoría de las instituciones públicas; el gobierno continúa con sus prácticas antidemocráticas pero efectivas para mantener el control político, básicamente por medio del fraude electoral sistemático y constante.

CUADRO X

ESTRUCTURA SOCIAL
INFINIDAD DE INDIVIDUOS INTEGRADOS EN ORGANIZACIONES

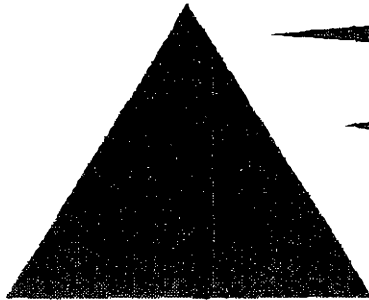


FUENTE: Cuadro Elaborado por el Autor de la presente Investigación.

Noticiario.
 Auditorio.
 Influencia /
 Número de
 Individuos (Rating)

CUADRO XI

**LIDER DE OPINION FORMAL
EN LA ESTRUCTURA DE LOS
NOTICIARIOS RADIALES**



PEDRO FERRIZ DE CON, JOSE GUTIERREZ VIVO, JOSE CARDENAZ

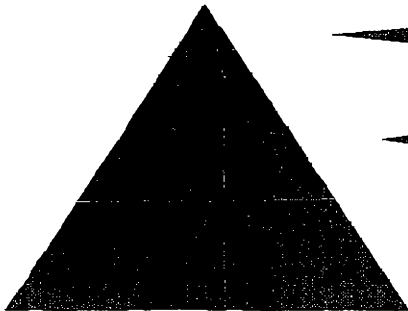


DIRECTORES DE AREA



COLABORADORES

**LIDER DE OPINION INFORMAL EN LA
ESTRUCTURA SOCIAL.**



PEDRO FERRIZ DE CON, JOSE CARDENAS, JOSE GUTIERREZ VIVO



LIDER DE OPINION EN LOS DIFERENTES ESTRATOS SOCIALES



GENTE COMUN/ SEGUIDORES

FUENTE: Cuadro Elaborado por el autor de la presente investigación.

Los sismos del 85 ponen al descubierto la nula capacidad de convocatoria del sistema gubernamental en el pueblo en los primeros momentos del siniestro. Lo anterior se manifiesta en la ineficacia, incompetencia, falta de prevención, poca capacidad de organización de quienes se hacen llamar servidores públicos. Los elementos antes mencionados van gestando en la sociedad una enorme falta de credibilidad en el sistema que los gobierna y todo lo que se vincula con él. El malestar del que adolece el pueblo mexicano, por el nulo compromiso de sus gobernantes hacia los primeros, culminará con el voto de censura expresado en las elecciones de 1988, en donde se cuestionó seriamente la transparencia de dicho proceso político y la legitimidad del candidato triunfante.

En los últimos años se agregan hechos como los asesinatos políticos; el levantamiento armado en Chiapas; los errores económicos de 1994 que tienen como resultado una acentuada inestabilidad social que se refleja en los altos índices de desempleo, inseguridad, paralización de la producción en México, etc. Lo anterior se traduce en un futuro incierto para una población que, en términos generales, está a la zaga de las preocupaciones de quienes los gobiernan.

Los medios de comunicación ante tal contexto no permanecieron al margen. Su actuación en los últimos años, en el terreno informativo, en algunos casos fue lamentable (la televisión Privada); en otros se mantuvieron y ampliaron sus posibilidades de reflexión y de información (la prensa); finalmente, un tercero que experimentó una renovación, revitalización tras años de retraso y olvido (la radio).

La radio dio un salto muy importante como medio informativo. Tras años de apatía y ante el clima social que se gestó a fines de los 80 - además de haber dado muestra de su valía como instrumento de vínculo social en 1985 ante los sismos -, los dueños del cuadrante tuvieron que resolver entre seguir apegados al poder político incondicionalmente (de hecho lo están pero no como en la televisión) y con ello ver alejar a los radioescuchas, o responder y adaptarse a las exigencias informativas de una sociedad que reclama apego a su realidad y no a la versión oficial de los hechos. Para su fortuna el camino escogido fue el segundo y su recompensa se vio materializada en la credibilidad del público en el medio radial informativo.

El panorama muestra, en términos generales, a una población renuente; molesta; desconfiada; con una actitud de poca credibilidad hacia sus gobernantes. En suma, existe una ruptura entre sociedad civil y sociedad política que en nuestros días se manifiesta con un franco rechazo con todo aquello que tenga tratos con el poder político.

En este sentido, se engendró una serie de actitudes, sentimientos antigobierno en una masa de individuos desgastados por más de 6 décadas de un sistema caduco y autoritario.

Quien mejor canalizó esta conducta antioficialista fue la radio. No hay espacio informativo que no de pie a un reportero, colaborador, conductor para que emita una opinión crítica en conara de las instituciones estatales - con sus notables excepciones, es el caso de la figura del presidente o de algún grupo político-económico vinculado con los propietarios de las concesiones radiofónicas - conducta que se sintoniza perfectamente con las convicciones de resentimiento hacia el gobierno que permean a la población en general - en este caso la opinión pública encarnada en la sociedad civil - lo cual proyecta a un medio crítico que gusta a la audiencia.

Raúl Trejo Delarbre en entrevista comenta “existe una opinión antigobiermista - en el medio informativo radial - que es muy útil para moldear una cultura política, menos conformista, y más antiautoritaria. Pero lo que está haciendo esta colección de comentaristas es un afán de crítica instantánea, no siempre documentada, no siempre con contexto histórico, no siempre haciéndose cargo de las consecuencias, del comentario drástico y catártico. Lo anterior ha contribuido a formar sectores de opinión poco reflexivos en una cultura política, más bien atrasada y poco democrática.

El año pasado si un conductor - en radio - decía “hay que enjuiciar a Salinas”, pues la gente estaba de acuerdo y le aplaudía, aunque esto no fuera precedido de un razonamiento lógico, ni de una información. Lo anterior significa que hay mucha complacencia; más allá de que la sociedad le exija de manera crítica a la radio, la radio está propiciando el despliegue de los sentimientos, de las convicciones más catárticas, más impulsivas, más reflexivas de una sociedad apenas en un proceso de maduración, al cual no le está ayudando la radio con poquísimas excepciones”

Otro de los factores fundamentales que otorgan el status de líder de opinión a los tres comunicadores propuestos para su estudio, en la presente investigación, es la de pertenecer a un medio de comunicación. Esto es, el medio - en este caso la radio - y los programas informativos han dado a estos periodistas prestigio, el cual según su actuación en el terreno informativo, o bien, se incrementa o disminuye.

La infraestructura con la que cuenta el grupo radiofónico y el programa de noticias al que pertenece Vivó, Ferriz y Cárdenas es muy importante, pues es la plataforma sobre la cual se finca o arranca un líder de opinión o no. El líder no surge de forma aislada, no va a depender de la preparación o cualidades personales. Como individuo puede dar el "ancho", pero sino cuenta con el medio de comunicación masivo, no consolidará su posición de líder. Esto es, no hay liderazgo de opinión sin medios de comunicación.

En este sentido, se analiza la estructura de los noticiarios que conducen los comunicadores antes mencionados. El objetivo es indagar de qué forma se manifiesta el liderazgo de José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas en sus informativos. Lo anterior derivará en una serie de comentarios en torno a las características personales y de los programas que hacen de estos tres individuos personas influyentes o líderes de opinión.

Para realizar dicha indagación se hizo un monitoreo de dos días de los radionoticiarios en los que participan las personalidades antes citadas. Esto permitirá desglosar la forma en la que se organiza, presenta y conduce Monitor, Para Empezar y Al Momento 3ra. Emisión. También se cuenta con el organigrama y nivel de rating. Es importante señalar que esta última información fue proporcionada por el Gerente de Mercadotecnia de MVS-RADIO.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE MONITOR

Monitor está organizado, como comenta la licenciada Alicia Ibarguengoitia (*) subdirector ejecutivo de INFORED - entrevistada por el autor de la presente investigación -, de la siguiente manera:

(*) Entrevista realizada en las oficinas de Monitor el 20 de octubre de 1997.

A la cabeza se encuentra José Gutiérrez Vivó como Director General de Noticias de Radio Programas de México - grupo radiofónico al que pertenece Monitor - . El noticiario nace en la segunda mitad de los 70 y desde entonces es conducido por Vivó. Enrique Muñoz y Martín Espinosa se hacen cargo de la 2da y 3ra. emisión de Monitor.

La estructura interna del informativo se divide en sección de redacción. La integra el Coordinador General de Radio, que en este caso son tres, uno para cada emisión. Dicho elemento se encarga de organizar la información que se difunda por el programa.

El Jefe de Información controla y jerarquiza los contenidos informativos que pasan al aire. Por otra parte, distribuye y extiende la órdenes de trabajo para los reporteros. Les indica que eventos o que sucesos cubrir.

Los redactores son 8 como mínimo para cada turno. Se encargan de estructurar el guión del noticiario con base a la información que proporcionan reporteros y agencias informativas.

El programa de noticias cuenta con 15 reporteros, los cuales cubren fuentes asignadas de acuerdo a las ordenes de trabajo que reparte el jefe de información.

La Red Vial - integrada por reporteros especializados - brinda el servicio de monitoreo de la vialidad en el D.F. Dispone de 2 helicópteros, 2 cabinas móviles y 6 motocicletas. En la actualidad, este equipo proporciona sus servicios a Grupo radio Centro producto de la alianza comercial contraída con la empresa de Clemente Serrna - propietario de Monitor. (Ver Cap. II)

Los corresponsales nacionales suman aproximadamente 20 elementos. Todos situados en las principales ciudades del norte, centro y sur del país. Monitor se transmite vía satélite a toda la República Mexicana La información internacional se cubre fundamentalmente a través de las agencias informativas REUTER, AP, AFP, ANSA, EFE Y PI.

La licenciada Yessica Miranda (*) productora de la primera emisión de Monitor - entrevistada por quien realiza la presente investigación - comenta que el área que dirige la integra un Coordinador General de Radio encargado de la estructuración completa del noticiario.

(*) Entrevista realizada en las oficinas de Monitor el 20 de octubre de 1997.

El productor es responsable de la continuidad y organización del equipo humano y técnico que interviene en la emisión. Lo integran 4 asistente de producción y 2 ingenieros de grabación.

La sección de comercialización la dirige un jefe y dos colaboradores. Su misión es la de verificar que los anuncios publicitarios se transmitan previa autorización de la Gerencia Comercial de la estación.

Las personas que intervienen en las secciones especiales durante la semana son invitadas por José Gutiérrez Vivó. Por tal, no son elementos que cuenten con espacios fijos en el noticiario.

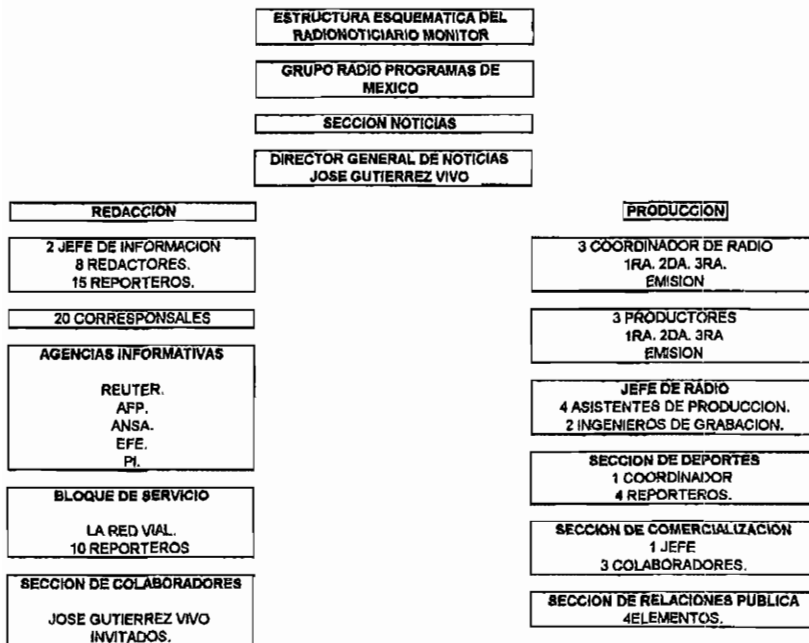
La sección deportiva la integra un coordinador y 4 reporteros. Se tiene un bloque destinado a las relaciones públicas del programa y está integrado por cuatro personas (toda la información aquí presentada puede verse de forma esquemática en el cuadro XII).

NIVEL DE AUDIENCIA MONITOR (RATING)

Las estadísticas sobre nivel de audiencia (rating) que muestra Monitor, Para Empezar y Al Momento 3ra. Emisión fueron proporcionados por el licenciado Manuel Calderón de la Marca Gerente de Mercadotecnia de Grupo MVS-Radio. Cabe mencionar que funcionarios del primer y tercer noticiario, no proporcionaron dicha información, aludieron que son datos exclusivos y confidenciales para sus respectivas empresas.

No obstante, los informes obtenidos ilustran de forma clara - aunque hubiera sido importante comparar las cifras que manejan cada uno de los programas en estudio - cual es el lugar que ocupan los 3 noticiarios antes mencionados dentro del universo total de informativos que se emiten en la Ciudad de México en el horario matutino.

Es importante aclarar que el registro de rating es realizado por la empresa A. C. NIELSEN, la cual provee de este tipo de informes al programa de noticias Para Empezar.

CUADRO XII

FUENTE: Cuadro elaborado por el autor de la presente investigación.

Los datos están contenidos en una gráfica para cada informativo en estudio. Estos cuadros desglosan y dividen la información - del nivel de audiencia - para su lectura y comprensión en segmentos tales como total de la población; tipo de audiencia alta, media y baja; preferencias por parte de los hombres o las mujeres; total de escuchas amas de casa; la predilección por edades fragmentada de la siguiente forma de 7 a 12, 13 a 18, 19 a 24, 25 a 35, 36 a 45 y de 46 años en adelante.

Las cifras que se proporcionan en cada uno de los bloques citados son los registros de audiencia de los últimos 5 meses exclusivamente para el D.F. en horario matutino. Es importante mencionar que el acumulado de información se realiza bimestralmente. En este sentido, se cuenta con los Rating de mayo-junio, julio-agosto y septiembre de 1997.

El rating, para entender su significado, representa un "X" porcentaje del total de la población que habita en la capital de la República. En otras palabras, si un noticiario marca por ejemplo 1.05 puntos de rating quiere decir que lo escucha el 1.05% de la audiencia acumulada en la Ciudad de México.

Cabe mencionar que se cuenta con una gráfica que concentra a todos los noticieros matutino capitalinos, la cual nos permite ubicar el lugar - según el nivel de audiencia - que ocupa en cada bimestre y, en términos generales, durante los últimos 5 meses cada informativo.

Monitor mostró en mayo-junio un rating de 8.06 puntos, en julio-agosto de 8.36 P.R. y en septiembre de 8.80 P.R. Del total de la población del D.F., un 25.22% sintonizó el noticiario principal de Radio Red, en el horario de 6 a 10 a.m. (Ver cuadro XIII)

Por lo que respecta a los estrato sociales que escuchan el noticiario, tenemos que el nivel medio (40.72 Puntos Rating) y alto (42.86 P.R.) son a los que penetra con mayor fuerza el informativo de José Gutiérrez Vivó. El segmento bajo no tiene la relevancia de los dos anteriores (15.01 P.R.).

En cuanto a su impacto en el sector hombres (26.45 P.R.) y mujeres (24.10 P.R.), los datos muestran una ligera ventaja de los primeros sobre los segundos. El acumulado de amas de casa con el 34.19 P.R. supera a los anteriores.

El grueso de la población que escucha Monitor se ubica en la edad de 25 a 35 (25.89 P.R.), 36 a 45(41.00 P.R.) y de más de 46 años (44.25 P.R.)

CUADROXIII

**NIVEL DE AUDIENCIA EN EL D.F. 1997
(RATING)
HORARIO DE 6 A 10 A.M.**

**MONITOR
AM / FM
1110 - 88.1
XERED AM-FM**

FECHA	MAYO-JUNIO	JULIO-AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
TOTAL DE LA POBLACION	8.06	8.36	8.80	25.22
NIVEL ALTO	14.28	14.30	14.28	42.86
NIVEL MEDIO	12.91	13.54	14.27	40.72
NIVEL BAJO	4.75	4.94	5.32	15.01
HOMBRES	8.47	8.86	9.12	26.45
MUJERES	7.68	7.90	8.52	24.10
AMAS DE CASA	11.03	11.50	11.66	34.19
7 A 12 AÑOS	3.23	2.32	2.26	7.81
13 A 18	2.65	2.14	2.32	7.01
19 A 24	3.64	3.51	4.41	11.56
25 A 35	7.88	8.44	9.57	25.89
36 A 45	13.71	13.56	13.73	41.00
46 A MAS	13.81	15.36	15.08	44.25

NOTA: Las cifras equivalen al por ciento de la población que escucha el programa en el D.F.

FUENTE: Datos proporcionados por A.C. NIELSEN.
El autor de la presente investigación reorganizó la información.

En términos generales, Monitor, comparado con los demás noticiarios en el período mayo-septiembre del presente año, ocupa la primera posición con un nivel de audiencia acumulado de 27.31 Puntos de Rating. En otras palabras, fue escuchado por el 27% de los individuos que viven en el D.F.

Los competidores más cercanos de Monitor son Buenos Días de Grupo Radio Fórmula conducido por Eduardo Ruiz Healy con 9.98 P.R. y Perfiles de la Noticia, propiedad de la empresa Radio Centro, con 6.04 P.R. Lo dirige el Lic. Paco Prieto y Miguel Angel Sánchez de Armas (Ver cuadro XIV y XV).

PRODUCCION MONITOR

Después de haber presentado los elementos técnicos, humanos, nivel de rating que intervienen en el noticiario Monitor. Se realiza a continuación un análisis del modo en el que se elabora el informativo estelar de Radio Red.

Cabe mencionar que los tiempos y porcentajes son el resultado de la suma del monitoreo de dos días (28 y 29 de agosto de 1996) del programa de noticias Monitor. No obstante, sólo se escogió una fecha de las propuestas para su análisis, con el objetivo de describir el modo como se produce dicho informativo.

El resumen de la información está contenida en 2 tablas que tienen gráficas, en las cuales se corrobora los datos que a continuación expondremos. Esta aparecen en la sección de anexos. Es importante mencionar que este procedimiento se llevó a cabo de la misma forma en los noticiarios Para Empezar y Al Momento 3ra. Emisión - se analizarán posteriormente.

Monitor, el 28 de agosto de 1996, inició su transmisión con la presentación y promoción del noticiario. Después comenzó un resumen de noticias que estuvo integrado con un total de 16 notas informativas. Las notas más destacadas son : el bloqueo de cuatro estaciones del metro en el tramo de Popotla a Cuatro caminos; el atentado con arma de fuego en el domicilio del secretario particular del entonces Procurador de Justicia de la nación, Antonio Lozano Gracia; la problemática en materia de secuestros a los largo y ancho del país; la gira del presidente Ernesto Zedillo en el estado de Veracruz; el reporte del clima, la contaminación y el tráfico.

CUADRO XIV

NIVEL DE AUDIENCIA EN EL D.F. 1997
TOTAL DE NOTICIARIOS
HORARIO DE 8 A 10 A.M.

TOTAL DE LA POBLACION								
FECHA	MAYO-JUNIO	LUGAR	JULIO-AGOSTO	LUGAR	SEPTIEMBRE	LUGAR	TOTAL	LUGAR
NOTICIARIO								
MONITOR	8.06	1	8.36	1	8.80	1	27.31	1
BUENOS DIAS PERFILES	3.58	2	3.25	2	3.15	2	9.98	2
DE LA NOTICIA LINEA DIRECTA PARA EMPEZAR ENFOQUE	1.89	3	2.16	3	1.99	3	6.04	3
AL MOMENTO EN CONTACTO	1.79	4	1.93	4	1.95	4	5.67	4
RAZA CUPULA EMPRESARIAL	1.17	5	1.16	5	1.31	5	3.64	5
DETRAS DE LA NOTICIA HORA 7 ANTENA	1.07	6	1.29	6	1.09	6	3.45	6
RADIO PANORAMA ABC DE LA NOTICIA LA NOTICIA Y UD.	.88	7	.85	7	.83	6	2.56	7
	.75	8	.65	8	.71	9	2.11	8
	.53	9	.66	8	.90	7	2.09	9
	.44	10	.51	10	.52	10	1.47	10
	.12	12	.25	11	.40	11	.77	11
	.12	12	.24	12	.26	12	.84	12
	.17	11	.16	13	.21	13	.54	13
	.05	13	.12	14	.15	14	.32	14
	.06	13	.07	15	.06	15	.17	15

NOTA: Las cifras equivalen al porciento de la población que escucha el programa en el D.F.

FUENTE: Datos proporcionados por A.C. NIELSEN. El autor de la presente investigación reorganizó la información.

ANALISIS DE NOTICIEROS MATUTINOS DE LA RADIO DEL D. F.

GRUPO RADIODIFUSOR	EMISORA	SIGLAS	FREC.	NOMBRE DEL NOTICIERO	CONDUCTORES	HORARIO
NUCLEO RADIO MIL	STEREO CIEI / RADIO MIL	XHMM-FM / XEOY-AM	100.1 / 1000	ENFOQUE	RAUL SANCHEZ C. Y LILIA SILVIA HDEZ	6-9 Hrs.
GRUPO ACIR	AZUL 89 / RADIO ACIR	XHM-FM / XEL-AM	88.9 / 1260	INFORMATIVO PANORAMA	EDUARDO PASQUEL Y OTROS	6-10 Hrs.
RADIOFORMULA	RADIO UNO / VIDA 1500	XEDF-FM / XEDF-AM	104.1 / 1500	LINEA DIRECTA	EDUARDO RUIZ HEALY	7-9:30 Hrs.
RADIOFORMULA	FM 103.3	XERPM-FM	103.3	CUPULA EMPRESARIAL	OSCAR MARIO BETETA	6:30-10 Hrs.
GRUPO ACIR	INOLVIDABLE	XHSH-FM	95.3	EL MAÑANERO	VICTOR TRUJILLO	7-9 Hrs.
RADIOCENTRO	88.1 RED FM	XERED-FM	88.1	MONITOR FM	JOSÉ GUTIERREZ VIVÓ	6-10 Hrs.
GRUPO ACIR	BONITA	XEVOZ-AM	1590	LOS VECINOS	GUILLERMO DE TOSCANO	7-10 Hrs.
RADIOFORMULA	ORO 1500	XEAI-AM	1500	ENSALADA DE LECHUGA	HECTOR LECHUGA	7-10 Hrs.
RASA	CAMBIO 1440	XEEST-AM	1440	LA NOTICIA Y USTED	LIC. GUSTAVO RENTERIA	6-9 Hrs.
RADIOCENTRO	FORMATO 21	XECMQ-AM	1320	FORMATO 21	VARIOS	TODO EL DIA
RADIO, S.A.	RADIO 13	XEDA-AM	1290	NOTICIAS AL MOMENTO	LIC. CARLOS RAMON PADILLA	6-11 Hrs.
IMER	LA "B" GRANDE DE MEX.	XEB-AM	1220	ANTENA RADIO	ENRIQUE LAZCANO	7-10 Hrs.
RADIOCENTRO	RADIO RED AM	XERED-AM	1110	MONITOR AM	JOSÉ GUTIERREZ VIVÓ	6-10 Hrs.
RADIOFORMULA	RADIO FORMULA AM	XEFR-AM	970	BUENOS DIAS	HECTOR MARTINEZ SERRANO	5:30-9:30 Hrs.
RADIOPOLIS	Q 940 AM	XEQ-AM	940	DETRAS DE LA NOTICIA	LIC. RICARDO ROCHA Y ESTELA LIVERA	5:30-10 Hrs.
RADIOCENTRO	EL FONOGRAFO	XERC-AM	790	PERFILES DE LA NOTICIA	LIC. FCO. PRIETO Y LIC. M. ANGEL SANCHEZ	7-9 Hrs.
MEGARADIO	ABC RADIO	XEABC-AM	760	ABC DE LA NOTICIA	LIC. GUILLERMO CHAO Y ANGELICA PINEDA	7-9 Hrs.
RASA-R. S.M.	ONDAS DEL LAGO	XEN-AM	690	HORA 7	DRA. TERESA VALE	7-10 Hrs.
RASA	RADIO 6.20	XENK-AM	620	EN CONTACTO RASA	LIC. LOURDES ALVARES Y LIC. TEODORO R.	8-9 Hrs.

CUADRO XV

Las notas posteriormente son ampliadas por los reporteros y otras tantas se van sumando a lo largo del programa. El primer resumen informativo siempre está a cargo de José Gutiérrez Vivó. Se presentan 4 concentrados de noticias al inicio o final de cada hora. En los dos días del monitoreo se registraron 10 “Metropolitanos” (como se le denomina a la sección). Las noticias suman en tiempo 02:15:20seg. igual al 28.12% del análisis total.

Los comerciales intervienen entre sección y sección. En este noticiario el bloque de publicidad está integrado como mínimo de 6 y máximo 9 anuncios publicitarios. Se reportaron 29 cortes comerciales, lo cual significó en tiempo 01:22:20seg. igual al 17.08%. Son la tercera columna en importancia en la estructura del noticiario.

Vivó vuelve a la conducción del programa en el que anuncia la mesa de discusión del día con el tema “ la experiencia”. Además, comenta sobre el atentado en la casa del secretario particular del Exprocurador de Justicia Antonio Lozano G. Esta última información es ampliada por un reportero que cubrió la nota.

El conductor de Monitor permite a otro reportero que informe sobre la suspensión en cuatro estaciones del metro Tasqueña-Cuatro Caminos. Dos promocionales del noticiario y seis comerciales intervienen en el programa.

La Red Vial brinda el servicio de monitoreo de tráfico en la Ciudad de México. Esta sección cuenta con patrocinador. Se registraron 16 reportes de este tipo, lo que significó en tiempo 00:31:10seg. igual al 6.45% del total del análisis del informativo.

Otro tipo de ayuda que presta el noticiario es el relativo a la visita constante de funcionarios representantes de organismos estatales y privados - que prestan algún servicio a la ciudadanía como por ejemplo telefonía, electricidad, agua, seguridad, etc.-, el propósito de invitarlos es para que atiendan a las quejas que se reciben en el programa por parte de la audiencia.

José Gutiérrez Vivó inicia de nueva cuenta el informativo con un comentario en torno a la reunión entre el Presidente de la República con dirigentes del PRD. El bloque de opinión a cargo del conductor de Monitor representó en tiempo 00:20:00min. igual al 4.16% Dicha sección en números no es representativa, está ubicada en la sexta posición de un total de nueve columna de la gráfica que contiene tiempos y porcentajes.

Vivó posteriormente permite a un reportero que informe sobre la suspensión en cuatro estaciones del metro. El titular de Monitor comienza a leer algunos mensajes del público. En este sentido, la participación ciudadana se dio en 3 ocasiones, pero nunca en vivo. Tuvo una duración total en los dos días del monitoreo de 00:17:30seg. igual al 3.54%. No existe un diálogo directo con el ciudadano.

Tres reporteros presentan notas sobre el cierre de cuatro estaciones del metro Tasquefia-Cuatro Caminos, deportes, la iglesia y su representación jurídica. Vivó concluye este bloque con una opinión en torno a los cambios en la dirección del PRI.

Un segmento de comerciales inicia. Segundo resumen de noticias - "Metropolitano" -, siete notas lo integran. Lo dirige una colaboradora.

Cabe mencionar que la información se distribuyó de la siguiente manera en los dos días del análisis del noticiario. La nota originada en el D.F. suma 44n., la estatal 10n. y la internacional 12n. Esta última tiene mayor importancia que la segunda. El sector gobierno representó 16n., el social 9n., los deportes 6n. y el policiaco 4n. El bloque privado 2n. y económico 1n. tiene poca importancia en la jerarquización de la información. El segmento cultura no tiene ninguna relevancia. Corte comercial.

Vivó anuncia a cuatro reporteros que informan sobre el atentado en la casa del secretario del Exprocurador de Justicia de la República y la suspensión en cuatro estaciones del metro. A continuación comienza la sección especial sobre economía a cargo de un colaborador. En dicho bloque participan otros especialistas, así como el conductor de Monitor. La participación ciudadana se hace presente con tres reportes.

Dos promocionales de la estación y seis comerciales intervienen en la estructura del noticiario. La Red Vial reporta sobre el tráfico. Bloque de seis anuncios publicitarios. Vivó entrevista a un experto en política internacional desde los Estados Unidos. El tema que se aborda es sobre las relaciones México-E.U. La sección tuvo una duración de 01:11:40seg igual al 14.79% del total del monitoreo de dos días.

El conductor de Monitor dio lectura a cuatro notas referentes a la postura del sector industrial sobre la política económica en el país, gira del Presidente de la República por Veracruz, resumen deportivo y postura de los deudores de la banca. Los comerciales intervienen de nueva cuenta suman un total de 10. La Red Vial se hace presente con el reporte del tráfico a cargo de tres reporteros. Este bloque finaliza con tres anuncios publicitarios.

Vivó lee tres notas internacionales que informan sobre los peritajes en el accidente aéreo del vuelo 800 de la TWA, el estado de salud del Papa y el congreso en Suiza en torno al secreto bancario. En total en los dos días de monitoreo se registraron 24 noticias de este tipo. Son la cuarta columna en la gráfica que reúne a todas las notas informativas.

Seis comerciales anteceden al tercer "Metropolitano". Seis comerciales se hacen presente.

Vivó cuestiona a dirigentes del PRI en el sentido si se debe o no aumentar el salario mínimo. Por otra parte, comenta sobre la Convención Demócrata a la que asistió el Presidente de los E.U. Siete comerciales cierran este bloque. La Red Vial reporta sobre las condiciones del tráfico. A continuación se presentan 5 comerciales. Vivó da lectura a 4 noticias internacionales.

Colaborador inicia su participación en la que intervienen el conductor de Monitor. El tema a tratar es la reforma política en México. Un promocional y nueve comerciales dan fin a esta sección.

La Red Vial reporta sobre el tráfico en el D.F. Se anuncia el cuarto "Metropolitano". La mesa de discusión del día da principio con el tema "la experiencia". Tuvo una duración de 45 minutos. Este bloque trata los temas más diversos y es muy importante en la organización del programa. Lo conduce Vivó. A la mañana siguiente se trato "la posibilidad de vida en Marte".

En la sección anterior se invita a especialistas y por lo regular interviene al término del noticiario. El tiempo que se le brinda es de 01:18:00min igual al 16.25%.

Para finalizar con el programa se anuncia el quinto "Metropolitano" con lo más importante de las notas emitidas en Monitor.

JOSE GUTIERREZ VIVO: “MISTER RADIO”

A continuación se realizará un análisis sobre las características que manifiesta José Gutiérrez Vivó en su persona y al conducir su programa de noticias - pues son parte de los elementos que lo proyectan como líder de opinión.

Lo anterior se deriva del monitoreo hecho a su noticiario; entrevistas realizadas a maestros, comunicadores especialistas en radio, colaboradores que intervienen en el informativo estelar de Radio Red, así como observaciones hechas por el autor de la presente tesis de licenciatura. Cabe mencionar que esta indagación se hará en el caso de Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas.

José Gutiérrez Vivó, como comenta Miguel Angel Granados Chapa - al ser entrevistado por el autor del presente trabajo -, es un hombre con una vasta experiencia. Tiene más de 20 años ante el micrófono - hecho que lo hace ser el comunicador radiofónico más antiguo en un programa de noticias -; quizá podamos decir que el decano de los comunicadores de la radio.* Fue imposible contar con todos los datos curriculares del conductor de Monitor.

Vivó, opina Alma Rosa Alva de la Selva - cuestionada para este trabajo académico por quien realiza la presente investigación -, ha contribuido mucho, en su caso sí, a que la radio sea considerada como un espacio informativo valioso y creíble; por que no sólo él, sino todo un equipo y todo un proyecto está orientado a validar a la radio como un medio informativo. Aunque él, como individuo, es además muy importante.

La trayectoria, asegura Miguel Angel Granados Chapa, es un elemento fundamental para que Gutiérrez Vivó alcanzara el status de líder de opinión. En este sentido, hay cada vez mayor aprecio por la perseverancia, el profesionalismo, de tal manera que, quienes han estado durante mucho tiempo en los medios tienen una ventaja por esa circunstancia.

“Además, y a diferencia de otros comunicadores, Vivó siempre ha permanecido en la radio, especialmente en su espacio informativo Monitor. Si utilizáramos la denominación norteamericana, quien en México es “Mister Radio” es Gutiérrez Vivó. El se crió en la radio y no ha hecho más que radio, no ha caído en la tentación de otros medios. Esta experiencia y esta identificación con el medio lo hacen, sin duda, el más completo de los comunicadores radiofónicos”.

La infraestructura también es muy importante, pues es la plataforma sobre la cual puede arrancar un líder de opinión o no. El líder no surge de forma aislada, no va a depender de la presencia radiofónica o de la preparación personal. Como individuo puede dar el “ancho”, pero sino cuenta con recursos, no consolidará su posición.

