

2ej.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA FUNCION SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MEXICO IMER . RADIO RED

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

P R E S E N T A :

MIRIAM CARRILLO VIZCARRA

DIRECTOR DE TESIS: LIC. BENJAMIN CHAGOYAN GARCIA



MEXICO, D. F.

1999

273841

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis 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.

**AGRADEZCO MUY ESPECIALMENTE A MIS
PADRES CON TODO CARÍÑO Y RESPETO POR
HABERME APOYADO SIEMPRE EN TODO
MOMENTO.**

DR. ALFONSO CARRILLO RIVERA

ARQ. ARACELI VIZCARRA CABALLERO

**AGRADEZCO A EL
LIC. BENJAMÍN CHAGOYAN GARCÍA**

**QUE CON PACIENCIA ME BRINDÓ SU APOYO
PROFESIONAL PARA LA ELABORACIÓN DE ESTA
TESIS**

AL HONORABLE JURADO

LIC. DELIA CROVI DRUETTA

LIC. BENJAMÍN CHAGOYAN GARCÍA

LIC. JUAN PEDRO ANTONIO CHÁVEZ

LIC. ROLANDO CHÁVEZ MORENO

LIC. BLANCA AUDIRAC VELÁZQUEZ

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

- 1.1. La Corriente Funcionalista
 - 1.1.1. Funciones de los Medios de Comunicación
- 1.2. Teorías de la Comunicación Social
- 1.3. Surgimiento de la Radio
- 1.4. Desarrollo de la Radio en México
- 1.5. Reglamentación de los Medios
 - 1.5.1. La Centralización de la Industria Radiofónica
 - 1.5.2. El Derecho a la Información (1977-1980)

CAPÍTULO II. LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

- 2.1. Estudios sobre la Radio en México
- 2.2. Estudios de la Radio a Través del Tiempo
- 2.3. La Función Social de la Radio
- 2.4. Surgimiento de la Función Social
- 2.5. Causas de la Función Social
- 2.6. Alcances de la Función Social en la Solución de Problemas

CAPÍTULO III. ANTECEDENTES Y FUNCIÓN SOCIAL DE DOS CADENAS RADIOFÓNICAS

- 3.1. Instituto Mexicano de la Radio (Imer)
 - 3.1.1. Contenido Social
 - 3.1.2. Contenido Económico y Comercial
 - 3.1.3. Contenido Político
 - 3.1.4. Contenido Noticioso
- 3.2. Grupo Red
 - 3.2.1. Contenido Social e Informativo
 - 3.2.2. Contenido Económico y Comercial
 - 3.2.3. Contenido Político

CAPÍTULO IV. PERSPECTIVAS DE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

- 4.1. La Creciente Función Social y la Radio en la Ciudad de México
- 4.2. Problemas Económicos y la Radio
- 4.3. Problemas Sociales y la Radio
- 4.4. Problemas Políticos y la Radio

CONCLUSIONES

BIBLIOGRAFÍA

INTRODUCCIÓN

Los medios de comunicación masiva, son una industria que ha tenido gran trascendencia en la sociedad debido a que han creado ciertas funciones para con la audiencia. Generalmente estas funciones responden al entretenimiento, a la información, y a la conformación de la nacionalidad.

Ante estas circunstancias, los medios han establecido un contacto importante con la sociedad como transmisores de la información y del esparcimiento. Sin embargo y como consecuencia de la problemática en la que se encuentra México, la sociedad no se ha conformado con tener nada más información y entretenimiento, sino que ha solicitado mayor atención, foros de expresión de sus ideas, opiniones y problemas.

En esta necesidad social, la radio ha basado su contenido en los últimos doce años; no ha dejado de lado el entretenimiento, sino que ha abierto nuevos espacios para que se establezca la comunicación con la sociedad

Una sociedad mexicana necesitada de ser activa y de actuar en contra de irregularidades e injusticias, es la que ha generado que la radio, medio de comunicación masiva, establezca espacios para escuchar a su auditorio y ofrecerle apoyo o ayuda para la solución de sus problemas.

Es decir, que a diferencia de otro medio de difusión, como la Prensa y la Televisión, la radio actúa inmediatamente y si las personas no se atreven a dar la cara por algún caso penoso, tienen la ventaja de que a través de este medio pueden recibir ayuda o expresar su opinión.