Monitor - como se pudo apreciar en el análisis de su programa - es un claro ejemplo de un espacio informativo radial bien cimentado. Vivó y los directivos de Radio Programas de México - encabezado por su presidente y propietario Clemente Serna - fueron capaces de construir un mecanismo útil y eficaz de comunicación - de tipo informativo-. Tiene el mayor sistema de corresponsales, de agencias, reporteros, de servicios - con su equipo estelar denominado “La Red Vial”.

Gutiérrez Vivó ha sido muy inteligente al mezclar la radiodifusión informativa con la de servicio, que son conceptos que en apariencia tienen que caminar por rutas paralelas y él las ha unido. El informativo Monitor muestra en su monitoreo que es el noticiario que cuenta con mayores espacios de este tipo (información del tráfico, bloques para denuncias y participación ciudadana)

Cabe mencionar que el modelo “Monitor” - informativos con tiempo de duración amplios -, inaugurado por la empresa de Clemente Serna a finales de los 80 (aunque el noticiario es más antiguo fundado a mediados de los 70), se convirtió en un patrón a seguir por otros tantos programas de noticias que se emiten en la actualidad; aunque estas copias - como comenta en entrevista Alma Rosa Alva de la Selva - no tienen la calidad y proyección del informativo estelar de Radio Red.

Pero, la infraestructura - apunta Alma Rosa Alva de la Selva- tampoco es un elemento que determine el liderazgo de opinión de un individuo en la radio informativa . Muchos grupos radiofónicos tan poderosos económicamente no tienen proyectos informativos bien definidos, no sólo para difundir noticias sino para otras instancias. Así pues, no es sólo cosa de recursos o potencialidades económicas para convertirse en un líder de opinión, sino de proyectos de radio - que en el caso de Vivó y Monitor si existe .

Otro factor de influencia en la adquisición del liderazgo de opinión en Vivó ha sido en gran medida la sensibilidad e intuición periodística para señalar e interpretar los hechos más relevantes que inquietan a su auditorio y a la opinión pública - los primeros son parte de esta última .

José Gutiérrez Vivó, comenta Miguel Angel Sánchez de Armas - conductor del radionoticiario "Perfiles de la Noticia" y entrevistado por el autor del presente trabajo -, tiene algo muy interesante que han olvidado muchos periodistas, una respuesta rápida a las necesidades de la sociedad. Vivó tiene una gran sensibilidad personal para percibir lo que está interesándole al público y tiene la facilidad para comunicarse con dicho cúmulo de individuos; es decir, el hace común su propia percepción con la percepción que tiene el público al que llega.

Periodistas como Miguel Angel Granados Chapa, Raúl Trejo Delarbre, Miguel Angel Sánchez de Armas coinciden en señalar que Vivó es el comunicador con mayor agudeza en la percepción y sensibilidad para captar problemas sociales que inquietan a su público. Tiene la capacidad - a pesar de no estar en contacto directo con los hechos noticiosos, pues la información que recibe proviene de sus fuentes externas como son reporteros, colaboradores, agencias informativa, ciudadanos, etc.- de captar, percibir, el mundo que lo rodea. Prueba de ello, son sus constantes sondeos de opinión, reportajes, investigaciones que culminan con las invitaciones a funcionarios públicos, autoridades, organismos civiles, etc. Lo anterior tiene como objetivo orientar y proponer soluciones a las inquietudes de la población.

El éxito, señala Miguel Angel Granados Chapa, de Gutiérrez Vivó y de otras personalidades del medio radiofónico radica no de su capacidad de conducir la opinión pública sino de sintonizarse con ella; de pensar lo mismo que sectores del público. Y parece, cómo son ellos los que tienen la voz, que ellos dirigen 'el coro', pero en realidad lo que les da relevancia es que son parte del 'coro', que canta o dice las cosas como 'el coro'. No por que ellos lo crean, ni porque ordenen 'al coro' lo que deben interpretar.

"La característica es que lo que dicen este grupo de comunicadores en sus noticiarios- gracias a la enorme audiencia que tienen - llega a mucha gente, porque se sintonizan con lo que aparentemente es el ánimo de la gente y llegan a moldear este mismo ánimo de las personas".

En efecto, una de las características que identificamos en el comunicador que se encuentra al frente de la edición matutina de monitor es su sensibilidad para ir adelante de las preocupaciones de la sociedad; y que, en ocasiones, puede ser conservador, simplificador y hasta perjudicial en sus reacciones, en sus desplantes y comentarios.

José Gutiérrez Vivó ha convertido la onomatopeya en una forma de comentario. La respiración onda y rasposa que emite antes de verter una frase lapidosa e irónica adquiere, en su caso, el valor de un opinión aunque aún más crítica que la expresada verbalmente a continuación.

Al auditorio de Vivó le atrae esta expresividad no verbal, tan contraria a la asepsia y a la uniformidad que impera en la televisión. Si en muchos asuntos Gutiérrez Vivó mantiene la llamada "objetividad periodística", en aquéllos en las que el sentido común afianza la línea predominante toma el partido que a la mayoría de su auditorio le interesa.

Gutiérrez Vivó finca gran parte de su proyección popular - como se pudo constatar en el monitoreo de su programa - en esta acentuada iracundia suya; iracundia que lo vinculó con las fobias, simpatías de quienes lo escuchan día tras día. En este sentido, sus preocupaciones son las del ciudadano común, aquél que padece las vejaciones de las autoridades o de los trastornos sociales típos de una sociedad urbana como la nuestra.

El señor Gutiérrez, como lo llaman sus colaboradores, odia tanto como nosotros, a los vendedores ambulantes, a quienes expenden fritangas en la calle y, por su puesto, a los robachicos. Luego, entonces, el señor Gutiérrez es como cualquiera de nosotros, se enoja de lo mismo y se queja de lo que todos nos enojamos. La diferencia es que a él sí se le escucha, aunque quizá no se le entienda igual que a nosotros.

Si estas características no constituyen el pilar sobre el que se sostiene la gran audiencia de Monitor - como comenta Estela Livera -, al menos si apuntalan a un numeroso sector de su auditorio, además de ser un elemento clave en la constitución de su liderazgo de opinión. El resto lo consigue la indudable capacidad de diálogo de su director y conductor principal; su sentido de la oportunidad y la hábil ensalada de informaciones enfocadas al concepto de servicio (La Red Vial, las intervenciones de representantes de instituciones públicas, privadas, civiles, los sondeos de opinión) que caracteriza al programa.

Así, pues, más que los rasgos individuales, el papel que desempeña ante su auditorio en su programa ha otorgado a Vivó su status de líder de opinión. La interacción constante y responsable con su público permitió desarrollar entre este conglomerado y su persona un lazo de simpatía importante por la labor que realiza - hoy vital en la vida del hombre - proporcionar información.

“El hombre moderno se halla frente a una realidad en la cual - y para comprender la misma - es irrenunciable la información. El conocimiento permanente de los fenómenos sociales, políticos, económicos, culturales, etc., genera una insaciable sed informativa, característica del hombre actual”. (127)

Prueba de la aceptación de su persona (Vivó), es que sus radioescuchas mantienen a Monitor como el noticiario más escuchado (por lo menos en el D.F. 27 Puntos de Rating en los últimos 5 meses ver cuadro XIV) y , lo más importante, atienden a su espacio de forma voluntaria - esto motivado en gran medida por la credibilidad, apertura, veracidad, objetividad de la información y comentarios que se difunden en dicho informativo- . Así, la actividad que Vivó realiza junto con su equipo es recompensada con la confianza que sus escuchas depositan en su programa y en él.

Otro aspecto importante del liderazgo que ejerce Vivó y que se manifestó en el análisis de su programa, es que se convierte en el punto central hacia donde fluye la información. Colaboradores, reporteros, auditorio acuden a él con la información, problemas, sugerencias, comentarios, peticiones, quejas, etc. Así, se halla mejor informado que nadie acerca de lo que ocurre en el ambiente social.

Este conductor de opinión ocupa una posición central dentro de las redes de comunicación interpersonal. Esto se confirma por el hecho de que otras personas - en este caso el auditorio que habló a su programa el día de su análisis - se dirigió a él en busca de consejo, juicio, valoración, correcciones, ilustración y datos complementarios.

Así como la comunicación fluye hacia su persona (Vivó), también parte del él, y todos esperan que así lo haga. Los demás pueden ofrecer sugerencias, pero ellas deben llegar a su persona y recibir su aprobación antes de que sus colaboradores o público adopten y utilicen tal o cual postura sobre determinado hecho. Ello, que en su caso, no significa un control estricto sobre las opiniones de su equipo humano, pero sí el dictar una línea a seguir.

Cuando hay un problema, una disputa que inquieta a la opinión pública, Vivó sabe cuáles son sus fuentes y se halla en la mejor posición que la de ningún otro para dirimir, analizar o emitir una opinión, o simplemente proporcionar la información necesaria para que el público cree su propio juicio.

(127) Raúl Rivadeneira Prado Op. Cit., pág.37.

La opinión de Vivó - gracias a su prestigio, trayectoria, preparación, credibilidad - es un factor individual de mayor peso, que incide en la postura de sus radioescuchas sobre tal o cual problema.

Desde esta perspectiva, Vivó - como comenta Alma Rosa Alva de la Selva - se convierte en un comunicador, cuya opinión la gente desea escuchar, para orientar su propia postura, sobre tal o cual fenómeno social en controversia. Hay ocasiones en las que escuchamos decir a la gente “ haber qué dice fulano”, “ acabo de escuchar cierta noticia”, “ pero quiero oír a fulano para validar mi propia opinión”, o incluso cuando “ tengo duda sobre qué postura adoptar”. Por eso, “quiero ver qué opina fulano para que me oriente y pueda ubicarme”, además “para que me funcione como parámetro”.

En este sentido, Vivó actúa como el individuo de mayor importancia en la formulación de opiniones. Esto es, se presenta como el elemento de referencia mediante el cual los individuos del grupo pueden tomarlo como modelo en la construcción o modificación de sus opiniones y actitudes.

El estilo que proyecta Vivó - en la conducción de su programa - es la de una persona seria; responsable; preparada; bien informada; con gran capacidad de diálogo entre sus interlocutores colaboradores, invitados, entrevistados, etc., en su ya tradicionales mesas de discusión, con un equipo humano-técnico profesional sabedor de su labor; crítico; con gran capacidad de análisis, de percepción; con un temple firme e implacable para imprimir un comentario, una opinión, una reflexión producto de su ajea experiencia en los programas informativos.

Vivó es respetuoso y comprometido con su público; confiable; abierto; con mentalidad de cambio e innovación; un moderador con gran capacidad para sintetizar los pensamientos, ideas, comentarios de sus invitados, reporteros, colaboradores, público en general; proyecta un juicio imparcial, objetivo, cargado de información, argumentado para quien busca una orientación. En general, Vivó es un individuo con una trayectoria ejemplar, transparente, recta, seria y comprometida que le ha retribuido con la confianza de miles de personas que escuchan su espacio de noticias.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE PARA EMPEZAR

El noticiario está integrado, según nos cuenta su productor Lic. Francisco Velázquez - al ser entrevistado por el presente investigador (*) - de la siguiente forma:

La dirección general de noticias en MVS-Radio es responsabilidad del Ingeniero Pedro Ferriz de Con. También es el titular y fundador de la primera emisión del noticiario Para Empezar - se inaugura en enero de 1987.

Carmen Aristegui y Javier Solorzano conducen la 2da. y 3ra. edición del informativo en cuestión.

La sección en las que se conforma el programa de noticias son: la jefatura de redacción, la cual cuenta con un Coordinador General de Radio quien se encarga de regular el contenido informativo en las tres emisiones.

El jefe de información coordina a reporteros y asigna ordenes de trabajo para los mismos. Lo asisten seis redactores divididos en dos turnos. Estos elementos realizan el guión con base a la información generada por reporteros y agencias informativas.

El equipo de reporteros lo integra ocho personas, quienes cubren fuentes informativas de acuerdo a las ordenes de trabajo que reparte el jefe de información.

Los corresponsales nacionales suman un total de 25 informadores. Se encuentran distribuidos en las principales ciudades del país. Para Empezar, como nos comenta su productor Lic. Francisco Velázquez, tiene una cobertura vía satélite a más de 18 millones de personas en 50 estados de la nación. (Ver cuadro XVI)

La información internacional es responsabilidad de 5 corresponsales. Además, con un convenio entre CNN y MVS este último cuenta con los servicios de noticias mundiales de la primera. También tiene el apoyo de las agencias informativas Notimex, Reuter y A.P.

(*)Entrevistado en las oficinas de Para Empezar el 25 de octubre de 1997.

CUADRO XVI

**COBERTURA NACIONAL
PARA EMPEZAR**

PLAZA	ESTADO	SIGLAS
ACAPULCO	GRO.	XHSE-FM
AGUASCALIENTES	AGS.	XHAGT-FM
CAMPECHE	CAMP.	XECAM-AM
CD.JUAREZ	CHIH.	XECJC-AM
CD.OBREGON	SON.	XHFL-FM
CD.VICTORIA	TAMPS.	XHVIR-FM
CELAYA	GTO.	XHZN-FM
COLIMA	COL.	XNCC-FM
CORDOBA	VER.	XEKG-AM
CUERNAVACA	MOR.	XHVZ-FM
CULIACAN	SIN.	XESA-AM
CHETUMAL	Q.ROO	XHROO-FM
CHIHUAHUA	CHIH.	XHSU-FM
DURANGO	DGO.	XECAV-AM
ENSENADA	B.C.N.	XHBCE-FM
GUADALAJARA	JAL.	XHRO-FM
HERMOSILLO	SON.	XHSD-FM
JALAPA	VER.	XHTZ-FM
LA PAZ	B.C.S.	XHW-FM
LEON	GTO.	XHSO-FM
LOS MOCHIS	SIN.	XHMAX-FM
MAZATLAN	SIN.	XETK-AM
MERIDA	YUC.	XHMRA-FM
MEXICALI	B.C.N.	XHVG-FM
MEXICO	D.F.	XHMY-FM
MONCLOVA	COAH.	XELA-AM
MONTEMORELOS	N.L.	XHMZI-FM
MONTERREY	N.L.	XHMSN-FM
MORELIA	MICH.	XHSRO-FM
NOGALES	SON.	XELY-AM
OAXACA	OAX.	XHQT-FM
PACHUCA	HGO.	XHOQ-FM
PUEBLA	PUE.	XHMY-FM
PUERTO VALLARTA	JAL.	XHPVA-FM
QUERETARO	QRO.	XHRS-FM
REYNOSA	TAMP.	XHPV-FM
SALTILLO	COAH.	XHRR-FM
SAN LUIS P.	S.L.P.	XHRP-FM
TAMPICO	TAMPS.	XHPM-FM
TJUANA	B.C.N.	XHJT-FM
TOLUCA	MEX.	XHFG-FM
TORREON	COAH.	XHENO-FM
TUXTLA G.	CHIS.	XHEN-FM
VERACRUZ	VER.	XETG-AM
VILLAHERMOSA	TAB.	XHVE-FM
ZACATECAS	ZAC.	XEVT-AM
ZAMORA	MICH.	XEPC-AM
		XHZN-FM

FUENTE: Cuadro proporcionado por el productor de
PARA EMPEZAR.

La sección de colaboradores la integran los siguientes especialistas: Pedro Alonso trata temas económicos lunes, miércoles y viernes. Jorge Fernández y Rene Delgado comentan sobre política nacional los martes y miércoles. Cesar Ortega presenta encuestas sobre algún tema de importancia surgido en la semana, su colaboración la realiza martes y jueves.

Pablo Carrillo dirige la sección deportiva a diario. Finalmente, Alberto Aguilar conduce el bloque de *negocios que se emite todos los días*.

El área de producción la integra el Coordinador General de Radio, quien se encarga de dar coherencia y continuidad al noticiario. El productor realiza la emisión apartir del guión. Es auxiliado por tres asistentes y tres ingenieros de grabación.

La sección deportiva la conduce un especialista y tres reporteros redactores. En este informativo existe un productor ejecutivo responsable de la elaboración total del informativo. (Ver cuadro XVII).

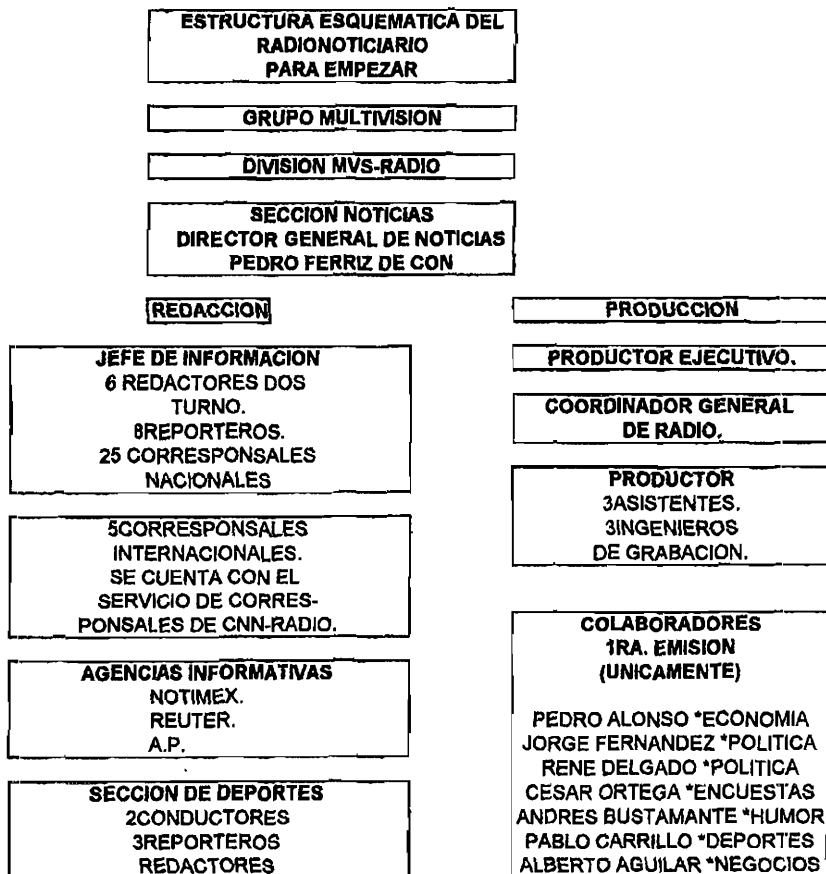
NIVEL DE AUDIENCIA PARA EMPEZAR (R A T I N G)

Para Empezar registró un nivel de audiencia en mayo-junio de 1.02 Puntos de Rating, julio-agosto de 1.04 P.R. y en septiembre de 1.13 P.R. Esto muestra un total de 3.19 P.R. durante los últimos cinco meses, lo que representa que el 3% de la población en el D.F. escuchó el noticiario en su horario matutino (ver cuadro XVIII).

En cuanto al tipo de personas que atienden al informativo de Pedro Ferriz de Con se tiene que el nivel alto significó 11.13 P.R., el estrato medio reportó 5.40 P.R., el segmento bajo sólo representó el .87%. Los dos primeros estrato son prioritario en las estrategias de penetración que tiene el noticiario, no ocurre lo mismo en el tercer caso.

Por lo que respecta a la preferencia que tienen hombres y mujeres por el informativo Para Empezar, los primeros superan de forma doble (4.31 P.R.) a los segundos (2.16 P.R.). Las amas de casa representan para el programa de noticias una audiencia de 4.03 P.R. Aun así, los estratos medios y alto son los de mayor alcance.

CUADRO XVII



FUENTE: Cuadro elaborado por el autor de la presente investigación.

CUADRO XVIII

**NIVEL DE AUDIENCIA EN EL D.F. 1987
(RATING)
HORARIO DE 6 A 10 A.M.**

PARA EMPEZAR

AM FM
830 102.5
XELA-AM
XHMVS-FM

FECHA	MAYO-JUNIO	JULIO-AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
TOTAL DE LA POBLACION	1.02	1.04	1.13	3.19
NIVEL ALTO	4.07	3.58	3.48	11.13
NIVEL MEDIO	1.54	1.77	2.09	5.40
NIVEL BAJO	.29	.29	.29	.82
HOMBRES	1.47	1.40	1.44	4.31
MUJERES	.60	.72	.84	2.16
AMAS DE CASA	.75	1.05	1.18	4.03
7 A 12 AÑOS	.76	.51	.38	1.65
13 A 18	.19	.04	.07	.30
19 A 24	.38	.44	.65	1.45
25 A 35	1.02	1.02	1.21	3.25
36 A 45	2.05	1.96	1.75	5.96
46 A MAS	1.71	1.96	2.12	5.79

NOTA: Las cifras equivalen al porciento de la población que escucha el programa en el D.F.

FUENTE: Datos proporcionados por A.C. NIELSEN.
El autor de la presente investigación reorganizó la información.

La estadística en años muestra que el grueso de sus escuchas se registra en la población que tiene una edad de 25 a 35 (3.25 P.R.), 36 a 45 (5.76 P.R.) y 46 años en adelante (5.79 P.R.).

El lugar que ocupa Para Empezar, respecto a los demás noticiarios, lo ubicó en mayo-junio en el 5 lugar con 1.17 P.R., en julio-agosto en la sexta posición con 1.16 P.R. y en septiembre nuevamente en el quinto escalón con 1.31 P.R. En la tabla que acumula los niveles de audiencia de todos los programas de noticias ocupa el quinto peldaño.

El radionoticiario de Pedro Ferriz encuentra férrea competencia por la audiencia y, para muestra, están los siguientes noticiarios Línea Directa con 5.67 P.R., Enfoque 3.45 P.R., Al Momento 2.56 P.R., En Contacto Raza 2.11 P.R., Cúpula Empresarial 2.09 P.R. y Detrás de la Noticia 1.47 P.R. (Ver cuadro XIV)

PRODUCCION PARA EMPEZAR

Para Empezar fue monitoreado el 6 y 7 de agosto de 1996. El primero de estos dos días se usó para presentar a continuación una muestra en la forma en la que se organiza el noticiario y como lo conduce Pedro Ferriz de Con.

Cabe recordar que los datos que complementan el análisis son producto de la suma total de la información extraída de los dos días en cuestión. No obstante, aparecen datos parciales de la fecha seleccionada para su indagación.

El noticiario estelar de MVS-Radio inicia su transmisión con un promocional de la estación y del programa. El primer resumen de noticias, así como los restantes que se emiten, son conducidos por Pedro Ferriz. Dicho concentrado de notas normalmente se integra por 17 o 20 segmentos. Los resúmenes son tres y se dan cada hora. En las dos fechas de monitoreo sumaron seis.

Las noticias más importantes fueron: el Presidente de la República anuncia que la recuperación económica se encuentra en marcha; los últimos datos en la investigación del caso Colosio; la banca con problemas económicos; la agricultura en México según el secretario de dicho ramo; el caso CONASUPO; el diálogo de paz en Chiapas y la educación en el país. Este bloque tuvo una duración de 02:24:00min. igual al 38.91%, es la columna número uno en la gráfica que acumula tiempos y porcentajes (ver sección de anexos).

Los cortes comerciales están integrados por 5 0 6 mensajes publicitario. En total se registraron 26 cortes de anuncios (01:21:30seg. igual al 21.89%). De hecho, son la segunda columna con mayor presencia en la estructura del noticiario.

Pedro Ferriz dá lectura a una nota sobre reforma electoral y la comenta. Después permite a un reportero que amplíe el tema con la declaración del Presidente de la República Ernesto Zedillo ante dicho hecho - la reforma electoral. Ferriz ventila la inconformidad del Partido Ecologista por no haber sido incluido en el anterior proceso político. Otro reportero presenta una entrevista con Jorge González Torres presidente del partido verde, quien opina sobre dicha exclusión. Pedro Ferriz Comenta sobre dicho asunto.

Un reportero interviene, pero en esta ocasión toca el tema de las próximas elecciones para regente del D.F. Su participación es en vivo, no como en los casos anteriores. Pedro Ferriz informa de la nota más reciente sobre el caso Colosio y emite su comentario. Hasta aquí es importante señalar que el titular de Para Empezar participó, en los dos días del análisis del radionoticiario, 24 veces en la lectura de noticias y con su opinión. Los reporteros se presentaron en 15 ocasiones.

En el noticiario, las cápsulas informativas - sobre temas muy diversos - son frecuentes después de cada sección y antes de los comerciales. Se contabilizó 21 cortes de este tipo (00:13:10seg. igual al 3.51%). Todos a cargo de una mujer. Cinco comerciales se emitieron al término del anterior bloque.

Ferriz a continuación comenta sobre la actuación del PRD en la política del país. En términos generales su opinión fue positiva. Para finalizar opina en torno al problema económico en el que se encuentra la banca.

La información comienza acompañada de cinco comerciales y un promocional de la estación. Ferriz inicia el siguiente bloque informativo con el análisis de la falta de infraestructura en materia agrícola. Un reportero pone a disposición la declaración del titular de la Secretaria de Agricultura en torno al problema citado.

Pedro Ferriz dá lectura a un nota sobre un grupo campesino denominado "movimiento por el maíz" en la cual se menciona el bajo rendimiento del campo mexicano en cosecha de granos. Un reportero amplía la información. A continuación se emiten cinco comerciales.

El titular de Para Empezar presenta un informe sobre la economía nacional, así como la captura de un peligroso narcotraficante por la SEDENA y la P.G.R. La información general, 2 comerciales y 2 promocionales del noticiario intervienen.

Segundo resumen de noticias. Aquí cabe destacar que predominan las noticias originadas en el D.F. (72n.); se privilegia al sector gubernamental (28n.); la nota deportiva (25n.); la información internacional (20n.) y el sector social (10n.). La sección estatal (7n.), privada (6n.), económica (6n.), policiaca (7n.) y cultura (0n.) tienen poca participación en el programa. No son relevantes.

Un colaborador en asuntos políticos trata el caso Colosio junto con Pedro Ferriz. Es importante apuntar que las personas que se dan cita en las secciones especiales tienen espacios y horarios bien definidos en el programa (01:00:00 Hr. igual al 16.21% duración de este bloque en los dos días del monitoreo). Esta parte del noticiario finaliza con la información general, tres comerciales y dos promocionales.

Ferriz entrevista a un experto en economía informal en el caso de América Latina - 6 de agosto-. En otra emisión -7 de agosto - aborda el tema de la frontera norte y los ilegales. El total del tiempo destinado a esta sección es de 58 minutos, lo que es igual al 15.67% del programa en sus dos días de análisis.

La información general y cuatro comerciales intervienen en la estructura del radionoticiario. En seguida comienza al sección denominada "En buen Plan". Espacio dedicado al comentario del público a través de una previa grabación en el correo de voz. El bloque es constante y ahora se incorpora otro "Denúncielo" (00:04:00 min. igual al 1.08%). Los dos segmentos cuentan con patrocinador. Esta parte del programa se concluye con una cápsula informativa, tres comerciales y un promocional de la estación.

Tercer y último resumen de noticias (12n.). Se da cita la información general, cuatro comerciales y un promocional del informativo. Pedro Ferriz anuncia a dos de sus reporteros quienes informan sobre los secuestros en Guerrero. Ferriz emite su comentario en torno a la violencia en la delegación Iztapalapa y los altos índices de analfabetismo en nuestro país. Información general, 4 comerciales y un promocional intervienen.

Los deportes ocupan un tiempo aproximado de 19 minutos - en la emisión del 6 y 7 de agosto -. El bloque finaliza con la información general, 4 comerciales y un promocional.

Se inicia la sección "Melate" de la Lotería Nacional, en la que se informa de los resultados de los concursos efectuados en la semana.

Otro bloque con espacio fijo es el referente al comentario internacional a cargo de Pedro Ferriz - tiene patrocinador -. El tema tratado fue la integración económica de Europa. La sección concluye con la información general, dos comerciales y dos promocionales de la estación y el noticiario.

El programa finaliza con un comentario de Pedro Ferriz en torno a la posible reducción en el IVA.

PEDRO FERRIZ DE CON: ¡ LOS MEXICANOS NO SOMOS SERIOS !

Pedro Ferriz de Con es otra de las personalidades influyentes que tuvo un impacto muy importante en el surgimiento de los noticiarios radiales. Tiene una trayectoria de poco más de 10 años en la radio, básicamente al frente de su programa Para Empezar en MVS-Radio. Al igual que su equipo y los dueños de la estación tuvieron que abrir brecha para hacer del medio radial una opción viable en lo informativo para la población.

Ferriz, como nos comenta - al ser entrevistado por el autor de la presente investigación -, cuenta con una amplia carrera en los medios electrónicos de noticias. Trabajó en el canal 13, en el 11, en Televisa. Posteriormente, pasó a la radio en donde transitó por el Núcleo Radio Mil, Radio Educación y, por último, llegó a Multivisión- Radio donde fundó a la par con los dueños de la empresa a mediados de los 80, el espacio informativo Para Empezar. En la Actualidad, es el segundo comunicador con mayor tiempo en los programas de noticias (sólo superado por José Gutiérrez Vivó).* No se pudo obtener todos los datos curriculares de Pedro Ferriz de Con.

La trayectoria de Ferriz de Con, apunta Miguel Angel Sánchez de Armas, así como su larga permanencia en su programa lo perfilan como otro de los pocos comunicadores con gran influencia entre la opinión pública. Su persona ha contribuido a la sana diversidad que hoy en día caracteriza a la radio informativa capitalina.

“El esfuerzo (de Ferriz) por consolidar a su espacio de noticias como el más escuchado y confiable rindió frutos al constituir a un público que atiende por voluntad propia a su noticiario. Este fenómeno le otorga influencia en su auditorio, fundamentalmente en la formación, modificación , aceptación de opiniones y actitudes en torno a los hechos que son noticia o que son de importancia para su público.”

En el caso de la infraestructura en la que está basado el informativo de Pedro Ferriz, si bien no es tan impresionante como el de Monitor, sí cuenta con los elementos necesario para brindar un servicio de calidad: reporteros, corresponsales, colaboradores, especialistas - en temas políticos, económicos, sociales, etc. -, equipo técnico de vanguardia, emisión vía satélite a toda la República, transmisiones simultáneas (radio-televisión) a través de la llamada Televisión Directa.

El conductor de Para Empezar desarrolló con base en su preparación y experiencia profesional una cualidad importante que le ha permitido, en buena medida, estar en la preferencia del público; esto es, sensibilidad periodística para sintonizarse con el ánimo de su auditorio, o en cuanto a sus preocupaciones informativas.

Pedro Ferriz muestra capacidad para percibir la realidad y proyectarla a su público por medio de una opinión, reflexión, debate, discusión que en ocasiones no gusta y se le tacha - por los círculos académicos - de poco sustentado en sus percepciones y comentarios del acontecer social, pero para su auditorio es atractivo y cubre sus necesidades de información. Prueba de lo anterior, es la enorme audiencia que día con día escucha y confía en su programa - se ubica en el quinto lugar entre los noticieros más escuchados con 3.64 Puntos de Rating entre mayo-septiembre (ver cuadro XIV) -. Ferriz se convierte en el elemento que mejor juzga las actitudes, opiniones de su auditorio.

El trato (de Ferriz) y la interacción desarrollada con su público - señala Miguel Ángel Sánchez de Armas -, por más de 10 años ininterrumpidos, a través de Para Empezar gestó una actitud y simpatía por la actividad que realiza. De ahí, el crédito en su persona, en su espacio informativo .

Ferriz, como se pudo apreciar en el análisis de su programa, ocupa una posición central en la escala social - producto de su status derivado del papel que desempeña en el medio radiofónico -. Lo anterior permite que la información fluya hacia él, pero también mucha parte de su persona. En la red de la comunicación se encuentra en el centro. Sus reporteros , corresponsales, agencias, público en general, instituciones gubernamentales, organizaciones civiles, acuden con información, quejas, opiniones, etc., lo cual le permite emitir una opinión , una información, un análisis con mayor precisión .

Con base en lo antes señalado, Ferriz se constituye en un elemento de referencia con gran peso entre quienes - en este caso su público, las personas a las que influye - desean modificar, estructurar o ratificar sus juicios de opinión y actitudes sobre algún hecho de trascendencia que afecta sus vidas.

En los grupos, señala Raúl Trejo Declarbre - entrevistado por el autor de esta investigación-, escuchamos las sugerencias que aquéllos que nos dan la impresión de tener buenas ideas o de “ estar al tanto”, de aquéllos a los que tenemos clasificados como enterados, oímos al miembro del grupo que habla por nosotros, al que representa nuestro punto de vista, al que da la impresión que comprende nuestra posición y somos influidos más para actuar de acuerdo con sus sugerencias y lo hacemos de forma voluntaria.

La situación en la que se encuentra Pedro Ferriz es privilegiada, pues cuenta con la posibilidad de acceder a un medio de comunicación masivo que le brinda la oportunidad de comunicar y difundir a miles de individuos sus opiniones, ideas, comentarios y sentimientos sobre el acontecer social. De ahí, que su status de líder de opinión dependa, en buena medida, del prestigio que le brinda el medio de comunicación - en este caso la radio y su programa.

Pedro Ferriz, entrevistado al respecto, comenta “ me causa más que otra cosa un compromiso y, no es nada más un palabra hacia afuera sino realmente es un concepto de vida todos los días. Qué compromiso más grande el que abras el micrófono y que salga tu voz al aire, que espera no hacer el ridículo, que espera dar lo mejor de lo que trac, para un menú de gente que no forzosamente va ha ir con lo que tú piensas.

“Para mí es más importante que me escuche la República, el que me oiga el D.F. Me considero un vínculo como noticiero entre el poder central y el resto de los estados, que quieren una nueva forma de ver a un México.

“Cuando emito un comentario hago el compromiso de que esa opinión la diría yo dentro o fuera del micrófono con mi hijo, con mi hermano, o con mi amigo. No es una opinión casada con un interés o manipuladora que no vaya de acuerdo con mis ideas. Yo me tengo que dejar llevar por mis sentimientos. *Hay gente que te lo toma a bien y gente que te lo toma a mal; lo único que no puede haber es mala voluntad*”.

Su larga permanencia al frente de Para Empezar, como comenta Javier Solorzano - conductor en la 3ra. emisión del noticiario de MVS-Radio y entrevistado por el autor de la presente investigación -, pone de manifiesto en Ferriz una conducta tenaz en el trabajo que realiza cotidianamente. No obstante de ser víctima de la censura por varios años - antes de su llegada al noticiario estelar de MVS - no fue suficiente para frenar su labor como periodista. Ello demuestra constancia personal, congruencia, responsabilidad, perseverancia, fe en los ideales y metas que se fija. Actitudes que ha logrado transmitir, contagiar al auditorio que lo sintoniza. Lo anterior pone de manifiesto en Ferriz una conducta responsable, de confianza y persistencia en su trabajo. Esto lo llevó a destacarse como un periodista que influye en su público producto de su credibilidad.

Ferriz comenta “ cuando arribé a la radio a mediados de los ochenta tenía gran interés en llevar a la radio a los primeros planos de la opinión pública, pero en aquellas épocas era difícil. A la hora de querer entrevistar a alguien de muy buen nivel, me decían: ‘ no, eso es para Jacobo Zabłudovsky, eso es para la tele. Si quieres te mando a mi segundo o tercero de abordo’, o de plano no me mandaban a nadie, no les interesaba la radio. Así hice mi primera charla con un secretario de estado, después de horas de antesala. Con el tiempo cuando llevé a la cabina mi primer entrevistado importante me hizo sentir que la radio podía crecer, que era posible crear una tribuna política interesante. La verdad, estaba muy lejos de adivinar lo que es hoy”.

Pedro Ferriz gusta mucho - por eso lo practica y se constató en el análisis de su programa - de la interacción directa, franca, con sus colaboradores, lo mismo hable de tú a un secretario de estado que a un ciudadano. En este sentido es un hombre que permite la convivencia de igual a igual, por lo que en ocasiones no respeta ni rangos, ni posiciones sociales; trata que la gente que lo rodea se sienta importante, escuchada, que no se le ignore, que se sienta parte de la discusión, de los problemas, de las decisiones que en última instancia le afectan.

Partidario de hablar de tú a todas las personas, Ferriz de Con se “atreve” a tutear hasta al candidato del PRI a la presidencia - en su momento - Luis Donaldo Colosio.

Ferriz interrogado para el presente análisis comenta “ hace algún tiempo me pasó una cosa muy chistosa estaba entrevistando a todos los candidatos a la presidencia. Entreviste a Cecilia Soto y le hablo de tú. A Pablo Emilio Madero, que tiene 72 años le hablé de tú. A Diego Fernández De Cevallos también le hablo de tú. Luego llega Luis Donaldo Colosio ¿ por qué es el candidato del PRI y porque seguramente es el que iba a ganar hay que hablarle de usted ?

“Le hablé de tú (a Colosio) y lo primero que me dijeron fue que como había hecho algo así.
¿ Por qué no me dijeron que le hablé de tú a Cecilia Soto ?

“En México hay una relación formal con el poder y una relación informal con los demás. Además, la reacción de Colosio fue favorable, aunque aceptó que en principio se sorprendió. Cuando en la primera pregunta le empecé ha hablar de tú a Luis Donaldo Colosio se me quedó viendo como diciendo ‘ bueno este cuate está totalmente desubicado. Me está diciendo Luis Donaldo’. A la segunda sintió ‘rico’ y a la tercera estábamos a todo dar”

Ferriz es muy solidario con su equipo, como comenta el Lic. Francisco Velazques (productor del noticiario Para Empezar y entrevistado por el autor de la presente tesis de licenciatura), felicita, motiva, impulsa, agradece el que se haga un buen trabajo que al fin de cuentas es la imagen del noticiario ; con su público. Igual está en desacuerdo con la pobreza que viven miles de mexicanos, con las políticas económicas que tiene paralizado al país en su planta productiva así como con el excesivo y sistemático control del Estado sobre toda organización pública, privada , civil cultural, etc. Su apoyo verbal a los problemas de los ciudadanos le acarrear adeptos y estima de éstos por su labor.

El comunicador considera que uno de los éxitos de su noticiario ha sido el punto de vista optimista que ha transmitido por este medio electrónico. Ferriz comenta que a lo largo del tiempo que se educó como periodista, se formó en un México derrotista. “Eramos la informalidad, la inexperiencia, el ‘ ahí se va’ , la improvisación. Es como si yo te digo que no tenemos remedio que estamos mal. Llega un momento que tu dices sí es cierto”.

Añadió que ver de esta forma la realidad le ‘ daba mucho coraje’ y que empezó a pensar que podía hacer para cultivar el orgullo de ser mexicano. Dice Ferriz “empecé a cambiar la óptica del programa, de que las cosas así se podían hacer. Comencé a sentir el eco de la juventud y eso fue para mí el mejor apoyo”.

A Pedro Ferriz de Con, como comenta Miguel Angel Sánchez de Armas, se le puede considerar en buena medida un visionario. Así lo demostró al colocar a su programa informativo como el primer noticiario de larga duración en la banda de FM - tomemos en cuenta que en la mitad de los 80 la frecuencia de FM tenía casi en su totalidad programas musicales; de ahí, el desafío para crear a un público con hábitos nuevos .

Ferriz muestra, como se pudo apreciar en el análisis de su programa, una personalidad entusiasta. No le gusta la pasividad, el no saber qué hacer. Es efusivo, pues sus actitudes o comentarios son impulsados por la molestia, la frustración, el enojo de que las cosas marchen mal en nuestro país. Sus reflexiones con frecuencia muestran elementos irónicos que en ocasiones rayan en la burla de los hechos informativos. En otras palabras, hace la noticia menos solemne y que a veces se le puede tachar de poco serio.

Pedro Ferriz de Con apunta al respecto “los mexicanos no somos serios...y, a quien no le guste que se vaya a Inglaterra...yo realmente me considero que vivo en un país que se ríe de la muerte, que se ríe de sus propios defectos y que se ríe de su tragedia, de su sufrimiento. Se ríe de todas esas cosas y, que, en medio de todos esos sentimientos yo no puedo ser ajeno. Tengo que convertirme en una especie de interprete del sentimiento de los mexicanos”.

Sus análisis, en ocasiones, son emotivos contraponiendo a la razón, por lo que se le tacha de un hombre poco fundamentado en sus comentarios. Su carácter ameno, antiolemne, directo, humorístico, trivializador, polémico y hasta con tintes de burla, igualado lo hacen una persona atractiva, amena y carismática. Esto es, exige una atracción emocional entre Ferriz y su público.

Pedro Ferriz pone mucha atención y consideración en su público; facilita - en lo que está a su alcance - la comunicación con su auditorio fax, teléfonos, comentarios a través del correo de voz; trata de seleccionar la información que pueda facilitar al individuo una visión general del acontecer social; entrevista a los individuos involucrados en los hechos que son noticia, etc.

Pedro Ferriz - según el análisis de su programa - proyecta en su interacción con el público a un comunicador con un estilo ameno al trabajar los temas noticiosos, en ocasiones sarcástico y poco solemne que se identifica con su público y gusta. El trato directo con su equipo de colaboradores, con sus invitados, entrevistados, muestra a su público una persona flexible, de trato fácil; es emotivo en sus comentarios, pero a veces mesurado, con tintes irónicos y humorísticos que rompe con el esquema tradicional de los noticieros así llamados ‘serios’.

Ferriz hace de su noticiero una conversación entre amigos en la que se discute de persona a persona, prácticamente no existe protocolo, reverencias, jerarquías, diferencias, salvo cuando lo amerita. Podemos decir que Ferriz es carismático, su forma de ser atrae al público; el que proyecte una personalidad alegre no quiere decir que no sea una persona seria. Todo lo contrario, es un individuo preparado, inteligente, con trayectoria, con credibilidad y aceptación entre el auditorio; el estilo de Ferriz es muy compatible con el perfil psicológico del mexicano, de ahí la identificación con el público.

ESTRUCTURA ORGANIZATIVA DE AL MOMENTO TERCERA EMISION

Al Momento 3ra Emisión, como nos comenta José Cárdenas - entrevistado por el autor de esta tesis - es un noticiario que no tiene los grandes presupuestos económicos y de estructura como otros programas de noticias. Si embargo, cuenta con los recursos técnicos y humanos - sobre todo estos últimos - suficientes y de calidad para hacer un buen trabajo. Agrega que cada edición del noticiario tiene una independencia total en cuanto a su producción y manejo de la información. (Ver cuadro XIX)

Cárdenas es el Director General de la 3ra emisión del noticiario. Su equipo lo integra un jefe de información auxiliado por ocho reporteros en el D.F., cuatro redactores y diez corresponsales nacionales. La información internacional se obtiene en su totalidad de las agencias de noticias ANSA, AFP, NOTIMEX y REUTER.

La sección de producción es dirigida por un productor, dos asistentes y un ingeniero de grabación. Los deportes son responsabilidad de un conductor y tres reporteros. Un equipo de tres personas se encarga de las relaciones públicas del radionoticiario.

No cuenta con sección de colaboradores. Al Momento 3ra Emisión se enfoca a 76 emisoras a nivel nacional (ver cuadro I Cap.II) . En este sentido su alcance es amplio en el interior de la República, no así en el D.F. en donde cuenta sólo con una emisora.

NIVEL DE AUDIENCIA AL MOMENTO TERCERA EMISION (R A T I N G)

Al Momento 3ra Emisión, si bien, no pertenece al horario matutino (se transmite de 6 a 9 p.m. por el 1290 de AM emisora Radio 13 del grupo radiodifusor Radio, S.A.) muestra importante presencia en el dial informativo al ocupar el séptimo lugar con 2.56 Puntos de Rating en la tabla que acumula a todos los noticiarios. (Ver cuadro XIV)

CUADRO XIX

**ESTRUCTURA ESQUEMATICA DEL
RADIONOTICIARIO
AL MOMENTO**

**GRUPO RADIO,S.A.
RADIO 13 XEDA-AM
1290**

**SECCION
NOTICIAS**

**DIRECTOR GENERAL DE NOTICIAS
CARLOS RAMOS PADILLA**

**TITULAR TERCERA EMISION
JOSE CARDENAS**

REDACCION

**JEFE DE INFORMACION
8REPORTEROS.
4REDACTORES.
10CORRESPONSALES
NACIONALES.**

**AGENCIAS INFORMATIVAS
ANSA.
AFP.
NOTIMEX.
REUTER.**

**SECCION DEPORTIVA
1CONDUCTOR.
3REPORTEROS.**

PRODUCCION

**1PRODUCTOR.
2ASISTENTES.
1INGENIERO
DE SONIDO.**

**SECCION DE SERVICIO
REPORTE VIAL.
5 REPORTEROS.**

**RELACIONES PUBLICAS
3ASISTENTES.**

FUENTE: Cuadro elaborado por el autor de la presente investigación.

Las estadísticas informan que el programa informativo conducido por José Cárdenas en mayo-junio tuvo .88 Puntos de Rating, julio-agosto .85 P.R. y septiembre .83 P.R. Lo anterior lo coloca entre los 10 noticieros más importantes en el D.F. (Ver cuadro XX)

El estrato social al que penetra Al Momento 3ra. Emisión es básicamente al nivel medio con 5.91 P.R. y al bajo con 5.11 P.R. El segmento alto de la población lo escucha poco .84 P.R. Los hombres (2.81 P.R.) y mujeres (2.34 P.R.) atienden en similar porcentaje al radionoticiario. Las amas de casa representan el 3% de su audiencia.

El nivel de radioescuchas por edad permite ver que la población entre 25 a 35 (3.06 P.R.), 36 a 45 (4.25 P.R.) y 46 años en adelante (4.26 P.R.) son quienes atienden con mayor regularidad al espacio informativo de Radio 13.

El lugar que ocupa dentro del universo de los programas de noticias lo ubicó en mayo-junio en el séptimo peldaño con .88 P.R., julio-agosto de nuevo en 7ma. posición con .85 P.R. y en septiembre en octavo sitio con .83 P.R.

PRODUCCION AL MOMENTO TERCERA EMISION

Al Momento 3ra Emisión el día de su monitoreo (15 y 16 de agosto de 1996) estructuró de la siguiente forma su información.

El resumen de noticias es el primer elemento que se emite al aire. El total de notas informativas es de 22. Las más importantes son: La comparecencia del Secretario de Hacienda Guillermo Ortiz ante el Congreso de la Unión; el Presidente de la República comenta en tono al financiamiento a los partidos políticos; se anuncia nuevas medidas de seguridad en las instalaciones de PEMEX; los deudores no ceden ante la banca.

Cabe mencionar que esta noticias se amplían a lo largo del programa, principalmente por los reporteros que cubre dicha información. El bloque noticioso ocupa el primer lugar en la gráfica de tiempos (02:33:40seg.) y porcentajes (42.50%). José Cárdenas conduce esta sección, pero no las siguientes. Se registraron nueve acumulados de información a lo largo del estudio. Se presentan cada 30 minutos.

CUADRO XX				
NIVEL DE AUDIENCIA EN EL D.F. 1997 (RATING) HORARIO DE 6 A 10 A.M.				
AL MOMENTO 3RA. EMISION AM XEDA 1290				
FECHA	MAYO-JUNIO	JULIO-AGOSTO	SEPTIEMBRE	TOTAL
TOTAL DE LA POBLACION	.88	.85	.83	2.56
NIVEL ALTO	.35	.23	.26	.84
NIVEL MEDIO	1.86	2.08	1.99	5.91
NIVEL BAJO	1.70	1.73	1.68	5.11
HOMBRES	.85	.97	.99	2.81
MUJERES	.93	.72	.69	2.34
AMAS DE CASA	1.35	1.10	1.08	3.51
7 A 12 AÑOS	.12	.08	.17	.37
13 A 18	.18	.16	.17	.51
19 A 24	.40	.34	.27	1.01
25 A 35	1.13	.97	.96	3.06
36 A 45	1.52	1.49	1.24	4.25
46 A MAS	1.28	1.37	1.60	4.26

NOTA: Las cifras equivalen al porciento de la población que escucha el programa en el D.F.

FUENTE: Datos proporcionados por A.C. NIELSEN.
El autor de la presente investigación reorganizó la información.

Un promocional y la información vial marcan el fin y el inicio de otro segmento. José Cárdenas comenta sobre la comparecencia del titular de Hacienda ante diputados en San lázaro. Tres reporteros cubren dicho evento y realizan una crónica. Cabe mencionar que en el noticiario - al igual que en Monitor- se privilegia la transmisión de la nota a través de los reporteros. En Al Momento dichos elementos intervinieron en 41 ocasiones contra 8 que tuvo Cárdenas en la lectura de noticias.

Ocho comerciales y dos promocionales intervienen en la dinámica del programa. Este bloque ocupa un tiempo total en las dos emisiones monitoreadas de 01:00:10 seg. igual al 16:66%. son la tercer columna en importancia de un acumulado de 9

La información vial es un servicio que presta la estación. El segmento anterior participó en 15 ocasiones - cifra similar a la que tuvo Monitor -. Cuenta con un equipo de reporteros especializados.

Cárdenas toma la dirección del programa y entrevista a un representante de los deudores de la banca, a quien cuestiona sobre la solución a dicho problema. En total son siete entrevista realizadas por José Cárdenas. Se destaca las hechas al Secretario de Comercio, Relaciones Exteriores, a un diputado del PRI y al Procurador Federal del Consumidor. El tiempo cedido a este bloque es de 01.34:20seg. igual al 26.11%. Es la segunda columna en importancia en el programa.

El servicio vial interrumpe y reporta sobre la contaminación y el tráfico en el D.F. - ocupa un tiempo de 00:11:40seg. igual al 3.05% del total del monitoreo.

Cárdenas introduce a dos reporteros quienes informan sobre el desayuno entre el Presidente de la República y economista internacionales. Uno más reporta sobre la guerra en Ruanda Africa. José Cárdenas comenta sobre la no asistencia del Presidente Cubano Fidel Castro a la reunión con la FAO en Italia y el desfile del 20 de noviembre

Diez comerciales y dos promocionales se emiten antes de dar inicio a la información vial. Dos reporteros hacen una crónica de la comparecencia del Secretario de Hacienda ante el Congreso de la Unión y las reacciones del Consejo Coordinador Empresarial ante la situación económica del país. Un especialista en deportes concluye con esta parte del programa al hacer un resumen de la jornada deportiva en México y en el mundo.

Segundo resumen de noticias integrado por 11 segmentos informativos. Es importante destacar que, en este noticiario, se privilegia a la nota originada en el D.F. (80n.); al sector gobierno Secretarías de Estado, funcionarios públicos, gobernadores, etc. (48n.) y al sector social - organizaciones civiles, sindicatos, obreros, amas de casa - (30n.).

La información en los estados (18n.); el sector privado patrones, industriales, compañías particulares (10n.); la noticia económica (8n.); policiaca (4n.) y cultural (0n.) no tienen mucha importancia en el radionoticiario. La nota internacional tiene mayor presencia (32n.). En este sentido, la jerarquización de las notas es desequilibrada.

Para concluir con esta sección Cárdenas realiza un comentario sobre el por qué de los viajes del Presidente de la República al extranjero. Las opiniones del conductor de Al Momento 3ra Emisión son breves y no tienen un espacio definido. No obstante, se percibieron 00:11:40seg igual al 3.05% destinado a dicho bloque.

Seis comerciales y un promocional dan paso al reporte vial. En seguida cuatro informadores anuncian sobre la no llegada del Presidente Cubano a Italia; la organización de deudores de la banca amenaza con tomar instalaciones de PEMEX sino se resuelve su problemas; El director de Petróleos Mexicanos propone un paquete de seguridad en la paraestatal; la tarifa en el Metro de la Ciudad de México aumentará al finalizar el año. Cárdenas opina sobre el día del bombero.

Un bloque de comerciales (7) y la información vial hacen un alto en la dinámica del programa. Tres reporteros informan en torno a la huelga de cañeros en Morelos; Vicepresidente del trabajo pide a la iglesia que se abstenga de participar en política; el diálogo de paz en Chiapas. El conductor de Al Momento 3ra Emisión opina sobre los ilegales mexicanos en E.U., dice son tratados como esclavos.

José Cárdenas realiza dos entrevistas. Una con el diputado del PRI y el Secretario de Comercio. Todas son vía teléfono. El bloque concluye con seis comerciales y dos promocionales del noticiario.

Tercer resumen de noticias - 8 n. lo integra -. La información vial. Cárdenas entrevista al Secretario de Relaciones Exteriores. Un corte Comercial y el reporte vial dan fin a esta parte del programa.

Dos reporteros informan sobre la escalada de precios en los comercios de la Ciudad de México. Cárdenas entrevista al Procurador Federal del Consumidor - discute sobre las sanciones que se aplicarán a quien aumente los precios injustificadamente.

Un colaborador participa con el tema de la economía nacional. Cabe mencionar que las secciones especiales no son frecuentes en el noticiario, pero aun así tuvo una duración de 00:15:40seg. igual al 4.16% del total del monitoreo. Nueve comerciales y dos promocionales dan fin a este bloque.

La sección deportiva inicia con un resumen y, posteriormente, se desglosan los eventos más importantes con el apoyo de reporteros. La participación ciudadana se reduce a la lectura de seis llamadas, ninguna en vivo, lo que representa en tiempo 00:06:50seg. igual al 1.66%.

El radionoticiario termina con dos resúmenes. Uno exclusivo para notas emitidas en el informativo y otro que concentra las entrevistas hechas por José Cárdenas.

JOSE CARDENAS: ; NO PRETENDO SER UN LIDER DE OPINION PERO SI EL COMUNICADOR MAS ESCUCHADO!

Al igual que Pedro Ferriz de Con, José Cárdenas, como comenta - al ser entrevistado por el autor de la presente tesis -, siempre ha estado vinculado con los medios de comunicación - y aún lo está -, especialmente con las noticias. Pepe (como lo llaman sus colaboradores) a lo largo de su vida profesional ha trabajado para la empresa Televisa, Imevisión - hoy T.V. Azteca -, fue director de noticias del Canal 40 y tuvo un fugaz paso por el Canal Once.

En radio laboró en la XEW - 24 Horas de XEW radio -; Radio Educación; transitó por Stereo Cien - ahora propiedad del Nucleo Radio Mil - donde inauguró un noticiario que lleva por nombre "Enfoque"; posteriormente, pasó por Grupo Acir donde permaneció cinco años al frente del noticiario "Informativo Panorama" que se transmite en el 1260 de AM; se incorporó al equipo de Ricardo Rocha en Radiópolis, filial del Grupo Televisa, en donde permaneció por algunos meses en la conducción del radionoticiario matutino "Detrás de la Noticia". En la actualidad labora para la cadena radiofónica Radio 13 como titular de la tercera emisión del informativo "Al Momento". *No se pudo contar con todos los datos curriculares de José Cárdenas.

La labor periodística de José Cárdenas implica un recorrido de más de 27 años a través de los medios de comunicación electrónicos.

Cabe mencionar que Cárdenas y Ferriz son personalidades que ven nacer su trayectoria personal en la televisión, pero por cuestiones de censura son obligados a refugiarse en la radio. Esta acción es calificada por ellos mismos en un principio como un retroceso en sus carreras como periodistas, principalmente por el desprestigio que, a mitad de los 80, sufrían los espacios informativos radiales. Sin embargo, más tarde (producto de los cambios en la sociedad) hizo florecer su prestigio como periodista.

Obviamente, la trayectoria de José Cárdenas es amplia pero -a la vez- entrecortada, señala Raúl Trejo Delarbre, situación que no significa que su influencia en la opinión pública desaparezca drásticamente, aunque sí se ve afectada en cuanto que no tiene un espacio fijo y por tal un auditorio permanente. Esto puede ser tomado por sus escuchas como una falta de compromiso profesional; no obstante, el auditorio que es más vivo, analítico y consciente entiende - con base en el curriculum de "Pepe", periodista crítico, informado, incisivo en su comentario, etc. - que más que una irresponsabilidad de su parte responde a un hecho de censura.

Por lo que respecta a la infraestructura de su programa en boca del titular de la tercera emisión de Al Momento nos dice que donde ha tenido la suerte de laborar, en radio ; ha contado con los recursos, si no totales, por lo menos suficientes e indispensables para hacer un buen intento periodístico. En “Al Momento” no ha sido la excepción, cuento con un equipo importante de reporteros, corresponsales, colaboradores, claro no se compara con el equipo técnico-humano de Monitor o Para Empezar, pero sí tengo los apoyos de acuerdo con la dimensión y tamaño de la empresa.

José Cárdenas, señala Alma Rosa Alva de la Selva, es otro de los periodistas que captó muy bien las inquietudes informativas del público. Su persona hizo algo muy sencillo pero efectivo - que hoy lo convierte en líder de opinión en buena medida - sintonizar y proyectar el sentir de un público más consciente e inconforme con las acciones de sus gobernantes (que por décadas han mostrado una franca apatía por los problemas que aquejan a los habitantes de este país). Prueba de lo anterior, son las opiniones, análisis, reflexiones, tratamiento de la información que le imprime José Cárdenas a la noticia y que se sintoniza con ese contexto de insatisfacción social.

En buena medida, como comenta Alma Rosa Alva de la Selva, la apertura y la crítica en la radio no fue cosa de personas o compromisos con la sociedad - de parte de los propietarios del medio radial - sino de los hechos informativos que se generaron en los últimos 20 años en nuestro país - que en buena medida nutrieron la discusión -, a los cuales la radio a través de sus conductores y espacios informativos se adaptaron bien.

José Cárdenas por el papel que desarrolla en el concierto social, como líder de opinión, se haya en una posición central; esto es, la atención de una masa considerable de individuos está puesta en su persona, en su actividad. De ahí, que mucha información fluya hacia él y parta de él - como se pudo apreciar en la elaboración de su programa.

Si bien, la interacción con los hechos que son noticia no es directa, esto no significa que ignore o no comprenda las preocupaciones de quienes lo escuchan. Por el contrario, la retroalimentación que tiene con sus redes informativas - censores externos - reporteros, corresponsales, agencias informativas, colaboradores, llamadas del público, correo de voz, fax, sondeos de opinión y su “olfato periodístico” le permiten apropiarse de la información necesario para emitir un juicio cercano a lo que su público percibe como realidad.

Una buena retroalimentación, apunta Raul Trejo Delarbre, le permite a José Cárdenas sintonizarse con el clima social imperante y, por tal, dirigir su energía a captar la información que interesa a su público. En la medida que cumple con este requisito su status se afianzará y crecerá.

En otras palabras, las personas que buscan una opinión o información que le ayude a construir un criterio, modificarlo, sustentarlo, adaptarse o desecharlo recurren frecuentemente a personas que consideran mejor informadas y capacitadas para orientarlos. Cárdenas se convierte, en este sentido, en una opción viable para el público o personas que presentan esta necesidad.

Es una clase de influencia (el poder de referencia), señala Miguel Angel Sánchez de Armas, que no pensamos que esté relacionado al poder. Podemos imitar el atendo de alguien que consideramos que está a la moda; podemos exponer un argumento que oímos a un intelectual brillante o de alguien con el cual nos identificamos; quizá compremos un libro, porque alguien cuya opinión es valiosa para nosotros lo comentó favorablemente. Esta persona ejerce poder referente para nosotros; nos identificamos con ella en ciertas áreas e influye en nosotros sin que nos sintamos manipulados.

No obstante, al no contar con un espacio fijo, Cárdenas muestra congruencia en su labor periodística. Prueba de lo anterior, es que a pesar del poco tiempo que lleva en la conducción de "Al Momento" tercera emisión ha logrado crear un espacio confiable de información y, así lo intenta a través de su equipo de colaboradores y de su persona al esforzarse a diario por presentar un informativo atractivo, útil y creíble. Se ubica en la séptima posición de los noticiario más escuchados en el D.F. con 2.56 Puntos de Rating (ver cuadro XIV).

José Cárdenas abordado para la presente investigación comenta en torno al compromiso que tiene con el público que lo sintoniza "primero que nada, es mi compromiso, la responsabilidad frente a la audiencia; dar a la gente la información oportuna y relevante que necesita, con una visión muy clara, comunicar a esas personas la verdad; siempre hay una verdad frente a los hechos, verdades distintas finalmente hacen una gran verdad y eso es lo que esperamos".

Cabe mencionar que su tenacidad lo ha llevado a buscar alternativas para no abandonar el espacio radial y, por tal, el contacto con su público.

Respecto a su salida de Grupo ACIR señala “ no abandoné Informativo Panorama por voluntad propia, pues en mi trabajo me vi forzado a hacerlo, por una decisión que escapa a mis planteamientos. Sin embargo, para mí es una página pasada el caso de ACIR, de Enfoque - noticiario del Núcleo Radio Mil - . Son momentos que han quedado muy bien escritos en mi historia personal como informador.

“Desgraciadamente, uno no es el dueño de los medios de comunicación, por lo tanto, uno está sujeto a las decisiones de alguien que está más arriba y que tiene la capacidad de decidir si esto sirve o no. Efectivamente en ACIR no hubo en algún momento coincidencia de objetivos. No quiero decir que yo tenía la razón o viceversa. Entonces creo que convino a cada quien seguir por su camino como buenos amigos, como profesionales que somos.

“Yo siento que mi salida de la organización nos hizo perder a todo mundo a la estación y a mí, pero bueno ellos tienen la oportunidad de replantear su proyecto informativo que por lo que veo no fue el mío. Por otra parte, se me abre la oportunidad de intentar nuevas experiencias en otro lado, como es el caso en el que me encuentro (Al Momento 3a. emisión).

“Claro está que en este nuevo proyecto falta mucho por hacer, volver a retomar el camino, no digo comenzar, pero sí recuperar lo hecho hasta este momento de mi carrera. Esto va a costar trabajo el recuperar la audiencia, establecer métodos de trabajo, pero sigue siendo finalmente un reto. Nosotros vivimos de retos y yo en lo particular vivo para eso”.

José Cárdenas muestra, en la conducción de su noticiario, gran capacidad sensible y de percepción para captar los fenómenos sociales que inquietan a su auditorio. Su preparación profesional su capacidad intelectual, de análisis, es ser un persona bien informada, le permite comprender y proyectar - hacia sus escuchas - una realidad o versión de la misma que se acerca a la de su público. Esto permite desarrollar una interacción congruente con su auditorio.

Particularmente, no es una persona que se adelante a los hechos - comenta Alma Rosa Alva de la Selva -, que busque información, que investigue. En su caso ha sido arrastrado por los hechos y circunstancias sociales generadas en las últimas dos décadas, a la cuales supo sortear y adaptarse. El se incorpora a la radio cuando ya se gestó un cambio significativo en los espacios de noticias.

“Tampoco proyecta en su persona y en su informativo el sentido de cambio e innovación (como en el caso de Vivó). Esto se puede constatar al escuchar su programa y compararlo cuando estuvo en Infornativo Panorama. El actual programa de noticias en el que labora “Pepe” tiene una estructura tradicional en los informativos radiales: información a través de agencias, reporteros, corresponsales, entrevistas, auditorio por lo regular por medio de declaraciones de los actores de los hechos que, más tarde se retransmiten con opiniones o análisis.

“No se percibe - como en el caso de Vivó - variantes en el programa como reportajes, viajes al extranjero, mesas de discusión, presencia de funcionarios - para que el auditorio exprese sus opiniones - , espacios de opinión para la población civil, etc”.

José Cárdenas presenta - como se pudo apreciar en la elaboración de su programa - una personalidad muy activa. Así lo proyecta al realizar su labor. La veracidad, el dinamismo que le imprime a sus actividad periodística se percibe. Es un individuo que constantemente motiva a su público a que participe con sus comentarios, o para que se informe o analice los hechos que son noticia o, bien, para alentar a sus colaboradores al realizar su trabajo. Su energía contagia y atrae a sus escuchas.

Cárdenas, opina Miguel Angel Sánchez de Armas, es un periodista bien informado, capaz, inteligente, medurado y acertado cuando se requiere lanzar una opinión bien fundamentada. Su temperamento nos muestra a un tipo dinámico, así se nota al escuchar su noticiario. La elaboración del mismo no da tiempo para que su auditorio se distraiga. Se puede decir que es todo un concierto en donde Cárdenas lleva la batuta a ritmo

Cabe mencionar que este estilo dinámico no es privativo en él; todo lo contrario, su equipo lo asume y lo lleva a la práctica. Su carácter muestra a un hombre entusiasta que constantemente motiva a su escucha a permanecer con él . José Cárdenas proyecta a su público que al estar en su espacio está mejor informado que en otro noticiario; a través de su noticiario escuchará lo más importante, lo más cercano a la realidad, pues sus colaboradores y su persona pone todo lo que está a su alcance para cumplir dicha misión.

José Cárdenas es un hombre modesto, sincero e íntegro, así lo muestra su labor periodística y lo ratifican sus colegas - Pedro Ferriz de Con, Estela Livera, Miguel Angel Sánchez de Armas.

Al respecto comenta Cárdenas “ no me considero un líder de opinión. Me considero un informador con una responsabilidad muy importante respecto al trabajo que hago todos los días. Si como consecuencia el auditorio tiene simpatía, credibilidad sobre el trabajo que hacemos bienvenida la opinión y el nombre de líder de opinión. Sin embargo, sí pretendo tener mucha audiencia, tener una gran calidad de trabajo en lo personal y sí pretendo que mi noticiero sea el más escuchado, el mejor realizado desde el punto de vista profesional. Esa sí es mi pretensión”.

El conductor de Al Momento 3a emisión respeta a su público y le otorga el primer lugar, por ello canaliza su energía y la de su equipo para elaborar un buen noticiero para que sea útil a sus escuchas. Se puede considerar un hombre carismático en cuanto su persona proyecta simpatía, accesibilidad, presencia, confianza, es un hombre que atrae y tiene gran estima entre su auditorio. De ahí que se convierta en un comunicador cotizado, pues tiene muchos seguidores.

CONCLUSION

Después de haber abordado el tema de la radio respecto a su papel de medio informativo en los últimos 10 años; el desarrollo mostrado como medio de servicio social; la verificación de sus avances en términos de instrumento de difusión de hechos noticiosos a través de un análisis de los radionoticiarios matutinos que se emiten en la Ciudad de México, así como su participación - del dial informativo - en el surgimiento de comunicadores líderes de opinión, llego a las siguientes conclusiones en la presente tesis de licenciatura.