Ante la necesidad de denuncia de los problemas que aquejan a la sociedad de la Ciudad de México, la radio se ha consolidado como un medio que difunde y está atenta a todo lo que sucede alrededor de los capitalinos, para ofrecerles ayuda a través de su contenido

Bajo esta visualización, se pretende llevar a cabo una investigación acerca de la creciente función social que se ha manifestado en la radio, con el objetivo de describir la función social de la radio y el acrecentado acercamiento de la sociedad con las emisoras radiofónicas que ejercen dicha función

Esta investigación se sustenta en la hipótesis de que el carácter social de la radio en la Ciudad de México, es el resultado de la necesidad propia de los ciudadanos por estar no solamente entretenidos con la programación musical, sino además por su interés en estar enterados de diversos aspectos de tipo social, económico, político y acerca de los problemas propios de la gran ciudad

Para poder comprobar esta hipótesis, el trabajo de investigación se divide en cuatro capítulos que se consideran necesarios para corroborar y comprender la función social que ejerce la radio de la Ciudad de México, además de poder responder al planteamiento específico del problema: ¿Cuáles son las causas de la creciente función social de la radio en la Ciudad de México?

Por ello, el objetivo del primer capítulo es dar un marco teórico y conceptual al exponer la corriente funcionalista aplicada a los medios de comunicación y también, describir los antecedentes de la radio con el propósito de enmarcar teórica, conceptual y contextualmente a este medio.

El segundo capítulo tiene como objetivo, el describir a la función social y el desarrollo que ésta ha tenido en la Ciudad de México, mencionando para ello su definición, antecedentes, causas y alcances, con la finalidad de poseer las herramientas necesarias que permitan poder aplicar este término al análisis y descripción de la programación de algunas emisoras radiofónicas.

Así, en el tercer capítulo se pretende describir los antecedentes y los contenidos de dos grupos radiofónicos el Instituto Mexicano de la Radio y Radio Red, quienes fueron radiodifusoras pioneras en ejercer la función social. Este capítulo se elabora con la finalidad de obtener información a través de entrevistas realizadas a colaboradores de ambos grupos que puedan ayudar a corroborar que la función social de la radio se debe a la necesidad propia de la sociedad.

Finalmente, en el último capítulo se describen las perspectivas que se observa, tendrá la radio en cuanto a su función social. Este capítulo es una recopilación de ideas basadas en la descripción de la programación, hecha en el anterior capítulo.

En forma general este trabajo de investigación, se basa en darle el justo valor a la creciente función social que ejerce la radio, pues esta función no es un aspecto que deba dejarse de lado, sobre todo porque seguirá creciendo, conforme se sigan suscitando problemas, pues la mayor trascendencia de la función social se debe sin duda a que la sociedad precisa un foro de expresión en el cual se escuchen sus denuncias, problemas y dudas, además de que se agilice la solución de éstos

La función social seguirá extendiéndose a otros medios de comunicación, ya que la sociedad así lo pide, pero por lo pronto en la radio, este carácter se ha mantenido desde la década pasada y se está consolidando, en los albores del siglo XXI.

I

MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

CAPÍTULO I. MARCO TEÓRICO Y CONCEPTUAL

La radio es uno de los medios de comunicación masiva que permite además en la actualidad expresarse con el resto de la población.

A la par de otros medios masivos de comunicación como la prensa o la televisión, la radio ha tenido transformaciones y cambios en los intereses que manifiestan actualmente la sociedad

Puesto que este medio es un instrumento de comunicación de interés para la sociedad a la que llega el mensaje radiofónico, tanto por las características que tiene como medio, como por la función que ejerce sobre la audiencia, es preciso estudiar a la radio desde su desarrollo mundial, hasta su llegada y crecimiento en México

Para poder sustentar el presente trabajo de investigación, es preciso, antes de describir al medio de interés para esta tesis, analizar la corriente funcionalista desde el punto de vista sociológico y su trascendencia dentro de las teorías de comunicación masiva, con el propósito de tener bases teóricas para detallar la función social de la radio en México, objetivo principal de este trabajo.