Los programas informativo-noticiosos, existentes en el cuadrante radiofónico de la Ciudad de México, han manifestado una evolución sustancial en términos de elaboración y de apertura - en el manejo de la información - en los últimos 12 años.

La radio es el medio electrónico de noticias con mayor grado de credibilidad en el D.F. Esto se debe en gran medida, a la generación de un sentido amplio de la comunicación política así como al debate entre actores contrarios llámese partidos políticos, asociaciones civiles, grupos privados, intelectuales, etc.

Si bien, persisten los vicios de la "radio sinfonolera" es un hecho que , hoy por hoy, existen espacios de debate plural con amplia cobertura, que indiscutiblemente han equilibrado la oferta radiofónica caracterizada por la venta de espacios musicales.

La radio, de entre los medios de comunicación que existen en el país, consolidó su presencia como fuente informativa importante, sobre todo, por la capacidad de propagar acontecimientos con rapidez. Se puede decir que de un medio de entretenimiento, la radio se consolidó como fuente de información en estos años (1985-1997).

La sociedad fue pieza clave para que el medio radial, en lo referente a noticias, se abriera y permitiera cambios en sus estructuras informativas. Esta - la sociedad - empujó a la radio, luego la radio como industria que es encontró la rentabilidad de esta apertura.

Así pues, la apertura tuvo mucho que ver con que descubrieron que era un buen negocio, atrae auditorio. En este sentido, esta supuesta apertura de ninguna manera se basa en un interés social, sino en una rentabilidad económica y, por consecuencia, mayor poder político para los empresarios.

La mayoría de los noticieros analizados en el capítulo III tienen al sector gobierno como principal protagonista. Se favorece a la nota originada en el D.F. Prácticamente la información de la provincia no existe, a pesar de que la mayoría de estos informativos tienen cobertura nacional o llegan a las principales ciudades de la República.

Los segmentos internacionales y deportivos tienen mayor cobertura y espacios para su análisis que otras secciones informativas - por ejemplo el sector social.

* En cuanto a la presencia del sector social en la información amas de casa, obreros, sindicatos, asociaciones de colonos, grupos indígenas, campesinos, estudiantes, maestros, productores agrícolas, industriales, grupos financieros, militares, asociaciones religiosas deben incrementarse, pues prácticamente pasan desapercibidos para la mayoría de los informativos radiales, no existen, no son noticia, no tienen relevancia desde su perspectiva.

* Si bien hay participación ciudadana en los informativos, ésta sigue siendo mínima. De ahí, que se deban ampliar los caminos para la participación directa de la población en las emisiones del dial capitalino.

* La presencia de espacios amplios para el comentario, la discusión, el análisis en donde participan colaboradores, expertos en asuntos políticos, económicos, sociales y culturales son una realidad en los programas de noticias de la radio.

No obstante, dichos segmentos deben estar respaldados con información más nutrida, la cual permita al auditorio tener los datos y elementos suficientes para formar un juicio propio y contraponerlo a las opiniones que se vierten en los noticieros constantemente.

En este sentido, el comentario tendrá mayor valor para un radioescucha mejor informado.

Dichas medidas son de vital importancia para mejorar la calidad de información que la radio transmite; con ellos, ésta aportará su parte, así sea modesta, a hacer de nuestra sociedad mejor informada y, por lo tanto, más participativa y consciente de su realidad.

En cuanto si son o no personas influyentes, en el medio radial informativo, José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas, concluyo - con base a los resultados de la presente investigación - que sí son líderes de opinión. Esta afirmación se sustenta en los siguientes hechos:

* Forman parte de la llamada Opinión Pública. Su campo de acción se dá en el terreno de las ideas, opiniones, actitudes de las personas. Esto es, plantean y discuten problemas que atañen a una colectividad - en este caso su auditorio - directa o indirectamente; o, bien, sintetizan o se adhieren a temas expuestos por un grupo o público determinado y lo hacen propio de otras tantas agrupaciones.

* Los tres comunicadores antes citados cuentan con la posibilidad - pues no todos los individuos que integran esta ciudad (D.F.) y qué decir del resto del país - de acceder a un medio masivo de comunicación que les permite emitir sus mensajes a un conglomerado amplio de individuos.

* En este sentido, el medio y sus programas son pieza clave en la adquisición del liderazgo. Desde esta perspectiva no hay líder de opinión sin medios de comunicación.

* La forma de conducir su programa, de estructurarlo, de interactuar con su público, la infraestructura en la cual descansa su labor periodística es parte sustancial para adquirir su status de líder.

* Su preparación, trayectoria y estilo de conducir sus informativos complementados con el prestigio que otorga el medio de comunicación ayuda a adquirir la posición de líder de opinión.

* La situación social, política y económica de los últimos 10 años propició que el ciudadano del D.F. viera en el medio radial una fuente de información confiable. Lo anterior permitió, en buena medida, el surgimiento de figuras influyentes, las cuales contribuyeron de forma sustancial al crear un clima de credibilidad entre quienes atienden a los espacios de noticias del medio radiofónico.

Con base en los resultados del análisis de las tres personalidades influyente antes señaladas se propone un perfil ideal para que un comunicador adquiera el liderazgo de opinión en los informativos del medio radial.

* Contar con una amplia experiencia, trayectoria y permanencia en los programas de noticia del medio radial, o -de forma- mínima estar vinculado con el género informativo.

- * Disponer de una infraestructura - equipo técnico y humano - sino abundante por lo menos necesario para desarrollar una labor periodística de calidad.
- * Fincar un proyecto informativo que responda a las expectativas del auditorio al cual se pretende llegar.
- * Ser un comunicador sensible, de gran intuición, de agudo "olfato periodístico" para sintonizarse y estar a la vanguardia de los fenómenos que inquietan a la sociedad.
- * Convertirse en quien interprete o proyecte mejor los sentimientos de las personas a las que influye, o bien el que inicie la discusión sobre algún hecho controvertido que merece la atención de los miembros de la comunidad. Esto es lo que hace a un líder de opinión, impulsar una corriente de opinión entre la audiencia y, no sólo conformarse con sintonizarse con la misma.
- * Estar bien informado; esto es, su persona tiene que buscar, dar y facilitar el intercambio de información. Para cumplir con esta perspectiva debe crear las redes de comunicación necesarias que le permitan llegar hasta su posición la información clave para desempeñar su labor.
- * Contar con un panorama amplio y profundo sobre su audiencia que le permita seleccionar aspectos relevantes del mundo y conciliarlos con las metas y normas del grupo.
- * Respetar los valores, sentimientos, tradiciones imperantes en su público o, de lo contrario, minará su influencia.
- * Motivar la interacción con su público a través de cualquier conducto que sea necesario. En otras palabras, debe ser un hombre de fácil acceso y trato.
- * Ante el micrófono proyectar capacidad, inteligencia, conocimiento sobre su labor.
- * El líder debe ser percibido como un elemento responsable, confiable, tenaz, seguro, con deseos de destacar, con actitud motivadora hacia su grupo de trabajo y con el público.
- * Tomar decisiones, aceptar responsabilidades y resolver problemas acarrea estima por su trabajo.

- * Es fundamental que el líder muestre iniciativa; esto es, que dirija las actividades en beneficio de la colectividad.
- * La buena constitución de su equipo de trabajo es la base para desarrollar un esquema laboral cimentado, competitivo, profesional, equilibrado. Esto permite al líder poner atención en otras actividades claves de la organización delegando responsabilidades a otros subalternos.
- * Delimitar derechos y obligaciones en sus interacciones entre su equipo humano y público.
- * Debe ser leal a la organización, protegerla y contribuir a su desarrollo.
- * Mostrar agilidad, aplomo, ser atractiva, amena.
- * Tener una voz agradable influye en la aceptación del público.
- * La seguridad en su persona proyecta confianza
- * El líder debe ser visionario, anticiparse a los hechos, a las necesidades de la audiencia.
- * El trato con el público debe ser agradable, ameno y flexible.
- * El dinamismo capta a las personas que se desea influir.
- * Debe tomar con seriedad su papel, lo cual no está reñido con el humor siempre y cuando esté bien aplicado en situaciones que lo ameriten.
- * Tiene que mostrar capacidad de convencimiento e influencia.
- * Debe ser consciente de su responsabilidad social.
- * Debe mediar entre el público y los hechos que son noticia lo más equitativo posible.
- * La ética es otro valor que el líder debe mostrar, esto es, debe ser leal, digno, comprometido, congruente, respetuoso, de gran confianza e íntegro.
- * Debe estar en preparación constante. El líder es aquel que dice “nunca terminaré de aprender”.

* Tiene que ser el primero en autoevaluarse.

* El individuo que pretenda el liderazgo de un grupo debe recurrir a todos los recursos - siempre lícitos y éticos - para que el público delegue en él la posición de líder de opinión a voluntad.

Lo anterior otorga a la persona líder el derecho de representar a sus seguidores - en este caso público - a través de su voz ya sea para iniciar, sintonizar, rechazar una opinión, comentario, reflexión en torno a los hechos que afectan a la colectividad. Que sea su persona - la del líder de opinión - quien proyecte el juicio social impersonal llamado opinión pública.

* Finalmente y a partir de las conclusiones antes mencionadas señalamos a José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas como los comunicadores que cumplen con el mayor número de rasgos fundamentales para ser considerados líderes de opinión

La radio, como es un hecho, ha evolucionado notablemente respecto de los contenidos que difunde en sus programas. Esto es, de ser un medio cuyas posibilidades temáticas se reducan a la transmisión de música - durante más de 3 décadas -, dio el salto, en los últimos 10 años, al proponer programas de tipo político y de debate, a foros de expresión, de denuncia e incluso a dar cauce a todo tipo de inquietudes, desde vender mascotas hasta programas donde se abordan y discuten abiertamente conflictos de pareja o asuntos sexuales o problemas legales.

Ahora sí uno enciende su radio encuentra una amplia gama de opciones informativas, programas de opinión, análisis y de debate. En otras palabras, la radio hablada y de contenido se ha hecho presente en los últimos años productos de los cambios en la sociedad - políticos, económicos, sociales, culturales - la cual exige a los medios de comunicación - en este caso del dial capitalino - más y mejor información para entender la realidad en la que vive.

En este sentido, el medio radiofónico respondió al emitir programas con mayor aporte informativo para una sociedad más exigente y consciente de su acontecer social.

Si bien, esto es ya un avance, aun no es lo que debiera ser la radio como instrumento de comunicación social. Desde esta perspectiva, el cuadrante radial debe proponer programas y temas más diversos y variados para una población - en el caso de la Ciudad de México - extensa y diversificada; crear espacios para la expresión de la sociedad civil; preparar con mayor profesionalismo los programas que se difunden por los medios.

Investigar - a través de monitorcos, encuestas - cuales son las inquietudes informativas que inquietan, preocupan e interesan al público que sintoniza el cuadrante radial; incorporar a comunicadores mejor preparados intelectualmente y permitir la difusión libre de las ideas, opiniones, análisis sobre la realidad; borrar toda huella de censura y peor aún de autocensura. Lo anterior permitirá que la radio se convierta en un instrumento de comunicación con una convicción netamente social.

A pesar de los avances registrados en el medio radial, la radio a más de siete décadas de su creación no ha visto progreso sustancial y significativo respecto a su labor como instrumento de comunicación social. Por el contrario sus perspectivas como medio de servicio social han sido frenadas fundamentalmente por los intereses comerciales que permean al medio.

La alta concentración de las emisoras en manos privadas - de las 1155 estaciones radiales existentes en el país el 91% son concesionarias (1047 E.) y el 9% son permisionarias (108 E.) - y la falta de interés - o imposibilidad - por parte de las instancias gubernamentales para transformar la situación del medio.

En este sentido, la apertura y avance en materia de contenidos en el medio radial respondió más a un interés comercial que a una responsabilidad social por parte de los propietarios del medio. Dicha apertura fue factible porque los dueños de las estaciones de radio capitalinas se dieron cuenta que era un buen negocio - programas de opinión, análisis, debate, denuncia -, que atrae público y por tal anunciantes - la principal fuente de riqueza para el gremio de concesionarios radiales -. La apertura tuvo que ver con que resultó un buen negocio.

No obstante, este panorama - en lo social - y aún dentro de sus propios esquemas, la radio comercial puede llevar a cabo una actividad más congruente con la función social que debería corresponderle. Así pues, si la radio se desprende de esquemas caducos que significan estructuras atrasadas de programación, censura de propuestas imaginativas por intereses mercantiles y, sobre todo, si consigue vencer el autoritarismo que suele caracterizar a los propietarios del medio radial en detrimento de la participación del público, la radio podría convertirse en un medio versátil, atractivo por sencillo e incluso financieramente accesible para quien deseen emplearlo.

Con las anteriores modificaciones, la radio podría contribuir de manera muy práctica, a la solución de carencias considerables en el campo de la educación y la cultura. Si pudiera asumir sentido y responsabilidad social desinteresada, la radio estaría en condiciones de ser un vehículo de expresión privilegiado por su cobertura y posibilidad de acceso para diversos grupos sociales que comienzan a buscar, en los medio, una forma de participación en los asuntos del país.

En cuanto a la comunicación directa y recíproca que manifiesta el medio hacia la sociedad es escasa o nula. Si bien, la población capitalina encuentra mayores espacios para expresarse en la radio, a diferencia de otros medios, ésta sigue siendo muy restringida.

La radio, salvo contadas excepciones, no brinda espacios amplios y fijos para las expresiones de la sociedad. Antes que radioescuchas participativos los industriales de la radio ven en la ciudadanía a una masa de consumidores.

Así, la posibilidad de expresión real para millones de radioescuchas queda fuera de los esquemas de la radio comercial. La participación del público se produce en función de los criterios convencionales para la intervención del público en los medios, por demás inocuos. La estructura con la que funciona la radio en México limita en alto grado los canales de participación; de hecho, la comunidad está al margen de la radio.

Ante este contexto se deben mejorar los canales de intervención de la ciudadanía en el medio radial; la sociedad tiene que organizarse y exigir a la entidad estatal el uso de tiempo que el gobierno tienen en todos los medios de comunicación electrónicos - 12.5% del tiempo que se debe ceder al Estado como pago de impuesto de los concesionarios.

Los propietarios del medio radial deben realizar sondeos constante respecto a los temas que el público desea escuchar, para no emitir programas que no interesan al escucha. Por último es la sociedad quien debe presionar y exigir tanto a las instituciones gubernamentales - que se hacen cargo de los mass-media - como a los propietarios de las concesiones acceder a los medios masivos de comunicación, pero también tienen la responsabilidad de proponer proyectos informativos, temáticos y programáticos bien definidos que mejoren la calidad de lo que se transmite en el medio radial.

Ante dicho panorama, el comunicador egresado de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, creo fundamentalmente, debe jugar un rol activo y decisivo en la transformación a fondo del medio radial.

Para ello, el futuro comunicólogo de radio - que surge de esta casa de estudios - tiene que contribuir para el mejoramiento de la radio de la siguiente manera:

- * Conocer y especializarse en cualquier área de radio.

- * Proponer programas radiales que estimulen la difusión de la cultura, la educación, las artes, las tradiciones, la información objetiva y veraz.

- * Facilitar y alentar por cualquier medio posible la participación ciudadana directa, libre y sin censura.

- * Pugnar por la transmisión de programas educativos, culturales, recreativos que hagan de nuestra sociedad una comunidad bien informada.

- * Ser un persona consciente de la responsabilidad social que se adquiere en la universidad y proyectarla en el campo laboral.

- * Por último, continuar con una preparación constante en lo intelectual, pues sólo de esa forma se mejoraran las condiciones del medio radial en torno a los contenidos que emite. Esto es, con profesionales bien preparados la radio puede anticiparse a los cambios sociales, interpretarlos y proponer soluciones a los mismos.

En este sentido, el futuro comunicólogo de la radio tiene la responsabilidad de mejorar la calidad de los contenidos que se difunden en los programas radiales, lo cual permitirá tener a una sociedad mejor informada, más participativa y consciente de su realidad

Por otra parte, los espacios noticiosos del cuadrante están incorporando formatos, donde el comentario tiene un papel protagónico, dejando atrás emisiones donde el eje central sólo es la información. De ahí, la presencia de más programas en los cuales la opinión de uno o más comentaristas pasa a tener un papel central para enriquecer la información, en espacios noticiosos que han ampliado su duración. Hecho que ha generado la multiplicación de voces críticas y discordantes que valoran el quehacer de nuestros gobernantes y lo que gira a su alrededor.

Es un hecho evidente que los cambios operados por el cuadrante en los últimos 12 años (1985-1997) redituó por parte de sus radioescuchas en un voto de confianza y credibilidad de éstos hacia el medio y sus programas de información.

Si bien, en 1940-1950, la música fue pilar fundamental en el primer auge registrado en la radio, hoy señalo a los radionoticiarios, programas de opinión y de servicio social (esto dos últimos en menor grado que el primero, pero no por esto menos importante) como los productos destacados que han dado nueva vida al cuadrante capitalino, que por mucho tiempo se encontró a la zaga como instrumento de comunicación de tipo informativo.

Los últimos años hablan de una revitalización de la radio en nuestro país, aunque todavía se necesitan cambios más profundos. En este sentido, propongo con base en el análisis realizado en el presente trabajo académico las siguientes modificaciones en materia informativa:

- * Utilizar géneros informativos radiales que no se trabajan como el radioreportaje.
- * Realizar periodismo de investigación y menos de denuncia sobre hechos ya consumados.
- * Optimizar y profesionalizar los recursos humanos reporteros, redactores, corresponsales, conductores que intervienen en los radionoticiarios.
- * Ofrecer información más amplia, completa y contextualizada. Esto es, la noticia debe contar con tiempos suficientes para poder proporcionar en mayor medida datos, elementos que muestran la nota informativa.
- * Hacer mayor seguimiento de los hechos informativos.
- * La información originada en el país requiere, por otra parte, de espacios más plurales, imparciales y menos centralizados.

BIBLIOGRAFIA

- ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa Radio e ideología 4a. ed. México, Ed. El caballito, 1991, 143 págs.
- ASCH E., Solomon. Psicología social. 2a. ed. Buenos Aires, EUDEBA, 1964, 646 págs.
- BENEYTO, Juan. La opinión pública: teoría y técnica. 2a ed. México, Ed. Técnos, 1969, 202 págs.
- BOCKELMANN, F. Formación y funciones sociales de la opinión pública Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1983, 304 págs.
- BROWNE, C. George y Thomas S. Cohn. El estudio del liderazgo. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1958, 435 págs.
- CASARES ARRANGOIZ, David. Liderazgo: capacidades para dirigir. México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1994, 181 págs.
- FERNANDEZ CHRISTLIEB, Fátima. Los medios de difusión masiva en México. México, Juan pablos editores, 1982, 330 págs.
- GONZALEZ, Ana María. Entre mass media te veas. México, Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, colección: periodismo cultural, 1994, 217 págs.
- GONZALEZ LLACA, Edmundo. La opinión pública (bases preliminares para el estudio de la propaganda política) México, Universidad Nacional Autónoma de México, 1977, 69 págs.
- GRANADOS CHAPA, Miguel Angel Examen de la comunicación en México. México, Ed. El caballito, 1981, 224 págs.
- HOLLANDER P., Edwin. Principios y métodos de psicología social. 2a. ed. Buenos Aires. Amorrortu editores, 1968, 515 págs.
- HOMANS C., George. El grupo humano. 2a. ed. Buenos Aires, EUDEBA. 1968, 497 págs.
- HUSE F, Edgar y James L. Bowditch. El comportamiento humano en la organización España, Ed. Deusto, 1975, 439 págs.

- KATZ, Elhu y Paul F. Lazarsfeld. La influencia personal. Barcelona, Ed. Hispano-europea, 1970, 491 págs.
- KLINEBERG, Otto. Psicología social. México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1963, 582 págs.
- LINDHOLM, Charles. Carisma: análisis del fenómeno carismático y su relación con la conducta humana y los cambios. España, Ed. Gedisa, 1992, 303 págs.
- LUKES, Steven. El poder: un enfoque radical. México, Ed. Siglo XXI, 1985, 85 págs.
- LLANO PRIETO, Serafín y Oscar A. Morales Huerta. La radiodifusión en México. México, comunicaciones: técnica e investigación, 1984, 233 págs.
- MARTINEZ ALBERTOS, José Luis. La noticia y los comunicadores públicos. Madrid, Ed. Pirámide, 1978, 201 págs.
- MEDIOS, DEMOCRACIA y FINES. México, coedición Universidad Nacional Autónoma de México, Agencia Mexicana de Noticias (Notimex), Fundación Friedrich Naumann, 1990, 336 págs.
- MEJIA BARQUERA, Fernando. La industria de la radio y la televisión y la política del Estado mexicano (1920-1960). México, Fundación Manuel Buendía, (s. f.), 193 págs.
- MUNNE, Federico. Grupos, masas y sociedad. introducción sistemática a la sociología general y especial. 4a. ed. Barcelona, Promocions y publicaciones universitarias, (s. f.), 621 págs.
- NAPIER W., Rod y Matti k Gershenfeld. Grupos. teorías y experiencias. México, Ed. Trillas, 1975, 324 págs.
- NEWMANN, Jhon F. Periodismo radiofónico. 2a ed. México, Ed. Limusa, 1991, 130 págs.
- PITTALUGA, Gustavo. Temperamento, carácter y personalidad. México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1954, 166 págs.
- PRICE, Vincent. Opinión Pública. México, coedición Universidad de Guadalajara, Desarrollo de Opinión Pública S.A. y Prospectiva Estratégica A C., 1992, 158 págs.
- REBEIL CORELLA, Ma Antonieta, et. al. Perfiles del Cuadrante: Experiencias de la radio, México, Ed. Trillas, 1989, 314 págs.

RIVADENEIRA PRADO, Raúl. La opinión pública: análisis, estructura y métodos para su estudio. 3a. ed. México, Ed. Trillas, 1990, 155 págs.

ROMO GIL, Ma, Cristina. Introducción al conocimiento y práctica de la radio México, Ed. Diana, 1987, 113 págs.

ROSE W., Arnold. La estructura del poder. Buenos Aires, Ed. Paidós. 1967, 461 págs.

RUSTOW A., Dankwart. Filósofos y estadistas. estudio sobre el liderismo. México, Ed. Fondo de Cultura Económica, 1976, 644 págs.

SILICEO AGUILAR, Alfonso. Liderazgo para la productividad en México. 2a ed. México, Ed. Noriega-Limusa, 1995, 413 págs

SPROTT WALTER, John H. Introducción a la psicología social. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1968, 329 págs

Grupos humanos. 2a. ed. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1973, 232 págs.

TAMOTSU, Shibusami. Sociedad y personalidad: una aproximación interaccionista a la psicología social. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1971, 570 págs.

TANNEN BRAWN, Robert y otros. Liderazgo y organización: introducción a la ciencia del comportamiento Buenos Aires, Ed. Troquel, 1971, 563 págs

VILLA NUEVA, Juan Pablo. La dinámica y el valor de la opinión pública. Pamplona, Instituto de Periodismo de la Universidad de Navarra, 1963, 108 págs

VILLE, Jard de. La psicología del liderazgo. México, Ed. Grijalbo, 1989, 175 págs.

WHITTAKER O., James. La psicología social en el mundo de hoy. México, Ed. Trillas, 1988, 510 págs.

YOUNG, Kamball. Psicología social 2a ed Buenos Aires, Ed. Paidós, 1974, 637 págs.

La opinión pública y la propaganda. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1983, 232 págs.

HEMEROGRAFIA

ACEVES GONZALEZ, Francisco De Jesús. " Los radionoticieros y el proceso electoral de 1991: una información que sí tomó partido". Revista Mexicana de Comunicación, mayo-junio de 1992, núm. 23, págs. 28-31.

AGUILAR, Gabriela. " La radio, el medio más dinámico y competido". El Financiero. México, 9 de julio de 1993, pág. 14.

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. "En la Ciudad". El Financiero. México, 14 de mayo de 1993, pág. 49.

"En los setenta años de la radio". El Financiero. México, 12 de septiembre de 1994, pág. 17.

BOTELLO HERNANDEZ, José "Vientos de aquellos lodos". El Financiero. México, 16 de agosto de 1991, pág. 56.

CHAVEZ, Elías " Radio y t.v. mexicanas, monopolio de ocho grupos" Proceso, 1977, núm. 36, págs. 52-53.

D'ARTIGUES, Katia. "Externa Ferriz De Con su deseo de gobernar". El Reforma. México, 10 de enero de 1994, pág. 7.

ESTEINOU MADRID, Javier. "Los medios de comunicación ante la modernización nacional". Revista Mexicana de Comunicación, julio-agosto 1990, núm.12, págs. 19-21

FERNANDA MATUS, María "Dominan mercado 5 radiodifusoras". El Reforma México, 20 de octubre de 1994, pág. 29-A.

GARCIA, Elvira. " Periodismo de investigación, el reto de los radionoticiarios: Ferriz De Con" Revista Mexicana de Comunicación, agosto-septiembre de 1994, núm.36, págs. 32-34

" ¿ Quién es el interlocutor de la radio ? Revista Mexicana de Comunicación, agosto-octubre de 1995, núm. 41, pág.28.

GARZA, Ramiro "Las cadenas en la radio". El Universal. México, 16 de enero de 1994, págs. 1-5.

GOMEZ LEYVA, Ciro. "Los días de la Radio". El Reforma. México, 3 de octubre de 1994, pág.15.

GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. "Propaganda radiofónica. Televisión prohibitiva" La Jornada México, 23 de agosto de 1991, págs. 1-4.

GUTIERREZ ESPINDOLA, José y Fernando Mejía Barquera. "Para una historia mínima de los medios en 1990" Revista Mexicana de Comunicación, enero-febrero de 1991, núm 15, págs 9-13.

HIRIART, Pablo. "Independencia, credibilidad y lectores, no chabacanería". Revista Mexicana de Comunicación, noviembre- diciembre de 1993, núm. 32, pág.13.

MEJIA BARQUERA, Fernando "Los medios en 1992: una triste historia" Revista Mexicana de Comunicación, enero- febrero de 1993, núm. 27, págs. 9-19

"Ecos de los medios en 1993". Revista Mexicana de Comunicación, enero- marzo de 1994, núm. 33, págs. 5-17.

MONSIVAIS, Carlos "comunicación, cultura política y democracia". Revista Mexicana de Comunicación, julio- agosto de 1990, núm.12, págs 13-18.

"Las zonas muertas en la prensa". Revista Mexicana de Comunicación, noviembre-diciembre de 1993, núm.32. pág. 11.

"NUCLEO RADIO MIL SE ASOCIA COMERCIALMENTE CON ARTSA" Uno más uno. México, 22 de septiembre de 1993, pág. 31.

OCAMPO, Carlos. "Dívos radiofónicos". El Universal. México, 10 de diciembre de 1993, pág.3

OLMOS, Alejandro. " El cuadrante radial en el 94". Revista Mexicana de Comunicación, febrero- abril de 1995, núm 39, págs. 40-44.

"La marca de la crisis económica arrastra a los medios mexicanos". Revista Mexicana de Comunicación, mayo- junio de 1995, núm.40, págs.27-29

OROZCO GOMEZ, Guillermo. "Red nacional de monitoreo ¿ un nuevo desafío para la audiencia?" Revista Mexicana de Comunicación, Junio-Julio de 1994, núm. 35, pág. 35.

PINEDA MUÑOZ, Miguel Angel "Desde la cabina". El Nacional. México, 24 de agosto de 1992, pág. 8

PIÑA JARILLO, Verónica. "O.R.C. rentó Crystal FM por ocho años". El Nacional. México, 16 de agosto de 1993, pág. 17.

"Fusiones en el cuadrante: estrategia comercial" El Nacional. México, 25 de octubre de 1993, pág. 17

“Por una crítica radiofónica”. El Nacional. México, 12 de septiembre de 1994, pág.17.

RESENDIZ RODRIGUEZ, Rafael. “Los medios mexicanos en la transición democrática”. Revista Mexicana de Comunicación, agosto-septiembre de 1994, núm. 36, págs. 32-34.

SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Angel. “Temas de la nueva relación Estado-medios”. Revista Mexicana de Comunicación, mayo-junio de 1992, núm. 23, págs. 15-17.

SANCHEZ MARQUEZ, Fernando. “Urge un código de comunicación: Trejo”. El Nacional. México, 24 de agosto de 1992, pág. 6.

SOLIS LEREE, Beatriz. “Breve diagnóstico de la radiodifusión metropolitana”. Revista Mexicana de Comunicación, noviembre de 1995 / enero de 1996, núm.42, págs. 9-13.

SOSA PLATA, Gabriel. “Focos de emergencia para la radio mexicana”. Revista Mexicana de Comunicación, febrero-abril de 1993, núm.43, págs.11- 14

TREJO DELARBRE, Raúl. “Una libertad que se inventa cada día”. Revista Mexicana de Comunicación, mayo- junio de 1995. núm. 40, págs. 27-29.

TREJO VILLAFUERTE, Arturo. “Balance noticiarios en el cuadrante”. El Nacional. México, 26 de abril de 1993, pág.17.

“Las diferencias entre AM y FM”. El Nacional. México, 16 de agosto de 1993, pág.17

VARMA, Kim. “Una dosis por la mañana y una antes de dormir”. Origina, agosto de 1995, núm.27, págs. 32-37.

VELASCO UGALDE, Enrique. “En esto de las encuestas radiofónicas”. La Jornada. México, 17 de agosto de 1991, pág. 38

VELAZQUEZ, Raúl “Candados en el cuadrante”. Revista Mexicana de Comunicación, octubre-noviembre de 1994, núm.37, págs. 18-19.

VILLEGAS, Claudia. “Se reestructuran los consorcios de medios nacionales de comunicación”. El Financiero. México, 17 de enero de 1994, pág. 12.

WOLDEMBERG, José. “Trascender la cultura idiota”. Revista Mexicana de Comunicación, noviembre- diciembre de 1993, núm. 32, pág. 9.

ENTREVISTAS

ALVA DE LA SELVA, Alma Rosa. ENEP Acatlan. 6 de septiembre de 1996.

CARDENAS, José. Oficina particular. 9 de septiembre de 1996.

FERRIZ DE CON, Pedro. Oficina particular. 15 de octubre de 1996.

GRANADOS CHAPA, Miguel Angel. Instituto Federal Electoral. 30 de octubre de 1996.

IBARGUENGOITIA, Alicia. Oficina Particular. 20 de octubre de 1997.

LIVERA, Estela. Oficinas Monitor. 28 de septiembre de 1996.

MIRANDA, Yessica. Oficina Particular. 20 de octubre de 1997.

PARDO, Romeo. UAM-Xochimilco. 8 de octubre de 1996.

SANCHEZ DE ARMAS, Miguel Angel. Oficina particular. 24 de septiembre de 1996.

TREJO DELARBRE, Raúl. Instituto de Investigaciones Sociales. 25 de septiembre de 1996.

UGALDE VELASCO, Enrique. UAM-Xochimilco. 30 de septiembre de 1996.

VELAZQUEZ, Francisco. Oficina PARA EMPEZAR. 25 de octubre de 1997

ANEXOS

*** MONITOREO DE NUEVE RADIONOTICARIOS PARA ESTRUCTURAR EL CAPITULO III.**

AL MOMENTO 31-10-96

INFORMATIVO PANORAMA 25-11-96

MONITOR 7-11-96

CUPULA EMPRESARIAL 8-11-96

BUENOS DIAS 11-11-96

PARA EMPEZAR 14-10-96

ANTENA RADIO 30-10-96

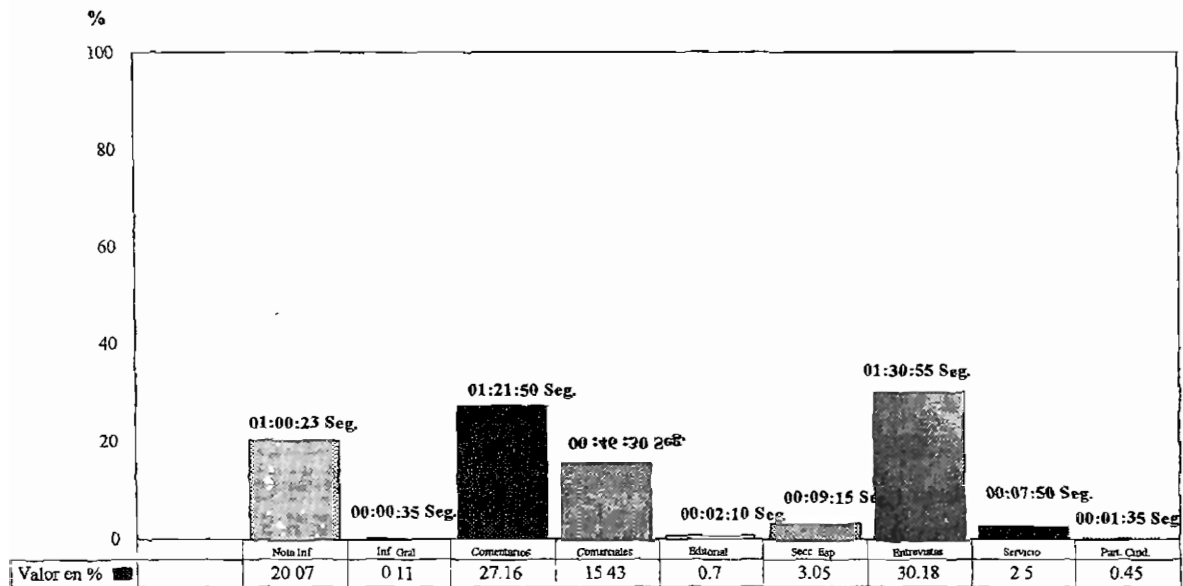
AL MOMENTO TERCERA EMISION 10-11-96

PERFILES DE LA NOTICIA 7-11-96

**A CONTINUACION APARECEN LAS GRAFICAS Y LA INFORMACION DE LA CUAL
SURGIERON. LOS DATOS Y GRAFICAS FUERON ELABORADAS POR EL AUTOR DE LA
PRESENTE TESIS.**

AL MOMENTO

(Duración 5 Hrs. Igual al 100%)



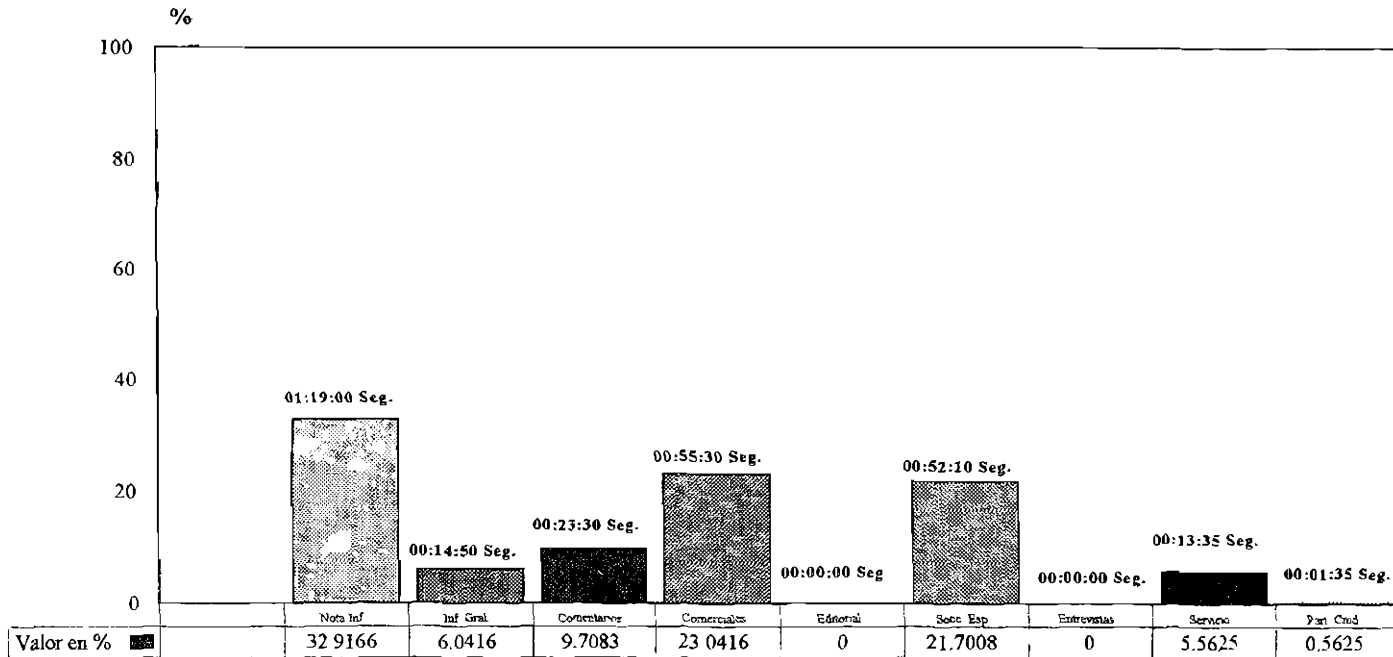
NOTA INFORMATIVA	31-OCT-95											CARLOS RAMOS PADILLA											
	MAGDALENA	BOS	BOB	E PROV	C. BOG	T. BCON	Q. POLIC	R. CULT	EXTERNA	DEFOR.	IND. ORAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REGIONAL	INFORMATIVO CONGRESION	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX	
AL MOMENTO																							2:50
RESUMEN																							
URGENTES DE LOS CUATRO																							
PARTIDOS POLITICOS EN LA CAMARA DE DIPUTADOS DESDE MANA, PRESIDENTE DEL 1º E Y CONSEJOS ELECTORALES																							
EL CONGRESO DE LA UNION ACEPTA MODIFICAR ALGUNOS ARTICULOS DE LA CONSTITUCION																							
EL ASesor DE LA PRESIDENCIA COMPARACE ANTE DIPUTADOS DEL PRO																							
EL INDICADOR DE JUSTICIA CRITICA A LOS DIPUTADOS DEL INDI POR HABER SETADO A CORDOVA MONTVOYA																							
MANEJA EL CASACHO INICIA CAMPAÑA POR LA GUBERNATURA DEL D.F.																							
CAMBIO DE DELEGADOS GUSTAVO MADRID MILPA ALTA, OTZACAMAY ACCION IZALCO																							
ASAMBLEISTA CAPITALINA ABRENTE CAMBIOS EN LAS DELEGACIONES																							
EN LAS 16 DELEGACIONES EXISTEN MUCHAS IRREGULARIDADES ASAMBLISTAS DEL D.F.																							
COMISION METROPOLITANA DEL MEDIO AMBIENTE LANZARA LA ETIQUETA DE LA FASE DEL PLAN DE CONTINGENCIA AMBIENTAL																							
LA SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA DETIENE A CONDUCTORES DE TRANSPORTES PUBLICOS A PESAR DE ESTAR EXCEPTOS DEL DOBLE HOY NO CIRCULA																							
EL GOBIERNO DEL D.F. AMENAZA LA EXISTENCIA DEL SUBSISTEMA DE AGUA EN LAS DELEGACIONES GUSTAVO MADRID Y AZCAPOTZALCO																							
EL PRESIDENTE ZEDILLO DA LA BIENVENIDA A EL HONORABLE URUGUAY																							
BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO IMPRUBA PRESTAMO A MEXICO																							
LA ENACION FISCAL PRODUCE PERDIDA DEL 2% AL P.I.B. SINCP																							
EL SECRETARIO DE COMERCIO RECONOCE ALBERTO EN EL PRECIO DEL HUEVO																							
PRODUCTORES AVICOLAS DESMENTEN QUE SE HAYA INCREMENTADO EL PRECIO DEL HUEVO																							
LA CFTM ANUNCIÓ MEDIDAS ENERGIAS CONTRA COMERCIANTES VORACES																							

NOTA INFORMATIVA	RACIONAL	S	E	C	T	O	N	INTERNA	INFORMA	INFORMAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION	INFORMATIVO	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	ESPECIAL	PARTICIPACION CIUDADANA	TEMP APROX	
INFORMACIONAL	EDUCACION	GOBIERNO	PREVENCIÓN	SOCIAL	TECNOLOGÍA	OPORTUNIDAD	INVESTIGACIÓN	INTERNACIONAL	INFORMACIÓN	INFORMAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION	INFORMATIVO	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	ESPECIAL	PARTICIPACION CIUDADANA	TEMP APROX	
MANEJO DE LA IGLESIA SE RETIRA DE SUS FUNCIONES											ASOCIACION RELIGIOSA											
LA SECCION DEL MINISTRO DE LA IGLESIA NO TIENE INCIDENTES. ASOCIADO DE MEXICO											MINISTRO DE LA IGLESIA											
CANDIDATOS A LA RECEPCION DE LA LEY											NO ESPECIFICADO											
AUTONOMIA DADA A LAS UNIDADES DE LA FUERZA ARMADA EN EL ENTRENAMIENTO											GOBIERNO DEL ESTADO											
ASISTENTE BANCARIO NUMERO 18 EN JALISCO											GOBIERNO DEL ESTADO											
PROCESO A REESTABLECER EL DIALOGO ENTRE EZLN Y LA CIUDAD											NO ESPECIFICADO											
ESTABLE LA ACTIVIDAD DEL POPO SYSTEM DE PROTECCION CIVIL DEL ESTADO DE PUEBLA											DEPENDENCIA ESTATA											
TRABAJOS MANEJO ADMINISTRATIVOS EN EL SECTOR GOBIERNO DE QUEJAN TOMBOS DE VENEZUELA																						
ELECCIONES PRESIDENCIAL EN ESTADOS UNIDOS																						
EJERCITO DE RUANDA EN PARIS																						
RUELA Y ESTADOS UNIDOS SUSPENDEN ACUERDO ANTI-MISILES																						
SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA INFORMACION POLIGRAFICA											SECRETARIA DE ESTADO											
SE APLICA EL DOBLE HOY NO CIRCULA											DEPENDENCIA GOBIERNAMENTAL											
TEMPERATURA											NO ESPECIFICADO											
BOLSA MEXICANA DE VALORES											ORGANISMO FINANCIERO											
PRESO DEL DOLAR											ORGANISMO FINANCIERO											
INVESTIDO REDUJO ASISTENCIA AL CONGRESO DE LA CONSTRUCCION											PRESIDENTE DE LA RED											06.01.89
ACCIDENTE DE AVION BRASIL																						06.08.10
COMISION METROPOLITANA DE MEDIO AMBIENTE ANUNCIAN LA ENTRADA DEL DOBLE HOY NO CIRCULA																						00.00.33
LA SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA ANUNCIAN QUE 40 ALICORNISTAS FUEBON REDIRIGIDOS AL CORPULACION POR VOLAR EL DOBLE HOY NO CIRCULA																						00.01.85
MOVIMIENTO ECOLOGICO MEXICANO PROPONE QUE EL DOBLE HOY NO CIRCULA ENTRE EN ACCION EN LOS 200 PUNTO DE MEDA Y EN LOS 750																						00.01.88

NOTA INFORMATIVA	SECCION D.F.	EDD	E GOB.	E PRIV	C SOC.	T ECON.	D POLIC.	R CULT ESPECT	INTERNA CIONAL	REP RITA	FEDERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU REPOR.	CTO CORREPON SAU	INFORMATIVO AGENCIA INFOG.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	ENVIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
																			GUADALAJARA				00 01 00HR.	
NUEVOS DELEGADOS EN EL D.F.												GOBIERNO D.F.	R											00 01 45SEG
																				"LUCHADORES"				00 25 05SEG
																				(PATROGNADOR)				00 00 10SEG
																					INFORMACION			00 06 30SEG
																								00 00 25SEG
																								00 00 10SEG
																								00 00 15SEG
																								00 11 30SEG
RESUMEN ENTREVISTAS																								00 02 35SEG
PROPIEDAD A PESAR DE LA CRISIS EN REESTADOS GOBERNADOR DE SONORA												GOBERNADOR												00 02 35SEG
CORDON UN OINCO DIF PRO												SERVIDOR PUBLICO												00 02 35SEG
SEÑORA DEL TROLOCE NO A LA PRO VATACION DE LA PETROQUIMICA SE CIUDADANA												SERVIDOR PUBLICO												00 02 35SEG
ELLE UNA OPCION REAL EN LA ELE CCIONES DEL EDO MEX MIEMBROS												PARTIDO POLITICO												00 02 35SEG
CREDITOS Y FINAL DEL PROGRAMA																								TOTAL 01 00 00 HR

INFORMATIVO PANORAMA

(Duración 4 Hrs. Igual al 100%)



NOTA INFORMATIVA	NAC. MAL. D.F. EDO.	S E C T O R	INTER. DEPORTIVA	INF. GRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONQU. CTO. REPOR- TERO	INFO. MATIVO. CORRESPON. AGENCIA INFR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
INFORMATIVO PANORAMA															
RESUMEN															
CANDIDATO DEL PAN DESIGNADO PARA PROGRAMAS E ELECCIONES EN NUEVO LEON.								PARTIDO POLITICO							
EL PRI ALISTAA SUS MEJORES HOM- BRES PARA LAS ELECCIONES DE 1997								PARTIDO POLITICO							
EL FORD DE DESARROLLO ECONOMICO ASIA PACIFICO CONCLUYO															
SE REANUDAN PLATICAS ENTRE EZLN Y LA COCOPA								NO ESPECIFICADO							
PROFECO SANCIONA A COMERCIOS POR ELEVAR SUS PRECIOS INJUSTIFICADA- MENTE								DEPENDENCIA GOBERNAMENTAL							
LA SECRETARIA DE SEGURIDAD PUBLICA LA PROCURADURIA GENERAL DE JUSTICIA DEL D.F. IMPLEMENTA OPERATIVO PARA PREVENIR EL ROBO EN LA TEM- PORADA NAVIDEÑA								SECRETARIA DE ESTADO							
ORA DE TRABAJO DEL PROCURADOR CAPITALINO POR LAS DEPENDENCIAS DE JUSTICIA								USHTIDOK PUBLICO							
EL GOBIERNO CAPITALINO AMPLIA ALBERGUES PARA INDIGENTES EN TEMPORADA DE INVIERNO.								GOBIERNO DEL D.F.							
EN FRANCIA POR 8vo DIA CONSECUTIVO CONTINUA LA HUELGA DE TRANSPORTISTAS															
ULTIMA JORNADA DEL FUTBOL MEXICANO															
RESULTADO DEL ABIERTO DE TENIS EN ALEMANIA															00.04.42.00
											PROMOCIONAL				00.00.10.00
											PROMOCIONALES				00.02.30.00
											"COMERCIO AMBULANTE EN EL D.F."				00.00.20.00
															00.08.15.00
															00.00.15.00
															00.00.40.00
											COMERCIALES				00.00.15.00

NOTA INFORMATIVA	NA CI NA L D F	NA L EDO	S GOB.	E PRV.	C SOC	T ECONO.	O POLIC.	R CULT. ESPECI.	INTERNA CIONAL	DEPORTIVA	INF GRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CON DUC TO REPOR TERIO	INFO COR RESPÓN AGEN CIA	WATVO	AGENCIA	INFORM.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACIO N CIUDADANA	ITEMIN APOR
EL GOBIERNO DE... D F AMPLIARA... SERVIDORES PARA RESIDENTES EN LA TEMPORADA DE VERANO												GOBIERNO DE... D F	R												00:01:50:05
																									00:00:10:00
OPERATIVO PARA PREVENIR EL ROBO EN TEMPORADA DE VERANO, S S P Y P G J D F												SERVIDOR PUBLICO (DECLARACION)	R												00:02:15:00
																		"SEGURIDAD PUBLICA EN EL D F"							00:04:00:00
PROCURADOR CAPITALINO REALIZA GIRA DE TRABAJO POR LAS DEPENDENCIAS DE JUSTICIA, EL OBJETIVO ES DETECTAR ANOMALIAS EN LAS MISMAS												SERVIDOR PUBLICO	R												00:04:35:00
																									00:01:25:00
																									00:00:10:00
																				PROMOCIONAL					00:00:15:00
																				COMERCIALES					00:00:45:00
																									00:00:10:00
LA ASAMBLEA DE REPRESENTANTES DEL D F NO AUTORIZO AUMENTO EN EL PRESUPUESTO PARA LA S S P												SERVIDOR PUBLICO (DECLARACION)	R												00:00:00:00
LA SECCION DE FINANZAS DEL D F REALIZO UNA ENCUESTA PARA JUSTIFICAR EL AUMENTO EN LOS IMPUESTOS												GOBIERNO DEL D F													00:04:00:00
FUTBOL MEXICANO																									00:02:30:00
FUTBOL INTERNACIONAL																									00:00:05:00
FUTBOL ESPAÑOL																									00:00:05:00
																									00:00:45:00
																									00:00:45:00
RESUMEN																									00:00:45:00
EL PAN DECLARA A SU CANDIDATO PARA EL GOBIERNO DE NUEVO LEON												PARTIDO POLITICO													00:00:45:00
EL PRI LISTA A SUS MEJORES HOMBRIBRES PARA LAS ELECCIONES DE 1997												PARTIDO POLITICO													00:00:45:00
EL FORO DE DESARROLLO ASIA PACIFICADO ROR REALIZA MEDIDAS																									00:00:45:00

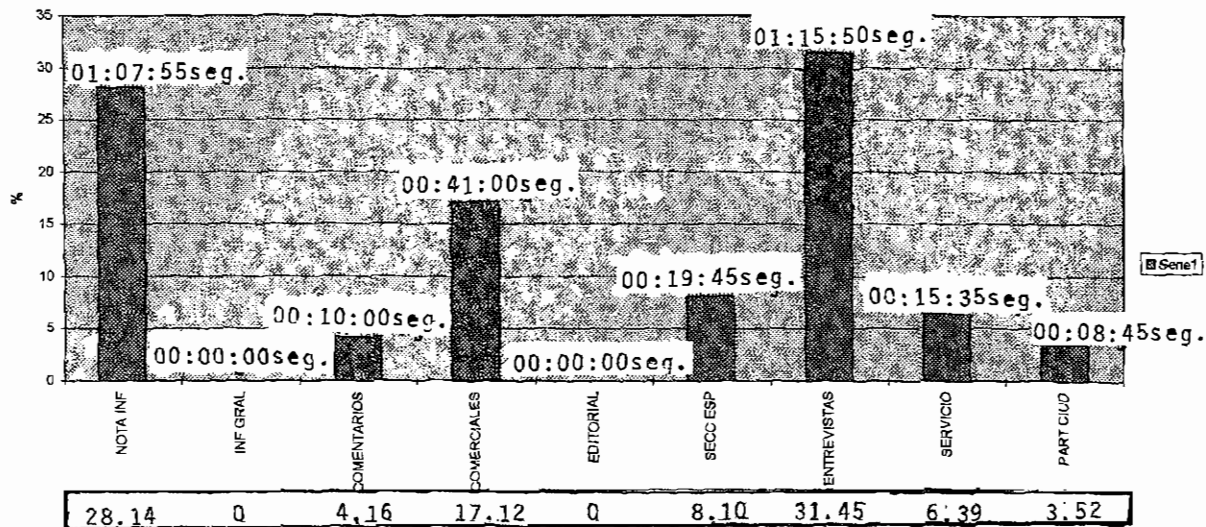
NOTA INFORMATIVA	NACI OLF	HAL EDO	S DOB.	E PRV	C SOC.	T ECONO	D POLIC.	R CULT. ESPECIAL	INTER- CIONAL	DEPORTIVA	INFRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONDICIO N REPOR- TERO	INFO MATIVO CORRESPON AGENCIA INFOR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACI ON CIUDADANA	TIEMPO APROX.
ARANCELARIAS																						
EL BANDO INTERMUNICIPAL DE DESARROLLO COMUNITARIO MEJORA LA ECONOMIA MEXICANA																						
EN QUERRETO EL PRD REALIZA UNA MARCHA PARA CONMEMORAR A SUS COMANDANTES MUERTOS POR MOTIVOS POLITICOS EN EL EDO DE QUERRETO												PARTIDO POLITICO										
SE REALIZA EL DIALOGO ENTRE EZLN Y LA COCOPA												DIALOGO										
LA PROFECO REALIZA UNA INTENSA CAMPAÑA PARA PREVENIR EL ALUMENTO INFLACIONADO EN LOS PRECIOS DE LOS PRODUCTOS												DEPENDENCIA PUBLICA										
OPORTUNO DE SEGURIDAD IMPLANTADO POR LA POLY LA S S P CON MOTIVO DE LAS FIEBRAS MEXICANAS												SECRETARIA DE ESTADO										
LA SECCION DE FINANZA OE. D F REALIZO ENCUESTA PARA JUSTIFICAR EL ALUMENTO EN LOS IMPUESTOS												GOBIERNO DEL D F										
LA MADRE TERESA DE CALCUTA SE RECUPERA EN SU DOMICILIO LUEGO DE HABER SIDO HOSPITALIZADA																						
CONTINUA LA HUELGA DE TRANSPORTE EN FRANCIA																						100.03 4550E 100.00 1650E
																PROMOCIONAL						100.01 0044E
																						100.00 2050E 100.02 7050E
																PROMOCIONAL COMERCIALES						100.01 7050E
																						INFORMACION DEL CLIMA 00.03 3000E
																						00.00 3050E
																						100.00 1050E 100.03 0044E 100.00 1550E
GIRA INTERNACIONAL DEL PRESIDENTE ZEDILLO																						00.11 050E

NOTA INFORMATIVA	NAO MAL ID.F	NAO MAL EDO	S GOR.	E PRN.	C SOC	T ECONO	D POLIC.	R CULT	INTERN- CIONAL	DEPORTIVA	INFORMAL	FUENTE INFORMATIVA	CONVICTO REPOR- TERO	INFO MATIVO CORRESPON AGENCIA NFOR	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCIÓN ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CUBA/RAMA	TIEMPO APROX.	
																2COMERCIALES						00 00 1055G	
																1PATROCIADOR						00 00 4055G	
																1COMERCIAL						00 00 3055G	
																				INFORMACION		00 00 2055G	
																				VAL		100 00 4555G	
																						00 00 2055G	
																						00 00 3655G	
																						00 02 00MIN	
																						00 00 1055G	
EN LA HORILLA DE LA BASILICA DE GUADALUPE EN LA CIUDAD DE MEX- TERREY SE ABORDO EL TEMA DE LA CRISIS ECONOMICA.												MINISTRO DE LA IGLESIA											100 37 3555G
																						00 01 0555G	
																						100 00 1055G	
																						100 00 1555G	
																						100 00 2055G	
																						100 00 1055G	
																						100 00 1055G	
																						100 05 1055G	
																						100 00 1555G	
																						100 00 1055G	
																						100 01 00MIN	
																						00 00 1055G	
																						100 01 00MIN	
																						100 05 3055G	
																						100 00 2055G	
RESUMEN																							
EL PAN DESIGNA CANDIDATO PARA LA GOBERNATURA DE NUEVO LEON.																							
EL PRI ALISTA A SUS MEJORES ADM- NISTRADORES PARA LAS ELECCIONES DE 1987																							

NOTA INFORMATIVA	MAE D.F.	NAL EDO	S GOB.	E PRIV.	C SOC.	T ECONO.	O POLIC.	R CULT.	ESPECT	INTERNACIONAL	DEPORTIVA	INF GRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONDUC TO REPOR- TERO	INFO MATIVO CORRESPON AGENCIA	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPADO CIUDADANA	TIEMPO APROX.
																LEON							00:10:55SEG
																	PATROCINADOR						00:00:50SEG
																	COMERCIALES						00:02:25SEG
																							00:00:19SEG
ORGANOS CATOLICOS Y EVANGELI- TAS SE ENFRENTERON A GOLPES																							00:01:35SEG
ULTRERREACIONAL EN CUERNAVACA															R								00:03:30SEG
CLARAVISION CANAL RELIGIOSO DE TELEVISION																							00:02:30SEG
																							00:00:10SEG
																	COMERCIALES						00:01:35SEG
																	COMERCIAL						00:00:10SEG
																	PATROCINADOR						00:00:20:00
																							00:04:00MIN
																							00:00:20SEG
																							00:00:55SEG
																							00:00:20:00
																							00:00:15:00
																							00:00:15:00
																							00:00:25:00
																							00:00:40:00
																							00:00:10:00
																							00:00:25:00
																							00:05:00MIN
																							00:00:30:00
																							00:00:10:00
																							00:02:25:00
																							00:00:30:00
REDIMEN																							
EL PAN LANZA A SU CANDIDATO PARA LA GOBERNATURA DE NUEVO LEON																							

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F. / EDO.	GOB. / PAR.	SOC.	ECONOMIA	CULT.	INTER-DEPORTIVA ESPORTE	INTEGRAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU-CTO FEPO-TERO	INFO NATIVO CORRESPON-TE AGENCIA SAL-NEO	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
EL PAN PRESENTE EN COUMA																		
EL PT NO ESTA DE ACUERDO CON LA REFORMA ELECTORA																		
EL FONDO DE DESARROLLO ECONOMICO ASIA PACIFICO ACEPTA REDUCIR MEDIDAS ABARCELARIAS																		
EL PRD COMENTA QUE NO HAY VOLUNTAD POLITICA PARA EDUCAR A LOS G.S.G.																		
ARZOBISPO DEL D.F. COMENTA SOBRE LA ECONOMIA NACIONAL																		
VIOLENCIA ENTRE GRUPOS INDIGENAS EN OAXACA																		
ELUN Y COORDINA REGULACION PLATICAS																		
INFORMACION SOBRE EL ASERINATO DEL EMPRESARIO CINEMATOGRAFICO MICHOMANCANO RAMIREZ																		
ACCIDENTE AEREO EN OAXACA																		
GRANADA DE FUTBOL MEXICANO FUTBOL ESPAÑOL NFL																		00:04:30AM
											INDICAR A CARLOS "SALINAS DE GORTARI"							00:03:30SEG
												COMERCIALES						00:01:30SEG
													CULTURA / ESPECTACULOS					00:29:30AM
												PROMOCIONAL COMERCIALES						00:00:20SEG 00:02:35SEG
FRANJE EN ALGUNAS EMPRESAS QUE OBTIENEN BUENOS SUELDOS																		00:28:30AM
FUTBOL MEXICANO FUTBOL ESPAÑOL NFL																		00:07:15SEG
												COMERCIALES						00:06:15SEG
																		00:02:30SEG
CREDITOS Y FINAL DEL PROGRAMA																		TOTAL: 04:00:10SEG

MONITOR (DURACION 4Hrs IGUAL AL 100 %)



TITULO														JOSE GUTIRREZ VIVO									
NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	EDO	PUB	S	E	C	T	O	R	INTER-	DEPORTIVA	INFORMACION	FUENTE	CONDUCTO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION	TIEMPO		
	D F	EDO	PUB	PRIV	SOC	ECON	POLIC	CULT-ESPEC	NACIONAL		GENERAL	INFORMATIVA	REPORTERO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION	CIUDADANA	APROX		
MONITOR																							
																						100 00 29853	
																						100 21 00853	
																						100 00 45553	
RESUMEN																							
POR LA SECESION EN MEXICO																							
NO SE PUEDE OTORGAR																							
AUMENTOS AL SALARIO DE																							
MAS DEL 7% DICE EL CONSE																							
JO GOBERNADOR EMPRESARIAL																							
FUE UN ERROR HUMANO LO																							
QUE PROVOCO LA EXPLO																							
SION EN LA PLANTA DE COM																							
BUSTIBLE EN SONORA DICE EL																							
DIRECTOR DE LA PARAESTA																							
TAL																							
DICE EL SENADO "REFORMA"																							
QUE EL GOBERNADOR DE																							
COAHUILA FUE BENEFICIADO																							
POR CARLOS SALINAS																							
AL VENDERLE LA PARAESTA																							
TAL FERTIMEX																							
EL EJECUTIVO FEDERAL ENVIA																							
AL CONGRESO DE LA UNION																							
LA INICIATIVA DE LEY PARA EL																							
FINANCIAMIENTO DE LOS PAR																							
TIDOS POLITICOS																							
BAJA LA TAZA DE INTERES																							
INTERBANCARIA																							
BMV																							
BOLSA DE VALORES NUEVA																							
YORK																							
RENUNCIAS EN EL GABINETE																							
DEL PRESIDENTE DE LOS EU																							
80 PERSONAS MUERTAS EN																							
LA INDIA POR UN CICLON																							
NUEVO CODIGO PENAL EN																							
MORELOS																							

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL DF	EDUCACION	S PUBL	E PRN	C SOC	T ECON	O POLIC	R CULT-ESPEC	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPORTERO	INFORMATIVO (CORRESPONDENSAL)	AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
																					INFORMACION VIAL		00:03:25SEG
																					VISITA DE FUNCIONARIOS TELMEX Y TELCEL HABLE Y CON GUSTO ATENDERAN SUS QUEJAS O SUGERENCIAS		00:01:00MIN
																	40COMERCIALES						00:01:10SEG
																	PATROCINADOR COMERCIAL						00:00:10SEG
																							00:00:25SEG
																					INFORMACION VIAL		00:02:00MIN
																	1COMERCIAL						00:00:25SEG
																	4COMERCIALES						00:01:45SEG
REPORTE DEL CLIMA EN GUADALAJARA												ORGANISMO ESTATAL	R										00:02:30SEG
COMPARECE EL DIRECTOR DE RECLUSORIOS ANTE ASAMBLEISTAS												SERVIDOR PUBLICO											00:01:30SEG
																					DIRECTOR GENERAL DE ESTUDIOS Y PROYECTOS DE LA SECRETARIA DE TRANSPORTES Y VIALIDAD DEL D.F. "LOS TOPES"		00:16:35SEG
																	80COMERCIALES						00:07:00MIN
																	PATROCINADOR						00:00:11SEG
																	1COMERCIAL						00:00:35SEG
																					INFORMACION VIAL		00:02:30SEG
																	1COMERCIAL						00:00:20SEG
PROTESTA EN FRANCIA POR TRANSPORTISTAS AL AUMENTAR EL COMBUSTIBLE EN EU																							

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D F	EDO.	PUB.	PRIV.	SOC.	ECON.	POLIC.	CULT.ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO CORRES PONSAL	COMENTARIOS AGENCIA CABLE	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
PRECIO																						
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL													R									00:07:10SEC
EL EX-CANDIDATO A LA PRESIDENCIA DE LOS E U SE RETIRA DE LA POLITICA																						00:07:13SEC
METROPOLITANO																						
NO AL AUMENTO DE SALA RIOS CONSEJO COORDINA DOR EMPRESARIAL												ORGANISMO EMPRESARIAL										
AUMENTO DE POLICIAS EN LA CIUDAD DE MEXICO												SECRETARIA DE ESTADO										
EL GOBERNADOR DE MORELOS PROPONE QUE EL EJERCITO SE HAGA CARGO DE LA SEGURIDAD												GOBERNADOR E ESTATAL										
LA ARMADA DE MEXICO RECIBE 50 TONELADAS DE ARMAMENTOS DE LA EX-YUGOSLAVIA												ORG FINANC										
BAJA LA TAZA DE INTERES.																						
RENUNCIAN CUATRO SECRETARIOS DE ESTADO EN LOS E U																						
LAS PERSONAS OPTIMISTAS SON LAS MAS PRODUCTIVAS																						00:10:10SEC
																					DIRECTOR GRAL DE JOGO	00:15:45SEC
																					DIRECTOR GRAL DE VIVIENDA EN EL D F	
																					LA EXPROPIA CION DE VIVIEN - 2ACF	00:18:05SEC
POSIBLEMENTE UN ERROR HUMANO CAUSO EL ACCIDENTE DEL AVION PERUANO													E									00:22:05SEC
ACCIDENTE AEREO													C									00:22:30SEC
ANALISIS DE LOS VOTANTES																						

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	NACIONAL EDO.	ESTADAL PUBL.	ESTADAL PRIV.	ESTADAL SOC.	ESTADAL ECON.	ESTADAL POLIC.	ESTADAL CULT-ESPEC.	ESTADAL INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO INFORMATIVO	INFORMACION	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
EN LOS E U																						00:02:00:50
A UN CANTANTE NORTEAMERICANO EN BLENDO CONCIERTO SE LE CALLO SU DENTADURA.																						00:01:10:50
CORUPCION EN EL MUNICIPIO DE PUEBLA.												GOBIERNO ESTATAL										00:02:10:50
PARQUIMETROS PARA SOLUCIONAR CAOS VIAL.												GOBIERNO ESTATAL										00:02:00:00
																COMERCIALES PATROCINADOR						00:04:30:00
																						00:09:20:50
																						00:01:20:50
																COMERCIALES						00:00:30:50
																COMERCIALES						00:01:10:50
EL GOBERNADOR DE MORELOS PROPONE QUE EL EJERCITO SE HAGA CARGO DE LA SEGURIDAD PUBLICA.												GOBERNADOR ESTATAL										00:02:00:00
COMPARECE EL TITULAR DE LA SHCP.																						00:03:10:50
																						00:01:30:50
																						00:02:00:00
																COMERCIALES						00:02:20:50
METROPOLITANO																						
SE REDUCIRA EL NUMERO DE TOPES EN LA CIUDAD DE MEXICO.												SERVIDOR PUBLICO										
ENTRA LA FASE DOS DEL PLAN DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES EN JULIO.												ORGANISMO ESTATAL										
JUICE CUENTA CON 40 MILLONES DE DOLARES PARA																						

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	NACIONAL EDO.	S PUB.	E PRIV.	C SOC.	T ECON.	O POLIC.	R CULT-ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO CORRES PONSAL	COMENTARIOS AGENCIA CABLE.	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
																						LA EVOLUCION DEL HOMBRE	00 18x45SEG.
METROPOLITANO																							
CONTAMINACION INSATISFACTORIA EN LA CIUDAD DE MEXICO															ORGANISMO ESTATAL								
SE REDUCIRAN LOS TOPE EN EL D F															DEPARTAMENTAL								00 04 00 MIN
CREDITOS Y FINAL DEL PROGRAMA																							TOTAL: 04 00:00 HRS