1.1. LA CORRIENTE FUNCIONALISTA

Al considerar que la radio tiene una función social que cumplir, es necesario basar este trabajo en la teoría funcionalista establecida por el sociólogo Talcott Parsons quien describe la acción social en su adherencia a los modelos de valor interiorizados e institucionalizados. Es decir, que dicho planteamiento "Se centra en los procesos de socialización a través de los cuales los actores sociales internalizan las normas, valores y reglas adecuadas para ajustarse y adaptarse de manera eficaz a las tareas asignadas en el proceso de reproducción de las relaciones sociales de producción capitalistas" ¹

Lo anterior refiere que el planteamiento funcionalista comprobado por Parsons, considera al sistema social en su globalidad como un sistema cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema; es por ello que esta teoría evalúa las funciones que conllevan a la integración de los actores sociales a su labor desempeñada; y las disfunciones o desviaciones de las normas establecidas que pudieran producir efectos de perturbaciones en el orden social vigente

El funcionalismo argumenta que hay "Funciones (o disfunciones) indirectas además de directas; por último las funciones (o disfunciones) pueden ser manifiestas o latentes: son manifiestas las deseadas y reconocidas; latentes las funciones o disfunciones no reconocidas ni conscientemente deseadas" ²

¹ Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. INTRODUCCIÓN A LA PEDAGOGÍA DE LA COMUNICACIÓN, Ed Trillas, UAM, México, 1990, pág. 18

² Wolf, Mauro. LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, Ed Paidós, 2ª reimpresión en México, 1992, pág. 72

Esta corriente busca conocer el funcionamiento de las instituciones en el contexto social. La humanidad tiene necesidades, unas muy generales como la alimentación u otras más particulares. Para satisfacerlas se cuenta con instituciones que la misma sociedad ha creado de acuerdo a sus necesidades. En esta idea del funcionalismo se manifiesta que no todas las instituciones "Desempeñan una función social indispensable". Se piensa que los medios de comunicación deben ser estudiados desde el punto de vista de su capacidad para cubrir sus diferentes necesidades o ayudar al buen funcionamiento de sus funciones".³

Lo anterior señala que el análisis funcional "Se ocupa de examinar aquellas consecuencias de los fenómenos sociales que afectan el funcionamiento normal, a la adaptación o al ajuste de un sistema dado: individuos, grupos, sistemas sociales y culturales".⁴

Para poder saber a qué fenómenos sociales se puede aplicar el análisis funcional, Merton señala que el requisito básico es "Que el objeto del análisis represente un tema estandarizado (es decir, normativo y repetitivo), por ejemplo: misiones sociales, pautas institucionales, procesos sociales, organización de grupo, estructura social, dispositivos para el control social, etc." ⁵

Empero, este requisito básico refiere un campo de análisis muy amplio, por lo cual es necesario en la aplicación del análisis funcional a las comunicaciones de masas, especificar los tipos de tema estandarizados que se estudiarán.

³ Paoli, José Antonio. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. PERSPECTIVAS TEÓRICAS, Ed Trillas, 4ª reimpresión, México, 1987, pp. 19-21.

⁴ Merton, R K Social Theory and Social Structure Citado por De Moragas, Miguel SOCIOLOGÍA DE LA COMUNIDAD DE MASAS pág 71.

⁵ Ibidem, pág 30

En la década de los veinte, investigadores, teóricos en sociología y posteriormente en comunicación, desarrollaron los diferentes conceptos propios del planteamiento funcionalista; uno de sus principios fundamentales se refiere a las funciones y las instituciones. Lo expuesto, permite notar la gran importancia que el funcionalismo otorga a la "función" que las instituciones deben cubrir y satisfacer en la sociedad.

Con el fin de completar dicha idea, es necesario hablar del equilibrio y del conflicto, "... en las diferentes sociedades se manifiestan por encontrar su equilibrio en sus distintas funciones y el análisis de sus varios elementos, son de mucha importancia para el funcionalismo y sus teorías en comunicación. Los problemas que se presentan en las funciones desarrolladas por el hombre, tienden hacia un perfeccionamiento de las mismas y estos problemas o conflictos, son elementos centrales para mantener el orden y el equilibrio de éstas. Además, para algunos autores, el conflicto es un elemento importante del análisis. Los conflictos no son atribuidos a los hombres sino a los medios, quienes afectan y modifican al hombre".⁶

Como se puede observar el funcionalismo aplicado a los medios es una teoría que basa su estudio en la vigilancia de cómo se interactúa es sistema de los medios en relación con el resto de los sistemas (sociales, políticos, religiosos, escolares, laborales, etc.)

⁶ Ibidem, pág 209

Cuando se habla del funcionalismo como teoría de la comunicación, se puede entender como “El método que explica los fenómenos sociales a partir de la función que ejercen en el conjunto de instituciones existentes.”⁷

Es decir que el funcionalismo es el estudio que los medios ejercen en el resto de las instituciones existentes: público en general, empresas, organizaciones civiles, etc.