NOTA INFORMATIVA	NACIO MAL. D.P. EDO	S E C T O R				INTERNA DEPORTIVA CIVIL	INFRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONDU CTO REPOR- TIBO	DEFD MATMO CORRESPON AGENCIA INFR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
		GOB. PRIV.	SOC	ECONO	POLE. CULT. ESPECI.													
CUPULA EMPRESARIAL																		
EL COMERCIO MEXICANO SEGUN LA REVISTA DE LA CAMARA DE COMERCIO DE LOS ESTADOS UNIDOS.								REVISTA DE NEGOCIOS DE E.U.	R									00:02:35SEG
												COMERCIALES						00:00:49SEG
												PROMOCIONAL						00:00:10SEG
LA ECONOMIA MEXICANA PARA 1997 SHCP								SECRETARIA DE ESTADO										
LA MITAD DEL PRESUPUESTO GUBERNAMENTAL SERA DESTINADO A PROGRAMAS DE DESARROLLO SOCIAL EDUCACION SALUD VIVIENDA Y ALIMENTACION								GOBIERNO FEDERAL										
COMPARECERA EL SECRETARIO DE HACIENDA Y CREDITO PUBLICO EN EL CONGRESO DE LA UNION								SERVIDOR PUBLICO (DECLARACION)										
EL DE NOVIEMBRE COMPARECERA EL TITULAR DE LA SHCP								SECRETARIA DE ESTADO										
SE MODIFICA LA AMPLIACION FISCAL PARA VIVIR EL PRESIDENTE DE LA REP								PRESIDENTE DE LA REPUBLICA										
EL PRESIDENTE DE LA COMISION DE HACIENDA EN EL CONGRESO DE LA UNION COMENTA SOBRE LA COMPARECENCIA DEL SECRETARIO DE HACIENDA								SERVIDOR PUBLICO (DECLARACION)										
EN OCTUBRE EL INDICE INFLACIONARIO FUE EL MAS BAJO DEL AÑO ANUNCIANDO EL BANCO DE MEXICO								ORGANISMO FINANCIERO NACIONAL										
EL GOBIERNO MEXICANO EMITE BONOS EN ITALIA POR UN VALOR DE 500 MILLAS SEGUN LA SHCP								SECRETARIA DE ESTADO										
BOLSA MEXICANA DE VALORES								B.M.V.										
LA BOLSA DE VALORES EN NUEVA YORK																		
LA BOLSA DE VALORES EN TOKYO																		
MAESTRAN DO DE TOLUCA RATIFICA LA LIBERTAD DE OTHOM COPIEZ								SERVIDOR PUBLICO (DECLARACION)										
EL TITULAR CS LA PGR NO ESTA DE ACUERDO CON LA ABSOLUCION DE OTHOM								SERVIDOR PUBLICO										
LA COMISION DE VOTADOS APROBADA EL PRESUPUESTO PARA EL I.F.F.								ORGANISMO GUBERNAMENTAL										
EL FINANCIAMIENTO DEL I.F.F.								SERVIDOR PUBLICO										
EL PRESIDENTE DEL PRI COMENTA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DEL I.F.F.								MIEMBRO DE PARTIDO POLITICO										

NOTA INFORMATIVA	ANUNCIO RAL D.F.	EDICION	GOB. GOB.	PRIV. PRIV.	SOC. SOC.	ECONOMIA. ECONOMIA.	POLIC. POLIC.	CULT. CULT.	ESPECIAL. ESPECIAL.	INTERNACIONAL. INTERNACIONAL.	DEPORTIVA. DEPORTIVA.	INFORMAL. INFORMAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION. CONDICION.	TIPO. TIPO.	INFORMACION. INFORMACION.	COMENTARIO	COMERCIAL	REGIONAL. REGIONAL.	SECCION ESPECIAL. SECCION ESPECIAL.	ENTREVISTA. ENTREVISTA.	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA. PARTICIPACION CIUDADANA.	TIEMPO APROX. TIEMPO APROX.
EL PRESIDENTE DEL PRD COMENTA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DEL IFE													MIEMBRO DE PARTIDO POLITICO											
EL COORDINADOR DEL PAN EN EL SENADO DE LA REPUBLICA NO ESTA DE ACUERDO CON LOS MONTOS DE FINANCIAMIENTO PARA LOS PARTIDOS POLITICOS													MIEMBRO DE PARTIDO POLITICO											
EL PRESIDENTE DE MEXICO ASISTE A LA CUMBRE MEXICANAMERICANA EN CANTE													MIEMBRO INTERNACIONAL											
EL SISTEMA BANCARIO ESTA TERRENDO DE PRESTAR DINERO													ORGANISMO FINANCIERO NACIONAL											
EL PROCESO DE PAZ EN CHIAPAS													PROCESO DE PAZ											
LA COOPIA Y EL EZLN PROXIMOS A RESTAURAR EL DIALOGO													PROCESO DE PAZ											
EL GOBERNADOR DE COAHUILA NEGIA HABER PARTICIPADO EN LA PRIVATIZACION DE FERTIMEX													GOBERNADOR ESTATAL											
EL SENADO DE LA REPUBLICA RETRASA POR SEIS MESES LA ENTRADA EN VIGOR DE LAS AFORES													ORGANISMO GUBERNAMENTAL											
EL GOBERNADOR DE COAHUILA SI ESTA IMPLICADO EN LA PRIVATIZACION DE FERTIMEX													DIARIO "REFORMA"											
EL MINISTRO DE PORTUGAL PRETENIA PARA QUE EL BLOQUE ECONOMICO EUROPEO ENTABLE NEGOCIOS CON MEXICO																								
EL EX PRESIDENTE DE MEXICO JOSE LOPEZ PORTILLO DECLARA QUE MEXICO VIVE EN UNA DEMOCRACIA PLENA													EX SERVIDOR PUBLICO											
MEXICO Y SU FIRMAN EL CONVENIO PARA TRANSMITIR LA LLAMADA TELEVISION DIRECTA													SECRETARIA DE ESTADO											
SE MODIFICA LA LEY DE LA CAMARA DE LA INDUSTRIA													ORGANISMO PRIVADO											
EL GOBIERNO DEL ESTADO DE MEXICO ANUNCIA QUE SE IMPLANTARA DE NUEVO EL IMPUESTO POR AUTOS NUEVOS													GOBIERNO DEL EDO											
LOS PODERES AMBULANTES EN LA CAPITAL SE EMPRENTARON																								
SE TENDRAN 15 INTEGRANTES DEL E P R SOB ERNO DE ESTADO													GOBIERNO DEL EDO											
EL PRESIDENTE DE LA COMISION ANUNCIA QUE LA SAGP DISMINUIRA LA PRESION PARA EL PAGO DE IMPUESTOS													ORGANISMO EMPRESARIAL											
NO AUMENTA DE PAGO DE ANUNCIA SECRE													SERVIDOR											

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	GOB. EDO	GOB. PRIV	SOC	ECONOMIA	POLICIA	CULT.	ESPECT.	INTERNACIONAL	DEPORTIVA	GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	REPORTE	CONCEPTO	INFORMATIVO	DOCUMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	RECORRIDO ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
TARJO DE COMERCIO												PUBLICO											
VICEPRESIDENTE DEL TRIBUNAL ANUNCIA EL AUMENTO DE PRECIOS EN ALGUNOS PRODUCTOS BASICOS												ORGANISMO LABORAL											
EL CONSUMO DE CARNE A DISMINUIDO												ORGANISMO EMPRESARIAL											
DECLARA EL PRESIDENTE DE LA CONFEDERACION NACIONAL GANADERA												NO ESPECIFICADO											
EN EDO MEX. ODMARALA Y HIDALGO SE LLEVA RAHA A CABO ELECCIONES												DOCUMENTO GASTOS PARA 1987											
EN UN 7% SE REDUCE LA PARTIDA SECRETA DE LA CUAL DISPONE EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA												ORGANISMO FINANCIERO											
500 MILLONES DE DOLARES SALEN DE MEXICO ANUNCIA LA SEMV																							
A UNOS DIAS DE QUE EL PRESIDENTE CONTON RATIFIQUE SU SEGUNDO MANDATO																							
LA ENBAJADORA DE EU ANTE LA OJMU PUEDE SER LA NUEVA SECRETARIA DE ESTADO																							
EX ASesor DE LA CASA BLANCA Y EL PENITENCIARIO COMENTA QUE UN MISL M'LTAR DERRIVO AL AVION DE LA TWA																							
PODRIE ATENTADO CONTRA EL PRESIDENTE DE ECUADOR																							
AVION DESAPARECE DE LOS RADARES EN SAOIS																							
CRISIS DE LOS EU																							
ABIERTO MEXICANO DE GOLF FEDERACION MEXICANA DE TENIS TOK INTERNACIONAL																							00 24 30SEG
																	PROMOCIONAL					INFORMACION DEL CLIMA	00 30 40SEG
																							00 21 00MIN
																							00 00 15SEG
																							00 01 00MIN
LA SHOP PREVIEE 7% DE CRECIMIENTO												SECRETARIA DE ESTADO											
RELACION 22 2% Y 7 75 DOLAR PARA 1987																							00 02 15SEG
																							00 00 10SEG
																							00 00 20SEG
																							00 00 30SEG
EL GOBIERNO FEDERAL EMITE BONOS FINANCIEROS EN EL MERCADO ITALIANO												GOBIERNO FEDERAL											
INDICE DE PRECIOS AL CONSUMIDOR BANCO DE MEXICO												ORGANISMO FINANCIERO											

NOTA INFORMATIVA	NÚMERO	MAYO	S	E	C	T	O	R	INTERNA-DEPORTIVA	INF. GRAL.	FUENTE INFORMATIVA	COMUNICADO	INFO. COORDINADO	ESTATIVO	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION	TIEMPO
INFLACION PARA 1997											GOB. DE LA REP.											
ALIMENTO EN LA CANASTA BÁSICA											GOB. DE LA REP.											
INDICE DE PRECIOS A LOS PRODUCTORES											GOB. DE LA REP.											
C.A.S. M.V.											M.V.											00:06:30SE
																						00:00:20SE
																						00:00:30SE
																						00:00:10SE
PARA LOS FIDELÉS SHCP											SECRETARÍA DE EDO.											00:01:45SE
RESUMEN DE LAS NOTAS MÁS IMPORTANTES EN LOS QUINCE DIAS DE LA CAPITAL																						
REFORMA																						
OPALDE EN LA PERMANIZACIÓN DE FERT.																						
MEX																						
OTON CONTRERAS BRE																						
LA ECONOMÍA PARA 1997 SEGUN LA SHCP																						
EL TITULAR DE LA SHCP Y LA POLÍTICA ECONOMICA PARA 1997																						
EL DIALOGO DE PAZ EN CHIAPAS																						
LAS ELECCIONES EN EL ESTADO DE MEXICO																						
FINANCIERO																						
ORTIZ Y LA ECONOMIA MEXICANA																						
LA BANCA EN ESTADO DE SHOCK																						
EL FINANCIAMIENTO EN EL F.E.																						
DIEGO FERNANDEZ DE CERRALLOS Y LA SUPUESTA COMPENSACION POR CARLOS SALMA DE COERTARI																						
LA INFLACION PARA 1997																						
LA INSTALACION DE CASINOS EN MEX.																						
ECONOMISTA																						
EL "TAJAL DE LA SMOY Y LA ECONOMIA PARA 1997																						
EL BANCO NACIONAL DE COMERCIO AHORCA APOYOS PARA LAS EXPORTACIONES																						
COLABORA POL. "GA																						
EL GOBIERNO RETRASA LA ENTRADA DE LAS PROFES																						
LA JORNADA																						
AGALTO BANCARIO EN GUADALAJARA																						
EX PRESIDENTE COMENTA QUE MEXICO ESTE EN UNA "SITUACION PLENA																						

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	MEXICO	GOB. PRIV.	SOC. ECON.	PUBLIC.	CULT.	INTERNACIONAL	REPORTAJE	INFORMACIONAL	FUENTE INFORMATIVA	COMUNICACION	REPORTAJE	INFORMACIONAL	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.		
PRESIDENTE DE TV AZTECA DEMANDA DOS PERIODISTAS DE LA JORNADA																							
LA CLIMARE (SUDAMERICANA) VS LA LEY HELMS/ RUSTON																							
EL UNIVERSAL																							
D D F																							
EL CASO RUIZ MASSEU																							
EXCELFOR																							
LA REFORMA ECONOMICA PARA 1997																							
EL D.F. Y EL EDO. MEX VS LA CONTAMINACION																							
EL NACIONAL																							
NUEVOS DELEGADOS EN EL D.F.																							
ALTO COSTO PARA LA SOCIEDAD POR LA CONTAMINACION D.F.																							
EL D.F. ANUNCIA LA INTENSIFICACION DE LOS MECANISMOS PARA CONTRARRESTAR LA CONTAMINACION																							
MAYOR GASTO SOCIAL ANUNCIA EL GOB. BIENIO FEDERAL																							
UNO MAS UNO																							
LA MARINA DE E.U. POSIBLEMENTE FUE LA QUE DEJERON AL AVORON DE LA TVSA																							
NOVEDADES																							
TRES AÑOS A LOS QUE VOTEN DOS VECES																							
CARCEL A LOS DEBAUDADORES DEL FICOD SMOF																					50 01 56SEG		
																						PROMOCIONAL / COMERCIALES / PROMOCIONAL	
																						00 00 16SEG 20 01 40SEG 20 00 10SEG	
ESTRATEGIA ECONOMICA DEL GOBIERNO MEXICANO PARA 1997										SHEP SERV' PDS (DECLARACION)												20 03 00MIN	
																							VOICERO DE LA SHEP VIA TELE FONICA
																							20 15 55SEG
																							20 00 20SEG 20 20 18SEG
																							EJECUTIVO BANCO NACIONAL DE COMERCIO INFORMACION 'SOBRE EXPORTACIONES
																							20 02 59SEG
																							PATROCINADOR
																							20 00 18SEG

EMPRESARIO

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	GOB. PRIV.	SOC.	ECONOM.	POLIC.	CULT.	ESPECT.	INTERNA-DEPORTIVA CIUDADANA	INFORMAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION REPOR- TERO	INFORMATIVO CORRESPON- SAL	COMENTARIO AGENCIA NOTIC.	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
																				00 17 00PRN
																				00 00 41SEG
														PROMOCIONAL						00 02 18SEG
														COMERCIALES						00 02 40SEG
														COMERCIALES						00 01 15SEG
																				00 01 51SEG
																				00 01 18SEG
EL SECRETARIO DE HACIENDA COMPARACE ANTE EL CONGRESO DE LA UNION										SERVIDOR PUS										00 00 40SEG
RESUMEN DE LAS COLUMNAS POLITICAS Y FINANCIERAS DE LA CAPITAL																				
REFORMA BARTOLEME COMENTA SOBRE LA PRIVATI- ZACION DE PETRO-MEX.																				
M.A. GRANADOS COMENTA SOBRE EL LIDER PRISTA EN LA CAMARA DE DIPUTADOS																				
UNIVERSAL FOO CARDENAS COMENTA SOBRE EL FI- NANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS																				
CARLOS RAMIREZ SOBRE LAS ELECCIONES EN TRES ESTADOS DE LA REP.																				
EXCESIVA ALDORA VERMEJO COMPARACE EL SECR- TARIO DE HACIENDA ANTE EL CONGRESO DE LA UNION																				
EL HERALDO JOSUIN LOPEZ GONZA LAS ELECCIONES EN EL ESTADO DE MEXICO COMENZAN E • DALGO																				
LA JORNADA MIGUEL ANGEL RIVERA EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS																				

NOTA INFORMATIVA	NAOIO MAR. D.F.	EDIC.	S E C T O R	GOB. PRIV.	IND. ECONO.	POLIC. EXTER.	INTERNA-SPORTIVA	INTEGRAL	FUENTE INFORMATIVA	COMUNICACION	OTRO	INFO	ORIGEN	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
FINANCIERO																						
ALEJANDRO RAMOS COMENTA EL LIBRO DE EJECUTIVO DEL INDEFACON Y UNA ENCUESTA NACIONAL A LA REP. MEX.																						
RAMIRO R. MOLLO LA NUEVA LEY DE CAMARAS																						
EL REFORMA																						
ALBERTO AGUILAR DESTACA LA FIRMA ENTRE MEXICO Y LOS EU PARA TRANSMISOR LA LLAMADA TELEVISION DIRECTA.																						
ALBERTO BARRAMON COMENTA SOBRE LA POLITICA ECONOMICA QUE EMPRENDE LA SEP																						
EL EXTERIOR																						
MA. CARMEN CORTES COMENTA SOBRE LAS NUEVAS EMPRESAS DE LARGA DISTANCIA.																					00 TO 30 SEG.	
																						00 TO 05 MIN.
																						00 TO 15 SEG.
RESUMEN																						
SANCHO MEXICANO COMENTA SOBRE LA INFLACION										ORG. FINANCIERO												
EL GOBIERNO FEDERAL EMITE BONDS FINANCIEROS EN ITALIA										INDEFACON												
MEXICO MEXICANO APOYA EXPORTACIONES										ORG. FINANCIERO												
A. SHET Y LA ECONOMIA PARA 1997										SEC. DE ECO.												
MICELANEA FISCAL PARA 1997 PRESIDENTE DE LA REP.										PRESIDENTE REP.												
INFORMACION FINANCIERA B.M.V.										ORG. FINANCIERO												
750 MILLONES DE DOLARES DE LA B.M.V.										ORG. FINANCIERO												
SE REDUCE LA PARTIDA SECRETA DEL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA										DOCUMENTO OFICIAL												
A. CONCANANNO ANUNCIA QUE LA ZANP LE MIRA LA PRISION PARA EL PAGO DE MEX. ESTOS										ORG. EMPRESARIAL												
A. CAMARA DE DIPUTADOS REDIMO DEL EJECUTIVO FEDERAL EL PAQUETE DE REFORMAS A LA LEY ELECTORAL										ORG. GOB.												
LA LEY NO ESTA DE ACUERDO EN QUE SE LE IMPONGAN PRESUPUESTOS										ORG. GOB.												
EL PRESIDENTE DEL PRI COMENTA SOBRE LOS MONTO ECONOMICOS PARA LOS ESTADOS										MIEMBRO PARTIDO POLITICO												

NOTA INFORMATIVA	MUNDO ABL.		S E C T O R					INTERNA- CIONAL	DEPORTIVA	INF. GBL.	FUENTE INFORMATIVA	COMUNICADO REPOR- TERO	INFO MATIVO CORRESPON- SAL	COMENTARIO	COMERCIAL	EXTERIOR	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
	D.F.	EDO.	GOB.	PRIV.	ECO.	POLIC.	CULT.														
EL PRESIDENTE DEL PRO COMENTA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS.											MEMBRO PARTIDO POLITICO										
CONFERENCIA AMERICANA EN ORELE.																					
LOS BANCOS TEMEN PRESTAR.											ORG. FINANCIERO										
EL DOLOGO PARA LA PAZ EN CHIAPAS																					
OTRON CORTEZ ARRUJITO.											NO ESPECIFICADO										
EL TITULAR DE LA PGMN ESTA EN DESACUER- DO EN LA RESOLUCION DE OTRON CORTEZ.											SERV. PUB.										
EL GOBERNADORA DE COAHUILA NO PAR- TICIPA EN LA FIRMATIZACION DE FEATIMEX.											GOB DE COAHUILA										
EL SONADO DE LA REPUBLICA APRILZA LA ENTRADA EN VIGOR DE LAS AFORES											ORG. DE GBL.										
EL PRIMER MINISTRO DE PORTUGAL APOYA A MEDCO PARA ENTRAR A LA COMUNIDAD ECONOMICA EUROPEA.																					
JOSE LOPEZ PORTILLO DICE QUE EN MEXICO DE VIVE UNA DEMOCRACIA PLENA											EX-PRESIDENTE										
MELIJO Y E J FIRMAN EL PROTOCOLO SOBRE LA TRANSMISION DE LA TELEVISION DIRECTA.											GOB FEDERAL										
LA NUEVA LEY DE CAMARAS ANT											NO ESPECIFICADO										
VENDEDORES AMBULANTE SE EMPRENTAN A PALOS EN EL CENTRO HISTORICO											NO ESPECIFICADO										
ATRAPAN A 15 MIEMBROS DEL E P R											GOB EDO. OAXACA										
LA SECRETARIA DE COMERCIO MEDA EL ALZA DE PRECIOS EN LOS PRODUCTOS											SED EDO.										
QUEREMOS E. COMSUNO DE CARNE SEGUN LA COMISION NACIONAL GUARDERA											ORG. EMPRESARIAL										
LAS ELECCIONES EN TRES ESTADOS DE LA REP.																					
EL GOBIERNO MEXICANO EMITE BONOS EN EL MERCADO FINANCIERO DE ITALIA											GOB. DE LA REP.										
FIRMA DEL PROTOCOLO SATELITAL ENTRE MEXICO Y E. SOBRE LA TELEVISION DIRECTA											GOB DE LA REP.										
SECTOR FINANCIERO NACIONAL											B.M.V										
LA BOLSA DE VALORES EN EU																					
SE AMANEA LA ENTRADA DEL IMPUESTO A LOS AUTOS NUEVOS											GOB DE LA REP.										
BANCO MEXICANO DE COMERCIO APLICACION																					

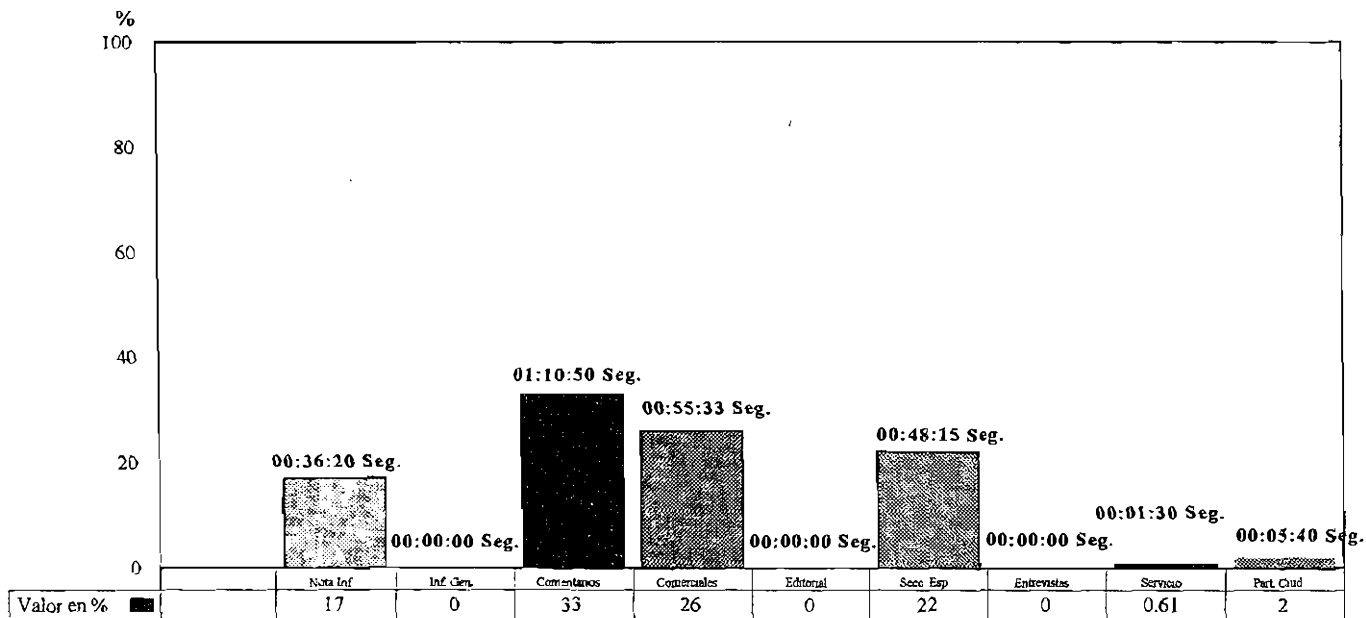
NOTA INFORMATIVA	MADRID	GOB.	PREV	SEC	ECONOMIA	POLICIA	CULT.	EXTER.	INTERNACIONAL	DEPORTIVA	INF. GRAL.	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION	INFORMACION	COMENTARIO	COMERCIAL	JUDICIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO AFROE
APOYOS A LAS EXPORTACIONES												ORG. FINANCIERO										
INCREMENTO A LOS SALARIOS DIRIGENTE OBRERO												ORG. OBRERO										
PERPECTIVAS DE LA ECONOMIA MEXICANA PARA 1997												ORG. EMPRESARIAL										
CONVENIO DE PUBLICISTAS												ORG. EMPRESARIAL										
ACCIDENTE AEREO																						
REELECCION DEL PRESIDENTE DE E U																						
EL FBI INVESTIGA SI UN MISIL MILITAR CERRIBO AL AVION DE LA EMPRESA TWA																						
ATENTADO SOBRE EL PRESIDENTE DE ECUADOR																						
DIVISION EMPLETA DIMISIONES EN SU CABINETE																						
LA EMPRESA JAPONESA SAMSUNG HYPER TIRA EN BRASIL Y EN NEPAL 9 MIL MILLONES DE DOLARES																						00:11:55EG
																COMERCIAL (PATROCINADOR)						00:00:20EG
																						02:00:11EG
																						00:14:05EG
																						00:00:20EG
																						00:00:15EG
																						00:00:20EG
																						00:00:20EG
																						00:00:20EG
																						00:00:20EG
RESUMEN DE LAS COLUMNAS POLITICO FINANCIERAS DE LA CAPITAL																						
CARLOS BARRUTZ EN SU INDICADOR POLITICO COMENTA LAS ELECCIONES DE TRES ESTADOS DE LA REP. EL PRESUPUESTO FEDERAL PARA 1997 LA COMPARENCIA DEL SECRETARIO DE HACIENDA Y EL CASO CONASUPO																						
ALEJANDRO ESCOBAR EN SU COLUMNA "AGENCIA CONFIDENCIAL DE EL FINANCIERO COMENTA SOBRE EL LIBRO QUE PASA DE UNA SUPUESTA INVIACION POR LOS E U EN EL AÑO 2000"																						
MIGUEL ANGE RIVERA EN SU "CLASE POLITICA" SEÑALA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS																						

NOTA INFORMATIVA	NACIO D.F.	NACIO EXG.	S GOB.	E PRIV.	C SOC.	I ECONO.	O POLIC.	R CULT. ESPCT.	INTERN. DEPORTIVA CENAL	INTEGRAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU CTO REPO.	RFO CORR/CON TEO.	MATTVO AGENCIA REGI.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
MAGUEL ANGEL GRANADOS EN SU PLAZA PUBLICA APUNTA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLITICOS																						
"EMPILO MAYOR EN EL REFORMA DESTACA LA IMPORTANCIA DEL GOBERNADOR DE COAHUILA EN LA PRIVATIZACION DE FERRETTES"																						
FED CARDENAS EN SU "PULSO POLITICO" DEL UNIVERSAL SEÑALA SOBRE EL FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLITICOS.																						
ALMOBA VERDEJO DESTACA EN EL EXCEL-SOR LA POLITICA ECONOMICA PARA 1997																						
JACQUIN LOPEZ DOMINGA "EN PRENSO" COMENTA SOBRE LAS ELECCIONES DE EDO MEA COAHUILA E MEXICO LA GIRA INTERNACIONAL DEL PRESIDENTE																						
ALBERTO BARRIANO "EMPRESA" SEÑALA SOBRE LA COMPARTICENCIA DEL SECRETARIO DE HACIENDA																						
ALBERTO AGUILAR COMENTA SOBRE LA REFORMA ELECTORAL																						
MARICARMEN CORTEZ COMENTA SOBRE LA APERTURA TELEFONICA																						
EMILIO REBOLO "MAGNOLIE UD NO LO CREA" EN EL FINANCIERO COMENTA SOBRE LA MEXIM "CY DE CHIHUAHA"																						00:11:25SEG
																						100:00:25SEG
																						100:00:15SEG
																						100:00:25SEG
																						100:00:25SEG
																						00:00:55SEG
																		"PALCO DEPORTIVO"				00:08:55SEG
																		COMENTARIO				00:06:55SEG
																						00:01:55SEG
																						00:01:45SEG
																						00:00:15SEG
CRONISTA TAURINO																						00:55:45SEG
																						00:01:25SEG
																						00:00:26SEG
RESUMEN DE LOS MERCADOS FINANCIEROS S.M.V.											ORG. FINANCIERO	R										
DOP-REFORMA SOBRE EL ESTADO DE LAS EXPORTACIONES MEXICANAS											SECRETARIA DE ESTADO											
MERCADO CAMBIARIO MEXICANO S.M.V.											ORG. FINANCIERO	R										
MERCADO FINANCIERO EN CHICAGO																						00:06:04MIN

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F. EDO	E E C T O R GOB PRV SOC. ECONO. POLIC. CULT RESPECT	INTERNA- DEPORTIVA CIONAL	INFRAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU CTO RESPER- TERO	Nº D CORRESPON AGENCIA BEGOS	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
									COMERCIAL PATROCINADOR						00:00:30SEG 00:00:15SEG
											COMENTARIO POLITICO POR DEMETRIO SODI DE LA TIJERA				00:00:05SEG
									PATROCINADOR I COMERCIALES						00:00:30SEG 00:00:05SEG
RECITAL TENOR MEXICANO															
FERIA DEL LIBRO															
CONCIERTO POR LA ORQUESTA DE BELLAS ARTES															
MUESTRA LIBRO DE CONE EN ARGENTINA															
CONCIERTO JUAN LUIS GUERRA															
UNICEF															
CONCIERTO MIGUEL BOGSE															00:01:00Min
											ECONOMIA PROXIMO AÑO				00:02:00Min
											PROMOCIONAL				00:00:30SEG
CREDITOS Y FINAL DEL PROGRAMA.															TOTAL 00:28:48SEG

BUENOS DIAS

(Duración 3: 30 Hrs. Igual al 100%)



NOV-11-1996

EDUARDO RUIZ HEALY

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	S E C T O R	INTERNA	DEPOR	INFORMACIONAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTA	INFORMACION	MATRIZ	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
	ED.	GOB. PRIV. SOC. ECONO. POLIC. CULT. ESPECT.	CONTRIB.				TIPO	CORRESPOND.	AGENCIA INFOR.								
BUENOS DIAS																	
ELECCIONES EN EL ESTADO DE MEXICO																	00 00 1560 00 00 2356
DATOS PRELIMINARES DEL ESTADO DE MEXICO CONGRESO ESTATAL ELECTORAL						ORGANISMO GUBERNAMENTAL							ORGANISMO				
LA EMPRESA DE NUEVAS TECNOLOGIAS E INFORMACION CONTRATADA PARA POTABILIZAR LOS VOTOS PRELIMINARES EN EL EDO MEX A UN MONEDA CON LOS DATOS FINALES						EMPRESA PRIVADA											
EL ORGANISMO ELECTORAL DE COAHUILA EMITE LOS PRIMEROS RESULTADOS DE LAS VOTACIONES						ORGANISMO GUBERNAMENTAL											
LOS COMITES DIRECTIVOS DEL PAN PROPRIO EMITEN LOS PRIMEROS RESULTADOS DE LAS VOTACIONES EN HIDALGO						PARTIDO POLITICO											
NECESARIO REVISAR FACULTADES DE LA CAMARA DE DIPUTADOS AFIRMA EL SEÑADOR ASESOR DE LA COMISION PARA LA REFORMA DEL ESTADO						SERVIDOR PUBLICO											
LA COMISION FEDERAL DE ELECTRICIDAD CUMPLE CON LAS NORMAS OPT-						ORGANISMO											

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	SECTOR	INTERNACIONAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION	INFORMACION	COMENTARIO	COMERCIAL	SECCION ESPECIAL	SERVICIO	PARTICIPACION	TIEMPO APROX.
	D.F.	GOB. PRIV.	SDC. ECONO.	DEPOR. CULT. ESPECI.	DEPOR. CULT. ESPECI.	INFORMACIONAL					CIUDADANA	
							OCIA DEL TITULAR DE LA SHCP					00 10 25 SE
								APROMOCIONALES				00 01 25 SE
RESUMEN												
RESULTADOS DE LAS ELECCIONES DEL ESTADO DE MEXICO CONCEJO ELECTORAL DEL ESTADO												
LA EMPRESA PRIVADA DE NUEVAS TECNOLOGIAS E INFORMACION A UN NO CUAJANTA CON RESULTADOS DE LAS VOTACIONES EN EL EDO MEX												
EL ORGANISMO ELECTORAL DE COAHUILA PRESENTA DATOS PRELIMINARES DE LA VOTACION												
LOS COMITES DIRECTIVOS DE LOS PARTIDOS POLITICOS PRO PAN Y PRI ENVIAN LOS PRIMEROS RESULTADOS DE LAS VOTACIONES EN HIDALGO												
AEROPUERTOS Y SERVICIOS AUXILIARES ANUNCIAN GRANDES INVERSIONES PARA MANTENIMIENTO DE EQUIPO AEREO												
NUEVA POLITICA AMBIENTAL ANUNCIA SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE												
CRITICA LA IGLESIA A LA REFORMA DEL ESTADO												
PROCURADURIA DEL CONSUMIDOR SANCCIONA A ESTABLECIMIENTOS COMERCIALES POR AUMENTAR PRECIOS												
EL GOBIERNO FEDERAL AUTORIZA AL ESTADO DE TLAXCALA PRESTAR MONETARIO SEGUN INFORMACION DE LA SECRETARIA DE DESARROLLO SOCIAL												
CUNTOY SU NUEVO CABINETE												
EL PRESIDENTE DE PERU ES POCO POPULAR EN SU PAIS AFIRMA LA												

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL DEF. EDO.	S GOB.	E PRIV.	Y SOC.	D ECONO.	R POLIC.	INTERNACIONAL CULT. ESPECI.	FUENTE INFORMATIVA	CONDICIONES REPOR- TERO	CITAS CORRESPON- SAL	INFORMACION MATHEMATICA AGENCIA INFORM.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
EMPRESA INVESTIGADORA DE MERCADOS																			
FUERTE SANCIÓN SE ADMIERTE A AEROPERU SI EL ACCIDENTE AEREO FUE CAUSADO POR NEGLIGENCIA																			
EL PRESIDENTE DE GUATEMALA ANUNCIÓ EN CHILE QUE SE INICIARA EL DIALOGO PARA LA PAZ CON LA GUERRILLA																			
EL PRESIDENTE DE MEXICO ASISTE A LA VI CUMBRE IBEROAMERICANA																			
EL PRESIDENTE DE ARGENTINA PARTICIPA EN LA VI CUMBRE IBEROAMERICANA																			
EL PRESIDENTE DE CHILE DA LA BIENVENIDA A SUS HOMOLOGOS EN LA VI CUMBRE IBEROAMERICANA																			
CARLOS MENÉN COMENTA SOBRE LA ECONOMIA INTERNACIONAL																			
EL PRESIDENTE DE RUSIA MEJORA EN SU SALUD																			
EL BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO AUTORIZA A MEXICO PRESTAR FINANZAS Y NEGOCIOS																			
INDUSTRIA MINERA EN GUERRERO RECIBIRA APOYOS ECONOMICOS DEL GOBIERNO FEDERAL ANUNCIÓ LA SECRETARIA DE DESARROLLO Y TRABAJO DEL ESTADO																			
FERRODARRILES NACIONALES DE MEXICO NECESITAN DE INVERSION PARA REACTIVAR SUS ACTIVIDADES																			
GRUPOS FINANCIEROS PERCIBEN MEJORA EN LOS MERCADOS MEXICANOS																			
EL GOBIERNO DE MEXICO Y E.U. FIRMAN EL PROTOCOLO SATELITAL QUE BRINDARA SERVICIOS DE TV DIRECTA																			

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F. EDO	S E C T O R GOB. PRM. SOC. ECONO. POLIC. CULT. ESPECT.	INTERNACIONAL DEPORTIVA	INFORMATIVA	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION REPOR- TERO	INFORMATIVO CORRESPON- SAL	AGENCIA INFOR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
												COLABORADOR EN ASUNTOS INTERNA- CIONALES				00:06:00MIN
										PROMOCIONAL COMERCIAL						00:00:10SEG 00:00:30SEG
RESUMEN DE LAS PRINCIPALES NOTICIAS EN LOS QUINCE DIAS																
EL ECONOMISTA SE ESPERA ESTABILIDAD ECONOMICA PARA 1997 PERO HABRA INFLACION																
EXCELSOR LA POLITICA GOZA DE UN GRAN DES- PRESTIGIO CIUDADANO																
EL FINANCIERO LA ECONOMIA PARA 1997 VISLUMBRA UNA RECUPERACION GRADUAL																
LA JORNADA RESULTADO DE LAS ELECCIONES EN TRES ESTADOS DE LA REPUBLICA																
EL REFORMA RESULTADO DE LAS ELECCIONES DEL ESTADO DE MEXICO COAHUILA E MI- DALGO																
EL UNIVERSAL RESULTADO DE LAS ELECCIONES EN TRES ESTADOS DE LA REPUBLICA																
PRINCIPALES COLUMNAS POLITICO FINANCIERAS																
NOVEDADES QUE NUÑEZ EN SUS NOTAS FINANCIE- RAS DESTACA LA COMPARECENCIA DE EL TITULAR DE LA SHOP																
EL REFORMA CERTO AQUILAR EN "NOMBRES NOM- BRES Y NOMBRES" SENALA QUE BAN- COER "TIENE CREDITO ABIERTO PARA COMUNICARSE"																
EL HERALDO LIC. DR. SANCHEZ BANDOS EN PODER																

NOTA INFORMATIVA	NACIONALIDAD	SECTOR	ORIGEN	INTERNACIONAL	DEPORTIVA	INFORMATIVA	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO	INFORMACION	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
DOMINGO DESTACA LAS METAS ECONOMICAS QUE EL GOBIERNO A PLANEADO CUBRIR PARA 1997																	
GUILHERMO FARBER EN "FAX INTERNET DE BUENOS DIAS" COMENTA QUE ANALISTAS POLITICOS AUGURAN BUENAS PERSPECTIVAS A LA ECONOMIA MEXICANA																	
LUIS F. MORENO EN "BUENOS DIAS FAX INTERNET" COMENTA QUE POSIBLEMENTE LA NEGATIVA DE COLOSO DE MODIFICAR EL ART 82 CONSTITUCIONAL PUDO SER LA CAUSA DE SU ASESINATO																	
EL REFORMA BARTO, QUE EN TIEMPO MAYOR COMENTA SOBRE LA PARTICIPACION DEL GOBERNADOR DE COAHUILA EN LA PRIVATIZACION DE FERTIMEX																	
COLUMNAS DEPORTIVAS																	
FLAVIO SAVALA EN "BURBUJAS DEPORTIVAS" DEL OVNACIONES COMENTA SOBRE EL FUTBOL MEXICANO																	
CARLOS TRAPAGA EN "SAN LUIS" DEL "ES" COMENTA SOBRE LA JORNADA DE FUTBOL																	
SACD PRIETO EN "SOL Y SOMBRÁ" DE LA REFORMA ANALIZA LA CORRIDA DE TOROS																	00 03 33SEC
											PROMOCIONAL						00 06 13SEC
											COMERCIALES						00 01 30SEC
											PROMOCIONAL						00 06 40SEC
										RELACIONES MEXICANO / E.L.							00 17 43SEC
											COMERCIALES						00 01 26SEC
											PROMOCIONAL						00 00 20SEC
RESUMEN																	
RESULTADO DE LAS ELECCIONES EN EL EDO MEX CONSEJO ESTATA. ELECTORAL																	
							ORGANISMO GUBERNAMENTAL										

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	SECTOR	INTERNACIONAL	DEPOR	INFORMATIVA	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO	INFORMATIVO	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
	DF	GOB. PRIV. SOC. ECONO. POLIC. CULT. ESPECI.					REPOR- TERO	CORRESPO- SAL	AGENCIA INEOR.						
BRE BERGAMERICANA															
EL PRESIDENTE DE ARGENTINA EN LA VI CUMBRE BERGAMERICANA															
EL PRESIDENTE DE CHILE DA LA BIENVENIDA A SUS HOMOLOGOS A LA VI CUMBRE BERGAMERICANA															
EL PRESIDENTE DE ARGENTINA ANUNCIA LA VISITA DEL 1º MANDATARIO MEXICANO A SU PAIS															
EL PRESIDENTE DE RUSIA MEJORA SU SALUD															
BANCO INTERAMERICANO DE DESARROLLO ANUNCIA PRESTAMO A MEXICO															
RADIO FORMULA EN LA ECONOMIA Y LOS NEGOCIOS															
EL GOBIERNO FEDERAL ANUNCIA PRESTAMO A LA INDUSTRIA MINERA DE GUERRERO									GOBIERNO FEDERAL						
FERROCARRILES DE MEXICO DEMANDA INVERSIONES EN EL RAMO															
GRUPOS FINANCIEROS INTERNACIONALES COMENTAN QUE LA ECONOMIA MEXICANA SE ESTABILIZA									ORGANISMO FINANCIERO						
ANALISTAS ECONOMICOS COMENTAN QUE LA ECONOMIA MEXICANA MEJORA									ORGANISMO FINANCIERO						
MEXICO Y EL JAPAN EL PROTOCOLO PARA TRANSMITIR LOS SERVICIOS DE TV DIRECTA									GOBIERNO FEDERAL						
LA VENTA DE SOLETOS POR TELEFONO HA SIDO UN GRAN NEGOCIO COMENTAN EMPRESARIOS DE RAMO									ORGANISMO EMPRESARIAL						
LA EMPRESAS LATINOAMERICANAS MEJORAN SU PRESENCIA EN EL MERCADO DE J Y LA AMERICA															
EL PRECIO DE SOLAR SEGUN LA BMV									ORG FINANCIERO						

PROMOCIONAL

00.00 DOMIN

30.00 105EC

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL EDO	S E C T O R	INTERNACIONAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU CTO REPOR. TERO	INFO CDRRESPO SAL	MATN/ AGENCIA INEOR	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
									COMERCIALES						00:02:00MIN
									2 PROMOCIONALES						00:00:25SEC
									PATROCINADOR						00:00:10SEC
									1COMERCIAL						00:00:30SEC
											ELECCIONES EDO				
											MEX COAHUILA E				
											HIDALGO				00:07:20SEC
									1COMERCIAL						00:00:20SEC
									1PATROCINADOR						00:00:15SEC
									1COMERCIAL						00:00:30SEC
											COMENTARIOS A				
											LA NOTICIA				
											GIRA INTERNACIONAL DEL PRESIDENTE ZEDILLO				
															00:02:00MIN
									1COMERCIAL						00:00:30SEC
									PATROCINADOR						00:00:10SEC
									PROMOCIONAL						00:00:10SEC
									PATROCINADOR						00:00:20SEC
									COMERCIALES						00:01:30SEC
											PALCO DEPORTIVO				00:05:15SEC
									COMERCIALES						00:02:30SEC
									PATROCINADOR						00:00:15SEC
									1COMERCIAL						00:00:20SEC
											PALCO DEPORTIVO				00:02:45SEC
									1COMERCIAL						00:00:15SEC
									PATROCINADOR						00:00:20SEC
											PALCO DEPORTIVO				00:01:25SEC
									PATROCINADOR						00:00:25SEC
									2PROMOCIONALES						00:00:25SEC
									7COMERCIALES						00:03:00MIN
									2PROMOCIONALES						00:01:00MIN

RESUMEN DE LAS PRIMERAS PLANAS DE LOS PRINCIPALES DIARIOS DE LA REPUBLICA

BANGUARDIA DE MONGOLIA COMEN- TA SOBRE LAS ELECCIONES EN COAHUILA

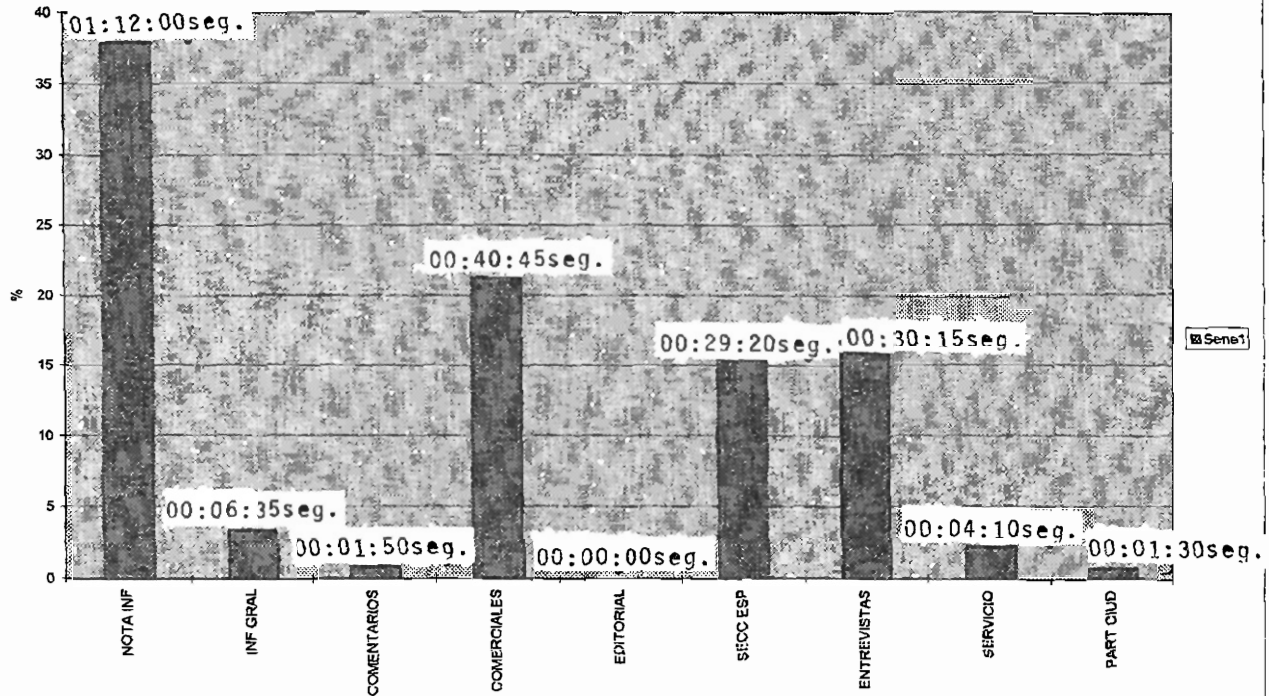
COAHUILA DE TOLUCA MENCIONA

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	GOB. PRIV.	SOC.	ECONOM.	CULT.	ESPECT.	INTERNACIONAL	DEPOR.	INFORMATICA	FUENTE INFORMATIVA	CONDU. REPOR.	CTO. TERO	INFO. CORRESPOND.	MATVIA AGENCIA INFOR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
LAS ELECCIONES DEL EDO. MEX.																						
"EL SOL" DE PACHUCA COMENTA SOBRE LAS ELECCIONES EN EL ESTADO																						
"EL SOL" DE GUERRERO BLOQUEO DE CARRETERAS POR INDIGENAS DE LA SIERRA																						
"POR ESTO" DE MÉRIDA COMENTA SOBRE LAS ELECCIONES EN VARIOS ESTADOS DE LA REPUBLICA																						00:01:00MIN
																PROMOCIONAL COMERCIALES PROMOCIONAL						00:03:10SEC 00:03:10SEC 00:03:40SEC
																"LA INDUSTRIA CEREALERA MEXICANA EN CRISIS"						00:08:00MIN
																	JORGE SALDANA					00:02:40SEC
																	"SU COMENTARIO POLITICO DESDE FRANCIA"					00:05:30SEC 00:02:40SEC 00:02:40SEC
																	PROMOCIONAL COMERCIALES PROMOCIONALES					00:02:40SEC
RESUMEN																						
PLAN PPH Y PROY. COMENTAN SOBRE LAS ELECCIONES EN EL EDO. MEX.																						
AEROPUERTOS Y SERVICIOS AL ALIJA. REF. ANUNCIAN FUERTES INVERSIONES E INSTALACIONES																						
LA SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE SERALA OZJE DESEN DE DESTINARSE MAYORES RECURSOS PARA LA CONSERVACION DE LA FLORA Y FAUNA DE LA NACION																						
LA GERARQUIA CATOLICA NO ESTA DE ACUERDO CON LA REFORMA POLITICA DEL GOBIERNO																						
LA PROCURADURIA DEL CONSUMIDOR ANUNCIAN FUERTES SANGONES A ESTA.																						

NOTA INFORMATIVA	NAC. D.R.	NAL. EDO.	S E C T O R				INTER. DEPOR. INF. GRAL. CONAL. TIVA	FUENTE INFORMATIVA	CONDU. CTO. REPOR. TEO.	INFO. CORRESP. SAL.	MATND. AGENCIA INFOR.	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACIO. CIUDADANA	TIEMPO APROX.
			GOB.	PRIV.	SOC.	ECONO.	POLIC.	CULT.	ESPECT.										
ALTERNAN LOS PRECIOS INJUSTIFICADAMENTE																			
EL GOBIERNO FEDERAL ANUNCIA PRES. TAMO AL ESTADO DE TLAXCALA.																			
QUINTON Y LAS ELECCIONES PRESIDEN- CIALES																			
LA BANCA DE BRASIL IMPLEMENTARA MECANISMO PARA CONTRARESTAR EL LAVADO DE DINERO																			
FONDOS FINANCIEROS LATINOAMERICANOS TIENEN GRAN PRESENCIA EN EL MERCADO DE EU																			
LA EMPRESA DE MERCADOS REVELA EN UNA ENCUESTA QUE EL PRESIDENTE DE PERU NO CUENTA CON EL RESPALDO POPULAR																			
EL PRESIDENTE DE PERU ANUNCIA FUER- TES SANCIONES CONTRA AEROPERU																			
EL PRESIDENTE DE GUATEMALA ANUN- CIA QUE ESTA PROXIMA LA FIRMA DE PAZ ENTRE LA GUERRILLA Y EL GOBIER- NO																			
FORO INTERNACIONAL DE ERNESTO ZEDILLO POR LATINOAMERICA																			
EL PRESIDENTE DE ARGENTINA EN LA VI CUMBRE BERDAMERICANA																			
EL PRESIDENTE DE CHILE DA LA BIEN- VENIDA A SUS PSICOLOGOS A LA VI CUMBRE BERDAMERICANA																			
EL PRESIDENTE "LE SO MEJORA SU SALUD"																			
EL BANCO INTERAMERICANO DE DESA- RROLLO OTORCA PRESTAMO A MEXICO																			
RECIBO FORMULA EN LA ECONOMIA Y LOS NEGOCIOS																			
EL GOBIERNO FEDERAL OTORGA PRES- TAMO A LA INDUSTRIA MINERA																			

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	NACIONAL EDO.	S	E	C	T	D	R	INTERNACIONAL	DEPORTE	INTEGRAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPORTERO	INFORMACION CORRESPONDIENTE	MATERIA AGENCIA	COMENTARIO	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
EN FERROCARRILES LARGAS INVERSIONES PARA ACTIVAR EL RAMO																								
GRUPOS FINANCIEROS INTERNACIONALES VEN MEJORA EN LA ECONOMIA MEXICANA												ORGANISMO FINANCIERO												
ANALISTAS ECONOMICOS PREVEEN MEJORA EN LA ECONOMIA MEXICANA PARA 1997												ORGANISMO FINANCIERO												
MEXICO Y E.U. FIRMAN EL PROTOCOLO PARA TRANSMITIR LOS SERVICIOS DE TV DIRECTA												GOBIERNO FEDERAL												
LAS EMPRESAS TRANSNACIONALES LATINOAMERICANAS HAN ADOQUIRIDO UNA FUERTE PRESENCIA EN EL MERCADO REGIONAL																								
EL PRECIO DEL DOLAR POR LA BMY												ORG. FINANCIERO												
FUTBOL SOCCER MEXICANO																								
FUTBOL AMERICANO NACIONAL																								
FUTBOL AMERICANO NFL																								
BOX INTERNACIONAL																								
																								00 08 4056
																								00 00 1056
																								00 01 1556
																								00 00 3156
																								00 00 1856
																								00 00 3056
RESULTADO DE LAS ELECCIONES EN EL EDO. MEX. COAHUILA E HIDALGO												GOBIERNO ESTATAL												00 01 2056
																								00 07 0656
																								00 00 1256
																								00 02 3056
																								00 00 2556
																								00 05 4056
CREDITOS Y FICAL DEL PROGRAMA																								TOTAL
																								03 30 00 00

PARA EMPEZAR (DURACION 3 Hrs 10 min IGUAL AL 100%)



Valor en %	37.89	3.34	.78	21.28	0	15.36	15.86	2.15	.68
------------	-------	------	-----	-------	---	-------	-------	------	-----

14-oct-96														PEDRO FERRIZ DE CON									
NOTA INFORMATIVA	HACIO DF	NAL EDO	S PUB	E PRIV	C SOC	T ECON	O POLIC	R CULT.SPEC	INTER. NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPRD. TERO	INFORMATIVO CORREL. PONSAL	AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SEGOM ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
PARA EMPEZAR																	PROMOCIONAL						00:50:13SEEG
											ONOMÁSTICO												00:01:25SEEG
																	PATROCINADOR: ICOMERCIAL						00:00:25SEEG 00:00:20SEEG
RESUMEN																							
ENTRA EN ACCION EL PLAN DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES SE PASO LA MARCA DE LOS 250 PUNTOS (MECA)												ORGANISMO ESTATAL											
ESPECIALISTAS EN ESTUDIOS DE LA ATMOSFERA DE LA UNAM PODRAN UBICAR EL PUNTO DE CONTAMINACION EN LOS 200 PUNTOS (MISCA)												INSTITUTO EDUCATIVO											
LA SECRETARIA DEL MEDIO AMBIENTE ANUNCIA QUE EL PLAN DE CONTINGENCIAS DURARA 15 DIAS												SECRETARIA DE ESTADO											
SE REUNE EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA CON LOS INDUSTRIALES DE LA RADIO Y LA TELEVISION												SECTOR PRIVADO											
SE INICIAN LAS NEGOCIACIONES ENTRE EL EZLN Y LA COCOPA												INTERVENCIONES PUBLICAS											
NIEGA LA COCOPA QUE HAYA CAMBIOS EN LOS NEGOCIADORES DEL ESTADO												INTERVENCIONES PUBLICAS											
FERNANDO BENITEZ AFIRMA QUE EN MEXICO SEGUIMOS SIENDO RABISTAS Y CARINISTES DE DEMOCRACIA A PESAR DE LOS AVANCES SOCIALES Y POLITICOS												INTELLECTUAL											
EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA AFIRMA QUE LA LEY ES LA UNICA QUE HA ASEGURADO LA POLITICA PRIVATIZADORA												PRESIDENTE REPUBLICA											

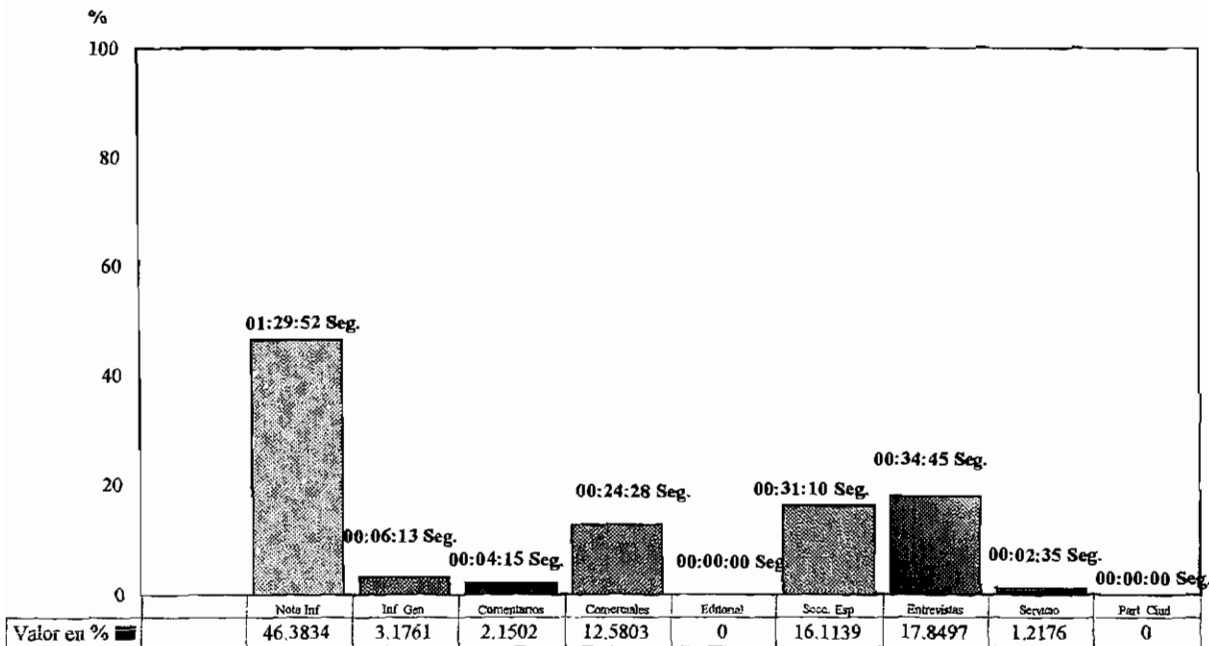
NOTA INFORMATIVA	NACIO O.F.	MAI EDO	S PUB	E PRIV.	C SOC.	T ECON	D POLIC.	R CULT-ESPEC.	INTER- NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR- TERO	INFORMATIVO CORRES- PONSAL AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDTIONAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
QUE HA EMPLEADO LA ACTUAL ADMINISTRACION LES O LA IMAGEN ANTE INVERSIONISTAS EXTRANJEROS COMERCIALES EL LIDER PAA STA																						
ADIRMA EL PRESIDENTE DE COMANEX QUE ADMINISTRA DO DE UNA REEVALUACION																						
LA CONTRAORA DE LA REPUBLICA SUSPENDE DE TO DO CARGO PUBLICO A EX-TESORERO DEL SEGURO SOCIAL																						
LA CAMARA DE SENADORES APRUEBA LA LEY CONTRA EL CRIMEN																						
EL PND RECONOCE LA BUENA DISPOSICION DEL GOBIERNO EN MATERIA PETROLERA																						
RMV																						
ENTRE MEXICO Y LA COMUNI DAD ECONOMICA EUROPEA SE AGLUA UN POSIBLE TRATADO DE LIBRE COMER CIO																						
NIEGA MINISTRO DE LA IGLESIA HABER VIAJADO AL VATICANO PARA PEDIR SU RENUNCIACION																						
CATEDRA A LA CASA DE RAUL SALINAS																						
GUERRILLA AFGANA																						
EL PRESIDENTE DE RUSIA SERA OPERADO																						
BOLSA DE VALORES TOKIO																						
SELECCION MEXICANA																						
SERIE MUNDIAL DE BISSOL																						
CAMPION INGLESE DE F 1																						

NOTA INFORMATVA	NACIO D.F	AL EDO	S PUB.	E PRV.	C SOC.	T ECON	D POLIC	R CULT/ESPEC	INTER NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATVA	CONDUCTO REPOR- TERO	INFORMATIVO CORRES- PONSAL	AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACIO CIUDADANA	TIEMPO APROX.
																1COMERCIAL							100 00 30SEG
																1PATROCINADOR							100 01 10SEG
																1COMERCIALES							00 02 10SEG
																1PATROCINADOR							100 00 30SEG
																							100 00 10SEG
																							100 00 20SEG
																							100 04 10SEG
																							100 00 20SEG
																							100 02 20SEG
																							100 02 55SEG
																							100 10 20SEG
																							100 00 25SEG
																							100 02 40SEG
																							100 07 10SEG
																							100 00 30SEG
																							100 02 10SEG
																							100 07 45SEG
																							100 00 20SEG
																							100 02 20SEG

NOTA INFORMATIVA	MAKEDONIA	MALDE	BALBO	EL PRIN	EL SOC	EL ECON	EL POLIC	EL CULT-ESPEC	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR-TERO	INFORMATIVO CORRES-PONSAL	AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
RESUMEN																			PATROCINADOR	900 00 20SEC			
APRUEBA EL SENADO DE LA REPUBLICA LA LEY CONTRA EL CRIMEN												ORGANISMO ESTATAL											
SE REUNE EL PRESIDENTE DE LA REP CON INDUSTRIALES DE RADIO Y TELEVISION												ORGANISMO PRIVADO											
EL PRESIDENTE ZEDILLO REFIERA SU COMPROMISO CON LA LIBERTAD DE EXPRESION												PRESIDENTE DE LA REP											
SE REANUDA EL DIALOGO ENTRE EZU Y COCOPA																							
LLAMA EL GOBIERNO DE GUERRERO AL DIALOGO AL EFR												GOBIERNO DE GOB											
LA GUERRA EN LA AFGANA																							
EL PRESIDENTE DE RUSIA SERA OPERADO																							
BOZ SA DE VAL ORES TOKIO																							
LA CAMARA DE DIPUTADOS APRUEBA LA REFORMA A LA LEY DE POBLACION												ORGANISMO DE GOB											
DERECHOS HUMANOS EN MEXICO RECHAZA LA PENA DE MUERTE												ORGANISMO DE GOBIERNO											
CONSEJEROS ELECTORALES EN SAN LUIS POTOSI RECHAZAN UNA SEGUNDA RONDA ELECTORAL EN EL ESTADO												SERVIDORES PUBLICOS											
IPRI Y PRD EUGEN LA LIBERTAD DEL EX DIRIGENTE PETROLERO HERNANDEZ GAUCIA												PARTIDO POLITICO											
DETIENE LA PGR A 9 SOSPECHOSOS POR EL ASESINATO DE UN EX FUNCIONARIO DE LA INSTITUCION												ORGANISMO ESTATAL											

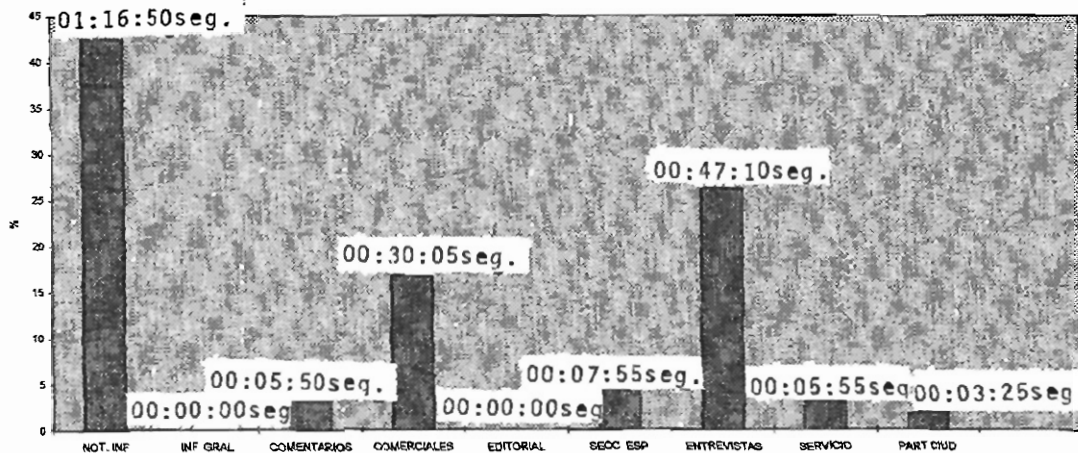
ANTENA RADIO

(Duración 3:10 Min. Igual al 100%)



NOTA # DE OBRERA	WACO ELP	HAL HGO	B ODL	K PRV	C BOC	T ECOM	D POLIC	N CLY REACT	INTERNA- CIONAL	DEPOR- TIVA	INFORMAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDU- CTA	INFORE CONFEREN- CIA	ALTAJO ASOCIACI- ONAL	COMENTARIO	COMERCIAL	EDUCACIONAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION DELEGADA	TIEMPO AFORA
																							12/01/85C/
																							12/01/85C/
CONDICION Y FINAL DEL PROGRAMA																							TOTAL ES 18/01/85

AL MOMENTO 3a EMISION (DURACION 3 HRS IGUAL AL 100%)



Serie1

Valor en %

42.50

0

3.05

16.69

0

4.19

26.16

3.08

1.80

10-NOV-1996												JOSE CARDENAS											
NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	EDO	S PUB.	E PRIV.	C SOC.	T ECON.	O POLIC.	R CULT - ESPEC.	INTER. NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPORTERO	INFORMATIVO CORRESPONSAL	COMENTARIOS AGENCIA CABLE	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
AL MOMENTO DE LA EMISION																							
PROMETE EL SECRE																							
TARIO DE HUNDIDA																							
QUE LA ECONOMIA ME-																							
JORARA PARA 1997	■			■									SERVIDOR PUBLICO										
TRIFURCA EN EL CON-																							
GRESO DE LA UNION																							
POR LA COMPARE																							
CENCIA DEL TITULAR																							
DE LA SHCP	■			■									ORGANISMO DE GOBIERNO										
EL PRESIDENTE DE LA																							
REPUBLICA COMENTA																							
SOBRE EL FINANCI-																							
MIENTO A LOS PARTI-																							
DOS POLITICOS	■			■									PRESIDENTE DE LA REPUBLICA										
EMPRESARIOS DENUN-																							
CIAN QUE LA MAYO-																							
RIA PRIETA MAYA																							
AUTORIZADO EL ALTO																							
PRESUPUESTO A LOS																							
PARTIDOS POLITICOS																							
CUANDO HAY GRA-																							
VES RESAGOS EN EL																							
PAIS	■				■								ORGANISMO EMPRESARIAL										
LA PAZ EN CHIAPAS NO																							
TIENE PECHA DICE EL																							
OBISPO DE SAN CRISTOBAL DE																							
LAS CASAS																							
ANUNCIA EL REGENTE CA-																							
PITALINO QUE SE DESTINA-																							
RA UN PARTIDO PARA ME-																							
JORAR EL EQUIPO Y LAS																							
PRESTACIONES EN EL CUER-																							
PO DE BOMBEROS	■			■									SERVIDOR PUBLICO										
EL DIRECTOR DE PEMEX																							
PROPONE AL CONSEJO DE																							
ADMINISTRACION DE LA																							
PARA ESTATAL UN PAQUE-																							
TE DE MEDIDAS DE SEGURI-																							
DAO PARA PREVENIR ACCI-																							
DENTES	■			■									SERVIDOR PUBLICO										

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	EDO	S PUBL.	E PRIV.	C SOC.	T ECON.	O POLIC.	R CULT - ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO CORRES PONSAL	COMENTARIOS AGENCIA CABLE	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
PIDE EL ORGANISMO CIVIL REUBICAR LA PLANTA DE COMBUSTIBLE DE SAN JUAN IGHUATEPEC.												ORGANISMO CIVIL										
63 DE LAS 1800 INDUS- TRIAS ACENTADAS EN EL ESTADO DE MEXICO SON DE ALTO RIESGO AFIRMA EL TITULAR DE SEGURIDAD PUBLICA EN LA ENTIDAD.												SERVICIOR PUBLICO										
PIDE EL CONGRESO DEL TRABAJO QUE SE FRENE LA RIESGA PARA QUE NO SE ENTROMETA EN POLITICA.												ORGANISMO OBRERO										
CASO RAUL SALINAS P.G.J.												ORG. ESTATAL										
MEXICANOS Y CUATEMALTECOS EN CALIDAD DE ESCLAVOS EN LOS EU.																						
FUERTE DISPOSIVO DE SEGURIDAD PREVE LA SSP PARA LA TEMPORADA NAVAL DE NA.												ORGANISMO ESTATAL										
REPORTE DE LA CONTAMINACION.												ORGANISMO ESTATAL										
BNV.												ORG. FINAN.										
CONFIRMA AUMENTO EN EL TRANSPORTE PUBLICO SE- CRETARIA DE TRANSPORTE.												ORGANISMO ESTATAL										
VINEROS ATRAPADOS EN PERU A CONSECUENCIA DE UN SIEMO.																						
700 MIL UTUS REGRESAN A SU PAIS.																						
FIDEL CASTRO NO ASISTIO A LA CUMBRE DE LA ALIMENTACION.																						
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL.																						
FUTBOL NAC DNAL.																						