Por el término función puede quedar entendida la definición dada por el diccionario y que dice “Actividad, acción, y ejercicio de un empleo, facultad u oficio. /Social: papel desempeñado por una parte del cuerpo social”⁸

Con el propósito de que se pueda dar una conceptualización del término función social, a continuación se aborda la definición de la palabra. social “Relativo a la sociedad o a las clases sociales.- relativo a una compañía o sociedad o a los socios o compañeros, aliados o confederados”⁹

De este modo quedará entendido que la función social de los medios, es el ejercicio que está desempeñado con relación hacia la sociedad

Así, la función social entonces, es lo que en este caso ejerce la radio (medio de comunicación) con la sociedad. Es una actividad a favor de quien vive en sociedad.

⁷ DICCIONARIO LAROUSSE Ed Larousse, edición 1996, pág 421

⁸ *Ibidem*, pág 419

⁹ *Ibidem* pág 973

El término funcionalismo no es lo mismo que función social, eso debe quedar claro, pues el primer término es una teoría que precisamente explica y puede entender cómo se da la función social (una de tantas funciones de los medios de comunicación) en relación con las otras instituciones que conforman el sistema social

Como función social se entiende la manera en que los medios pueden proporcionar, orientar, o dirigir al grueso de la población a una determinada forma de conducta en su beneficio así como prevenir desavenencias o adversidades existentes en un determinado tiempo, espacio y lugar.

A lo largo de la presente investigación en la que se destaca la función social de la radio, se evidencia precisamente el equilibrio y el conflicto que existe en la radiodifusión mexicana. En tanto, es preciso retomar otros aspectos del funcionalismo aplicado a los medios de comunicación masiva.

"El inventario de las funciones está relacionado con cuatro tipos de fenómenos comunicativos distintos: a) la existencia del sistema global de las mass media en una sociedad, b) los tipos de modelos específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, televisión, etc.); c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos medios, d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media".¹⁰

En sí, el planteamiento funcionalista, referido a los medios de comunicación masiva puede resumirse, en el estudio hecho por Lazarsfeld y Merton, quienes lo exponen en los siguientes términos:

¹⁰ Wolf, Mauro Op Cit pág 74

- a) Los medios de comunicación masiva, atribuyen a sus protagonistas status social y prestigio; esto es debido a que la sociedad tiene la necesidad de que hayan personas, instituciones, que se destaquen de la masa anónima. "Tales medios confieren prestigio y fortalecen la autoridad de individuos y grupos al legitimizar su status".¹¹
- b) Los medios de comunicación masiva tienen la función de dar a conocer normas sociales a través de su información, "Cuando una sociedad pasa de tradicional a industrial y compleja, los medios masivos adquieren una nueva función. la de refuerzo de las normas sociales (a veces, llamada moralización). Los medios masivos revelan al público las derivaciones de las pautas grupales, costumbres y leyes y, por lo tanto, propenden a una modalidad única".¹²
- c) Asimismo, Lazarsfeld y Merton, mencionan que las disfunciones son importantes, en este caso, existe una que es la principal, la narcotizante. "La función narcotizante de los medios masivos se basa en la propensión humana a sustituir el hacer por el conocer" ¹³ Dicha narcotización es la acumulación (de los medios masivos surge) de datos acerca de los problemas sociales y la sustitución de la acción social por esta conciencia o conocimiento

¹¹ Lazarsfeld y Merton, citados por Blake, Reed y Haroldsen, Edwin en TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN, Ed Nuevomar, 4ª reimpression, México, 1988, pág 93

¹² Ibídem, pág 91

¹³ Ibídem, pág 94

Con este esquema del funcionalismo como teoría dentro de los medios de comunicación masiva, es preciso describir las funciones que ejercen dichos medios, con el propósito de entender más acerca de este planteamiento.

1.1.1. FUNCIONES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

Los medios funcionan, en este caso para la sociedad, pero llevan en su hacer, funciones de entretenimiento, de información, y de educación. Cada medio de comunicación actúa como un subsistema dentro del sistema comunicación que a su vez forma parte del gran sistema social.

Ver esquema 1.



NOTA Este esquema solo es un ejemplo de como estudia el funcionalismo al sistema social. No se han puesto todos los sistemas que forman parte de este sistema social, porque se intenta delimitar lo más posible el presente trabajo.

El estudio de las funciones de los medios de comunicación es un objetivo concreto para los estudiosos del funcionalismo en la comunicación de masas, debido a que es importante conocer la motivación que lleva a utilizarlos como medios de comunicación que ambos extremos son agentes activos en el proceso de comunicación.