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL O.F.	S. PUB. EDO.	E. PRIV.	C. SOC.	T. ECON.	O. POLIC.	R. CULT. - ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO CORRES PONAL	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
FUTBOL AMERICANO NACIONAL																					00:06:00 MIN
															PROMOCIONAL						00:00:30SEG
															PROMOCIONAL						00:00:30SEG
															PROMOCIONAL						00:00:10SEG
																			INFORMACION VIAL		00:01:00MIN
														COMPARECE EL SECRETARIO DE HACIENDA							00:02:50SEG
CAMPARECENCIA DEL SECRETARIO DE HACIENDA EN EL CONGRESO DE LA UNION										SERVIDOR PUBLICO									REPRESENTANTE DE LOS DELEGADOS DE LA BANCA VIA TELEFONICA		00:02:00 MIN
																					00:05:00MIN
COMPARECE EL TITULAR DE HACIENDA										SERVIDOR PUBLICO		R									00:02:45SEG
															PROMOCIONAL						00:00:20SEG
															COMERCIALES						00:01:45SEG
															COMERCIAL						00:00:45SEG
															COMERCIALES						00:01:10SEG
															PROMOCIONAL						00:00:10SEG
																			INFORMACION VIAL		00:00:45SEG
CRONICA CAMPARECENCIA DEL SECRETARIO DE HACIENDA										SERVIDOR PUBLICO											00:01:30SEG
EL PRESIDENTE DE LA REPUBLICA DESAYUNA CON UN GRUPO DE ECONOMISTAS INTERNACIONALES										PRESIDENTE DEL LA REP											00:03:00MIN
															REFORMA EN LOS PARTIDOS POLITICOS						00:01:40SEG
100 MIL REFUGIADOS LUTAN EN GUAYAMA EMPRENDE LA MARCHA A SU LUGAR DE ORIGEN																					00:02:00MIN

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	EDO.	S. PUBL.	E. PRIV.	C. SOC.	T. ECON.	O. POLIC.	R. CULT. - ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO (CORRES PONSAL CABLE)	AGENCIA	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
FIDEL CASTRO NO ASISTIO A LA REUNION DE LA FAD EN ITALIA																							00 01 10MIN.	
DESFILE DEL 20 DE NOVIEMBRE												EVENTO SOCIAL												00 01 25SEG.
																	COMERCIALES						00 01 30SEG.	
																	COMERCIAL I						00 01 10SEG.	
																	COMERCIALES						00 02 00MIN.	
																	PROMOCIONAL						00 00 25SEG.	
																	PROMOCIONAL						00 00 10SEG.	
																							INFORMACION VIAL	00 00 35SEG.
												SERVIDOR PUBLICO												00 01 25SEG.
SECRETARIO DE HACIENDA																								00 26 15SEG.
INFORMACION ECONOMICA																								
CONSEJO COORDINADOR EMPRESARIAL												ORGANISMO EMPRESARIAL	R											00 03 00MIN.
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL																								00 03 45SEG.
RESUMEN																								
¿IEGA EL SECRETARIO DE HACIENDA QUE LA BANCA CARESCA DE PERSONALIDAD JURIDICA												SERVIDOR PUBLICO												
SEGUIRE SIENDO NOTICIA ASEGURA REPRESENTANTE DE LOS DEUDORES DE LA BANCA												ORGANISMO CIVIL												
LA FALTA DE CONSENSO EN LOS PARTIDOS POLITICOS EN TORNO A SU FINANCIAMIENTO NO ES UNA RUPTURA AFIRMA EL CONSEJO COORDINADOR EMPRESARIAL												ORGANISMO EMPRESARIAL												
SANCIONES POR MAS DE 200 MILLONES DE PESOS HA APUESTO LA PROFECCION A COMERCIOS												SECRETARIA DE ESTADO												
SE REGISTRARON 5 SISMOS																								

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D.F.	ECON	S PUBL	E PRIV	C SOC	T ECON	O POLIC	R CULT - ESPEC	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR TERO	INFORMATIVO CORRES PONSAL	COMENTARIOS AGENCIA CABLE	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
SERVICIO SISMOLÓGICO NACIONAL												ORGANISMO DE SEGURIDAD										
LA ONU APRUEBA EL DESPLIEGUE DE FUERZAS MILITARES EN ZAIRE																						
PRESIDENTE DE LOS E.U. MANDA SUS CONDOLENCIAS A LAS VÍCTIMAS DEL SISMO EN PERU																						
NO LLEGO FIDEL CASTRO A LA REUNION DE LA FAO																						00 02 35SEG
																						00 01 20SEG
																						00 01 00MIN
																						00 01 40SEG
																						00 01 25SEG
																						00 00 10SEG
																						INFORMACION VAL
FIDEL CASTRO NO LLEGO A ROMA																						00 00 40SEG
ORGANISMO CIVIL PIDE SE CIERRE LA PLANTA DE PEMEX EN SAN JUAN XHUATEPEC												ORGANISMO CIVIL										00 03 31SEG
DIRECTOR DE PEMEX PROPONE PAQUETE DE SEGURIDAD												SERVIDOR PUBLICO										00 01 00MIN
FESTEJOS POR EL DIA DEL SOMBERO																						00 02 00MIN
AUMENTO EN LA TARIFA DEL "METRO" ANUNCIAS SECRETA RIO DE FINANZAS DEL D.F.												SERVIDOR PUBLICO										00 21 15SEG
																						00 00 20SEG
																						00 03 20SEG
																						00 00 10SEG
																						00 00 15SEG
																						INFORMACION VAL
																						00 01 00MIN

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL D F	EDG.	S PUB	E PRIV	C SOC	T ECON	Q POUC	R CULT - ESPEC	INTER- NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR	INFORMATIVO CORRES	AGENCIA CABLE	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
CANEROS EN MORELOS PRE- PARAN HUELGA												ORGANISMO CIVIL											00:01:00MIN	
VICEPRESIDENTE DEL CON- GRESO DEL TRABAJO PIDE FRENO A LA IGLESIA PARA QUE NO PARTICIPAR EN POLITICA												ORGANISMO OBRERO												00:03:00MIN
																LA IGLESIA DEBE PAGAR IMPUESTOS							00:02:00MIN	
PROCESO DE PAZ EN CHIAPAS																							00:02:00MIN	
LEGALES CASI COMO ESCLA- VOS EN LOS EU																							00:01:00MIN	
																							00:02:00MIN	
																							00:08:10SEG	
																							00:13:30SEG	
																							00:00:25SEG	
																							00:00:40SEG	
																							00:00:40SEG	
RESUMEN																								
EL REGENTE CAPITALINO ENTREGA RECONOCIMIENTOS A BOMBEROS EN SU DIA												SERVIDOR PUBLICO												
SE PEFUERZA LA SEGURIDAD EN PEMEX D -RANCO												ORGANISMO ESTATAL												
NINGUN USUARIO ESTA EXENTO DE PAGAR EL SERVICIO DE L -Z ELECTRICA STE												ORGANISMO ESTATAL												
NIEGA LA JERARQUIA CATO- LICA TENER RELACIONES CON EL PAN												ORGANISMO RELIGIOSO												

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	G. PUB.	E. PRIV.	C. SOC.	T. ECON.	O. POLIC.	R. CULT - ESPEC.	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO	INFORMATIVO	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.	
	D.F.	EDIC.										REPOR-	CORRES-	AGENCIA								
												TERO	PONSAL	CABLE								
LA SECRETARIA DE GOBERNACION NEGAA QUE EL EX-DIRIGENTE PETROLERO ESTE PRESO POR CUESTIONES POLITICAS											SECRETARIA DE ESTADO											
SECRETARIO DE ESTADO DE LOS EU AFIRMA QUE ENTRE SU PAIS Y EL NUESTRO EXISTE RELACIONES ESTABLES																					00 04 00MIN	
																					INFORMACION VIAL	00 01 00MIN
																					SECRETARIO DE RELACIONES EXTERIORES	00 13 40SEG
																					PROMOCIONAL	00 00 15SEG
																					PROMOCIONALES	00 02 59SEG
																					PROMOCIONAL	00 00 10SEG
																					INFORMACION VIAL	00 00 56SEG
LIBRO SOBRE EL "PAPA"												R										00 02 05SEG
PROFECO SANCIONA A COMERCIOS POR ALTERAR PRECIOS SIN PERMISO											ORGANISMO ESTATAL											00 02 00MIN
																						00 06 50SEG
																					PROCURADOR FEDERAL DEL CONSUMIDOR	00 06 50SEG
																					COMENTARIO ECONOMICO	00 07 56SEG
																					PROMOCIONAL	00 00 15SEG
																					PROMOCIONALES	00 08 45SEG
																					PROMOCIONAL	00 00 10SEG
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL																						
SEBOL DE E																						
FUTBOL MEX CANO																						00 06 00MIN

BODA DE EX

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL DF	EQ	S PUB.	E PRIV.	C SOC.	ECON	POLC.	CULT. ESPEC.	R	INTER-NACIONAL	DEPORTIVA	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO REPOR-TERO	INFORMATIVO CORPES AGENCIA	COMENTARIOS	COMERCIAL	EDITORIAL	SECCION ESPECIAL	ENTREVISTA	SERVICIO	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
												REGENTE CANACHO SOLIS											00 03 MIN
RESUMEN																							
LLEGA EL MINISTRO DEL MEDIO AMBIENTE A NUESTRO PAIS																							
CONVENCION DEL PAN													PARTIDO PO.										
DEUDORES DE LA BANCA AMENAZAN CON TOMAR LAS INSTALACIONES DE PETEX.													ORGANISMO CNYL										
EL DIRECTOR DE PEMEX COM- PARECERA ANTE EL CON- GRESO DE LA UNION													SERVIDOR PUBLICO										
DESFILE 20 DE NOVIEMBRE																							
VIAJE INTERNACIONAL DEL PRESIDENTE DE LA REP													PRESIDENTE DE LA REP										00 03 00 MIN
RESUMEN ENTREVISTAS																							
LOS VIAJES DEL PRIMER MANDATARIO TIENEN EL PROPOSITO DE ENTABLAR RELACIONES COMERCIALES													SERVIDOR PUBLICO										
SECRETARIO DE COMERCIO																							
SECRETARIO DE RELACIONES EXTERIORES EL PRESIDENTE EN SUS VIAJES TRATA TEMAS DE ESTADO													SERVIDOR PUBLICO										
REPRESENTANTE DE LOS DEUDORES DE LA BANCA AFIRMA QUE SEGURO SIENDO NOTICIA MIENTRAS NO SE RESUELVA EL CONFLICTO BANCO-DEUDORES																							
PRESTA ANUNCIA QUE RENUNCIARA A SU PARTIDO CREDITOS Y FINAL DEL PROGRAMA																							00 02 MIN TOTAL 02 59 10 SEG

7-NOV-86

MIGUEL ANGEL SANCHEZ DE ARMAS

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL	S E C T O R	INTERNACIONAL	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDUCTO	INFORMATIVO	COMENTARIO	COMERCIAL	SECCION	SERVICIO	PARTICIPACION	TIEMPO
	D.F.	GOB. PRIM. SOC. ECONO POLIC. CULT. ESPORT.	GENERAL	GENERAL		REPORTERO	CORRESPONDENCIA			EDITORIA ESPECIAL ENTREVISTA		CIUDADANA	APROX.
PÉRFILES DE LA NOTICIA									PROMOCIONAL				00:00:35
									PROMOCIONAL				00:00:20
DIARIO "REFORMA" PUBLICA UNA INVESTIGACION BASADA EN LOS LIBROS DE HACIENDA SOBRE LA SUPUESTA VENTA FRAUDULENTE DE FERTIMEX EN DONDE PARTICIPO EL GOBERNADOR DE COAHUILA.					PERIODICO			"TRAUDE FERTIMEX"					00:02:00
FESTAJOS EN EL ANGEL DE LA INDEPENDENCIA POR EL TRIUNFO DE LA SELECCION DE FUTBOL NACIONAL					FELICITACIONES								00:02:00
									PROMOCIONAL				00:01:00
									PROMOCIONAL				00:01:05
RESUMEN													
POSSIBILIDAD DE CAMBIAR EL CALENDARIO ESCOLAR POR LA CONTAMINACION REGENTE CAPITALINO					SERVIDOR PUBLICO	R							
ENTRA EN SU FASE I EL PLAN DE CONTINGENCIAS AMBIENTALES EN GUADALAJARA					DEPENDENCIA GUBERNAMENTAL								
EL GOBIERNO FEDERAL ANUNCIA PROGRAMAS PARA COMBATIR LA EXTREMA POBREZA					SERVIDOR PUBLICO	R							
ENTRO EN MARCHA EL PROGRAMA DE AJUSTE TRIBUTARIO IMPLEMENTADO POR LA SECRETARIA DE RELACIONES EXTERIORES					SECRETARIA DE ESTADO								02:03:45
									COMERCIAL				00:00:10
									PATROCINADOR				00:00:15
											INFORMACION VAL		00:01:30
									COMERCIAL				00:00:10
													00:01:05
FINANCIAMIENTO PARTIDOS POLITICOS					SERVIDOR PUBLICO								00:06:20
									COMERCIAL				00:09:15

NOTAS ECONOMICAS
PARA PARTIDOS POLITICOS

***MONITOREO REALIZADO PARA EL CAPITULO IV**

MONITOR 28 Y29 DE AGOSTO DE 1996

PARA EMPEZAR 6 Y 7 DE AGOSTO DE 1996

AL MOMENTO TERCERA EMISION 15 Y 16 DE AGOSTO 1996

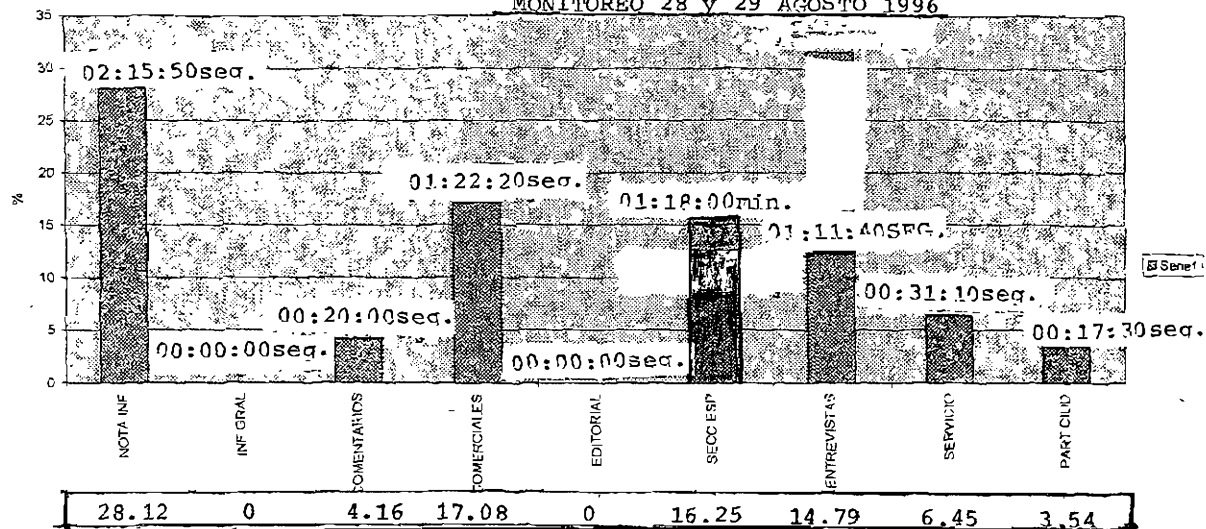
A CONTINUACION SE PRESENTAN LAS GRAFICAS DEL ANALISIS.

NOTA INFORMATIVA	NACIONAL EDO.	S E C T O R GOB. PRIV SOC ECONO POLIC. CULT	INTERNACIONAL	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	COMBUSTIVO REPOR.	INFORMATIVO CORRESPON AGENCIA SAL INFOR.	COMENTARIO	COMERCIAL	SECCION EDITORA ESPECIAL ENTREVISTA	SERVICIO PARTICIPACION CIUDADANA	TIENE APLIC
									PROMOCIONAL			00 00 30
									PROMOCIONAL			00 00 30
									PATROCINADOR			00 00 20
									COMERCIAL		INFORMACION USAL	00 00 20
								"FINANCIAMIENTO DE LOS PARTIDOS POLITICOS"				00 01 50
					GOBIERNO FEDERAL							00 00 60
PROGRAMA PARA CONTRARESTAR LA EXTREMA POBREZA GOB DE LA REP												00 02 15
								"SUBSIDIOS PARA COMBATIR LA EXTREMA POBREZA"				00 04 05
									PROMOCIONAL			00 00 30
RESUMEN					DEPEN DE GOB							
CATEDO CASA RAUL SALINAS												
DESAPARECEN LOS CONCEJEROS CIUDADANOS REGENTE CAPITALINO					GOB DEL D F							
SE DESINCORPORA EL SERVICIO DE CRUJAS DE LA POLICIA S S P					SECRETARIA DE ESTADO							00 01 00
									PATROCINADOR			00 00 10
									COMERCIAL		INFORMACION USAL	00 00 20
								"CAMPANA DE LA SHCP PARA LA RECAUDACION DE IMPUESTOS"				00 01 50
												00 12 40
									PROMOCIONAL			00 00 20
									PROMOCIONAL			00 00 20
									PATROCINADOR			00 00 10
RESUMEN												
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL												
FINANCIAMIENTO PARTIDOS POLITICOS PRESIDENTE ZEDILLO					PRESIDENTE DE LA REP	R						
ELECCIONES EPO MEX					NO ESPECIFICADO	R						
INSTITUTO ESTATAL ELECTORAL					ORGANO ESTATAL							
EMPRESA CONTADORA DE VOTOS					NO ESPECIFICADO							

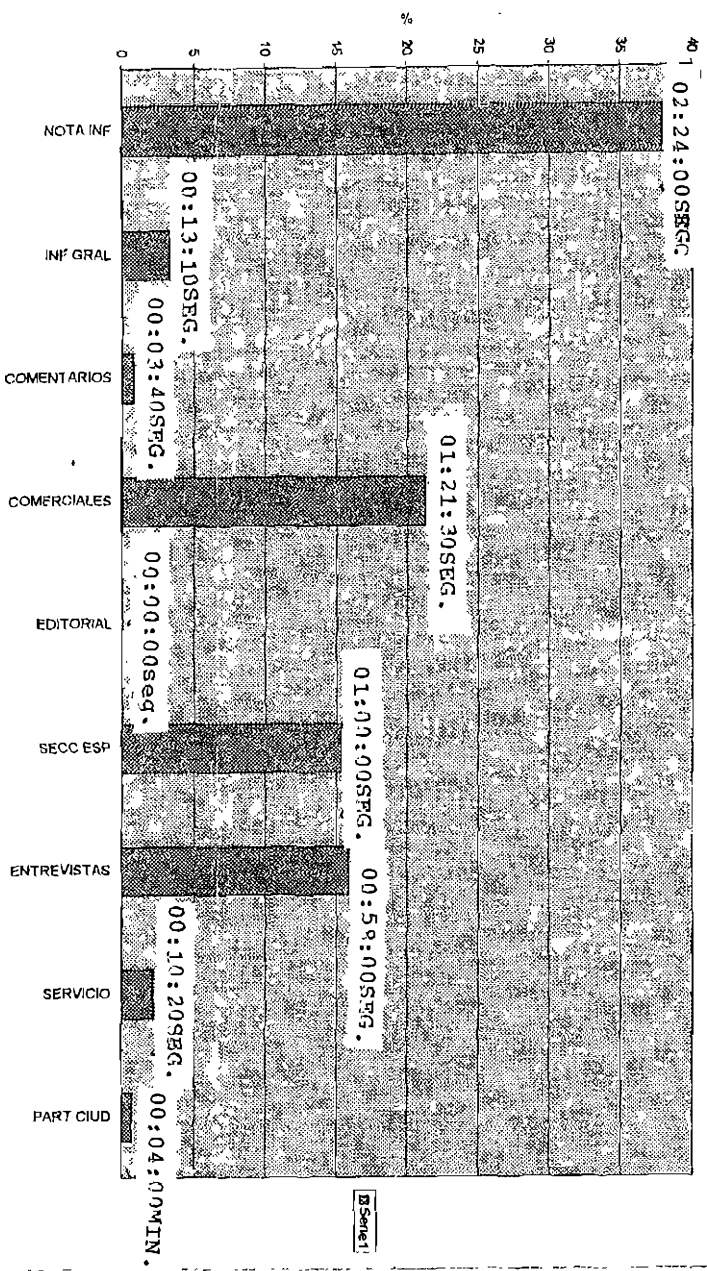
NOTA INFORMATIVA	NACIONALIDAD	SECTOR					INTERNACIONAL	INFORMACION GENERAL	FUENTE INFORMATIVA	CONDICION REPORTE	INFORMATIVO CORRESPONDENCIA AGENCIA	COMENTARIO	COMERCIAL	SECCION EDITORIA ESPECIAL	SERVICIO ENTREVISTA	PARTICIPACION CIUDADANA	TIEMPO APROX.
		GOB.	PRIV.	SOC.	ECONOMIA	POLICIA											
DIRECTOR DE REMEX								SERVIDOR PUBLICO									
VENTA DE PETROLEO								SERVIDOR PUBLICO	R								
MINISTRO DE PORTUGAL										C							
PRESIDENTE DE LA REPUBLICA ASISTE AL FORO INTERNACIONAL DE DESARROLLO ASIA-PACIFICO										C							
COMISION DE SEGUIMIENTO DEL PROCESO DE PAZ EN CHIAPAZ									R								
EL GOBIERNO MEXICANO FELICITA A CLINTON POR SU REELECCION								GOB. DE LA REP.									
SELECCION MEXICANA DE FUTBOL								DIR. TEC. EQUIPO									
PRESIDENTE DEL EQUIPO DE FUTBOL VEINICRUZ PENALIZADO POR LA COMISION DISCIPLINARIA								NO ESPECIFICADO									
MUNDIAL DE FUTBOL COREA Y JAPON								NO ESPECIFICADO									
BOX MEXICANO								BOXEADOR MEX.	R								00 12 27:58
												PATROCINADOR					00 00 10:51
												PATROCINADOR					00 00 20:55
																	00 00 50:00
CASO PAUL SKELNIN CATED A UNA DE SUS PROPIEDADES								CATED	R								00 12 40:33
CELEBRACION EN EL ANGEL DE LA INDEPENDENCIA								CELEBRACION	R								00 07 05:50
																	00 00 20:55
																	00 00 25:53
																	00 00 25:53
																	00 21 30:55
																	00 00 30:55
																	00 02 35:58
CAIDA DE INGRESOS PETROLEOS MEX								DEPENDENCIA GOB.									00 04 00:00
																	00 04 00:00
																	00 00 30:55

MONITOR (DURACION 8HRS IGUAL AL 100%)

MONITOREO 28 y 29 AGOSTO 1996



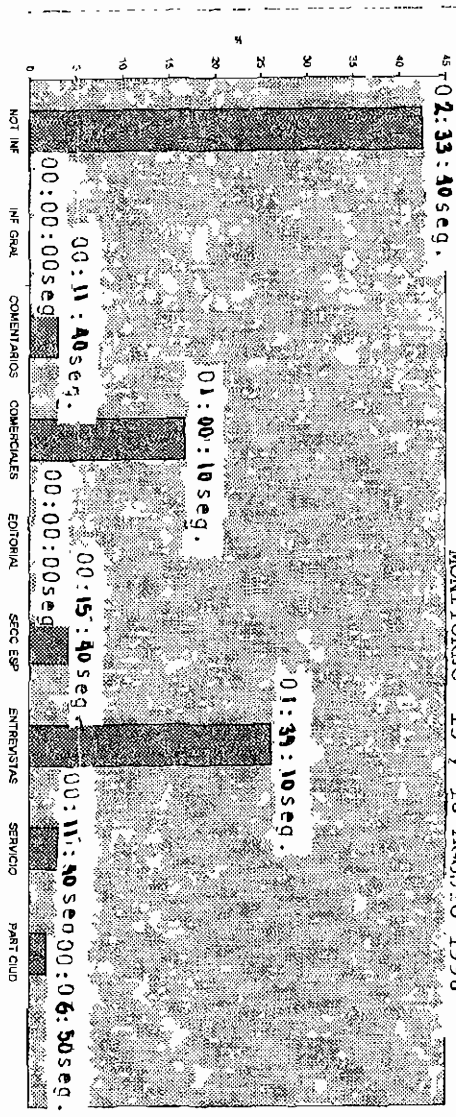
PARA EMPEZAR (DURACION 6 HRS 20 MIN. IGUAL AL 100%)
 MONITORIO 6 Y 7 AGOSTO 1996



Valor en %	38.91	3.51	.81	21.89	0	16.21	15.67	2.70	1.08
------------	-------	------	-----	-------	---	-------	-------	------	------

B-Series

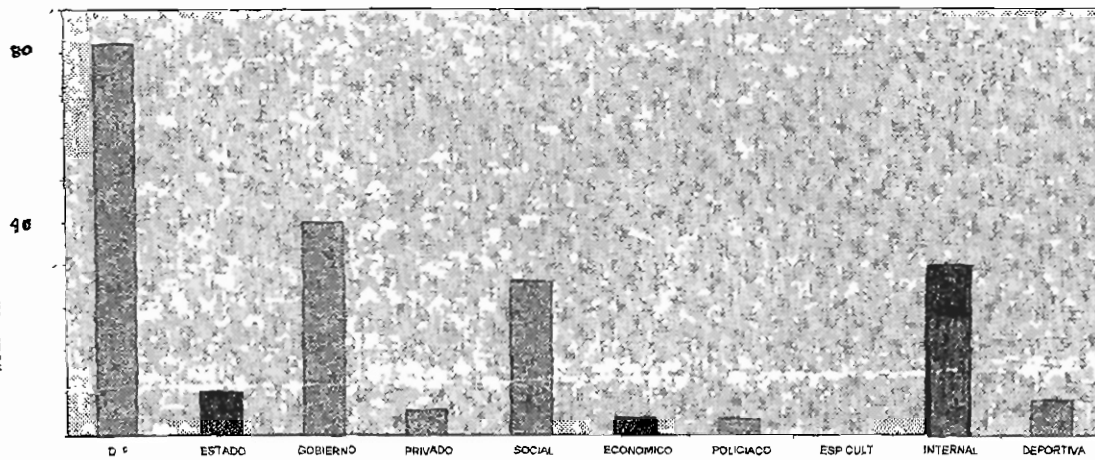
AL MOMENTO 3A EMISION (DURACION 6 HRS, IGUAL AL 100%)
 MONITOREO 15 Y 16 AGOSTO 1996



Valor en %	42.50	0	3.05	14.46	0	4.16	26.11	3.05	1.66
------------	-------	---	------	-------	---	------	-------	------	------

Suma

AL MOMENTO 3a EMISION (TOTAL DE NOTICIAS 130 IGUAL AL 100%)



Nacional.
Sector
Intern.
Deport.

86

18

45

10

30

8

4

0

32

10

Series1

C U E S T I O N A R I O
(ENTREVISTAS)

- 1.- Desde su punto de vista ¿ cuál es su opinión de la radio capitalina en torno a su papel de medio informativo durante los últimos 15 años ?
- 2.- ¿ Considera que los resultados de los sucesos de 1985 (el sismo) y de 1988 (las elecciones presidenciales) son factores claves para que la sociedad civil otorgara su voto de confianza a la radio como medio informativo ? si es así ¿ a qué lo atribuye ?
- 3.- ¿ Es la radio actualmente el medio de información con mayor grado de credibilidad entre la población capitalina en comparación con la prensa y la televisión ? si es así ¿ qué importancia tiene para el escucha y para dicho medio en general ?
- 4.- ¿ Considera usted que los radionoticiarios en los últimos 10 años (1985-1995) han sido pieza clave en la apertura informativa del medio radiofónico ? si es así ¿ cómo han contribuido y en que dirección ?
- 5.- ¿ Qué opina de la elaboración de los noticiarios que existen en la actualidad con los que se producían anteriormente (1970-principios de 1980) ?
- 6.- ¿ Considera que el avance en la producción de programas informativos se debe ala responsabilidad desinteresada por los dueños del medio para mantener bien informada a la sociedad o responden a intereses particulares de carácter político y comercial por parte de sus propietarios ?
- 7.- En este sentido ¿ son los radionoticiarios voceros de grupos de poder o auténticos espacios infoamativos y de reflexión a los cuales el ciudadano puede acudir para conocer su acontecer social ?
- 8.- Desde su punto de vista ¿ qué opina sobre la gama de radionoticiarios que ofrece el cuadrante capitalino; se puede hablar en este sentido de una variedad de opciones en la actualidad ? y si es así

¿ cuál es la repercusión para el medio radial y su auditorios desde el punto de vista informativo ?

..'

- 9.- ¿ Considera acerado el hablar de un nuevo boom, resurgimiento o revitalización de la radio capitalina ? si es así ¿ qué papel han desempeñado los radionoticiarios en dicho fenómeno ?
- 10.-¿ Cree usted que existen en la actualidad una abundancia y variedad de voces críticas y plurales en las emisiones de programas informativos ? y si es así ¿ son suficientes para hacer de la radio capitalina una opción informativa confiable; benefician o no al cuadrante en su avance hacia la democratización del medio ?
- 11.-¿ Cree que la gama de comunicadores que dirigen radionoticiarios han dado una nueva visión en la elaboración de programas informativos y de opinión ?
- 12.-¿ Qué papel juega la opinión, el análisis y la reflexión del conductor y sus colaboradores para hacer de los radionoticiarios programas con un alto grado de preferencia entre el público ?
- 13.-¿ Considera usted que los tres elementos antes señalados (opinión, análisis y reflexión) son en la actualidad los ingredientes fundamentales en la elaboración de los programas informativos; esto es, se ha desplazado a la información como el elemento principal en la producción de radionoticiarios ?
- 14.-¿ Cree usted que de la gama de comunicadores existentes en el cuadrante capitalino puede denominarceles a una buena parte de ellos como líderes de opinión ? ¿ cuál es su opinión al respecto ?
- 15.-¿ Son para usted José Gutiérrez Vivó, Pedro Ferriz de Con y José Cárdenas líderes de opinión ? si es así ¿ cómo los describe a cada uno de ellos?
- 16.-¿ A qué atribuye que dichos comunicadores sean denominados como líderes de opinión por las personas que atienden sus espacios informativos ?

- 17.- Desde su punto de vistas ¿ qué características debe cumplir un líder de opinión en los radionoticiarios para ser considerado como tal ?
- 18.-¿ Considera elementos fundamentales la trayectoria y preparación profesional del comunicador, su forma de interactuar con los radioescuchas y la tendencia para tratar los temas noticiables en la adquisición de su estatus como líder de opinión ?
- 19.-¿ Es importante la fuerza e importancia que tiene la cadena radiofónica a la cual pertenecen los citados comunicadores para reforzar la idea de su liderazgo de opinión ?
- 20.-¿ Los citados comunicadores son muestra representativa de una nueva forma de hacer periodismo radiofónico? si es así ¿ cuáles son las principales características que definen a dicho estilo?
- 21.-¿ Qué opina de la participación de éstos y otros comunicadores líderes de opinión en este nuevo boom o revitalización de la radio de la Ciudad de México ?
- 22.-¿ Cree usted que el avance mostrado por la radio es suficiente para hablar de una democratización y uso social satisfactorio o hacen falta cambios más profundos ?

...)