"En consecuencia, esta versión consta de dos elementos principales: el tipo determinado de actividad que realizan los medios de comunicación (la < tarea > de

los medios de comunicación), que puede determinarse con mayor o menor objetividad, y una exposición de los objetivos, valores, servicios o fines, que aporta uno u otro de los usuarios o supuestos beneficiarios".¹⁴

Dentro de las principales funciones a analizar sobre los medios de comunicación, se detectan cuatro: "1) Vigilancia del ambiente. 2) Contribución a que la sociedad responda a su ambiente. 3) Transmisión de la herencia social a nuevos miembros de la sociedad. 4) Entretenimiento" ¹⁵

a) La primera función (vigilancia del ambiente), se refiere a reunir y distribuir información a la sociedad sobre acontecimientos tanto externos como internos. Esta función es informar a la sociedad.

Para cumplir con la función informativa es necesario:

"•Recoger información de probable interés y significación para la audiencia.

- Seleccionar, procesar y difundir esta información
- Educar al público en general" ¹⁶

b) La contribución a que la sociedad responda a su ambiente se basa en los puntos siguientes:

- Exponer la opinión editorial
- Aportar datos esenciales y comentarios.
- Hacer de crítico o de vigilante de quienes detentan el poder
- Manifestar o reflejar la opinión pública.
- Proporcionar una plataforma o foro para los distintos puntos

¹⁴ Mc Quail, Denis INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. Ed Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1983, pág. 90

¹⁵ Black, Reed y Haroldsen, Edwin Op. Cit pág. 87

¹⁶ Mc Quail, Denis Op Cit pag 99

de vista".¹⁷

Laswell llama a esta función "Concordancia de las partes de la sociedad en respuesta al ambiente",¹⁸ y comúnmente se le puede conocer como actividad editora o propaganda.

c) La transmisión de la herencia social, se refiere a una actividad educativa, a la comunicación de información, valores y normas sociales de una generación a otra. Esta función se basa en los siguientes puntos:

- "• Exponer y reflejar la cultura y los valores predominantes en el plano nacional, regional y local.
- Dar voz a la cultura y valores de los concretos subgrupos que hay dentro de la sociedad".¹⁹

d) Entretenimiento, es la última función adherente a los medios de comunicación y se basa en los actos que persiguen ante todo la distracción. Es decir

- "• Complacer a la audiencia con entretenimientos, diversiones, etc.".²⁰

Para poder identificar realmente las funciones y disfunciones de los medios de comunicación, es preciso observar el siguiente cuadro:

¹⁷ Idem

¹⁸ Laswell, citado por Blake y Haroldsen Op. Cit pág 87

¹⁹ Mc Quail, Denis Op Cit pág 99

²⁰ Idem

INVENTARIO PARCIAL DE LAS FUNCIONES DE LAS COMUNICACIONES DE MASAS
Sistema bajo Consideración

	<i>SOCIEDAD</i>	<i>INDIVIDUO</i>	<i>SUBGRUPOS ESPECÍFICOS (por ejemplo elite política)</i>	<i>CULTURA</i>
1. ACTIVIDADES DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS: VIGILANCIA (INFORMACIÓN)				
Funciones (manifiestas y latentes)	<p>Advertencia: Peligros naturales Ataque: guerra</p> <p>Instrumental: Información esencial para la economía y otras instituciones</p> <p>Moralización</p>	<p>Advertencia Instrumental</p> <p>Aumenta el prestigio: Liderazgo de opinión</p> <p>Otorgamiento de status</p>	<p>Instrumental: Información útil para el poder</p> <p>Revela: Conocimiento de comportamiento subversivo y desviado</p> <p>Maneja la opinión pública: Monitores Controles Legitimiza el poder: Otorgamiento de status</p>	<p>Ayuda al contacto cultural Ayuda al crecimiento cultural</p>
Disfunciones (manifiestas y latentes)	<p>Amenaza la estabilidad: Noticias de sociedades "mejores"</p> <p>Alimenta el pánico</p>	<p>Ansiedad Repliegue sobre sí mismo Apatía Narcotización</p>	<p>Amenaza el poder Noticias sobre la realidad Propaganda "enemiga" Revelaciones públicas</p>	<p>Permite la invasión cultural</p>
2. ACTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS: CONCORDANCIA (SELECCIÓN, INTERPRETACIÓN Y NORMATIVIDAD EDITORIALES)				
Funciones (manifiestas y latentes)	<p>Ayuda a la movilidad</p> <p>Impide las amenazas a la Estabilidad social</p> <p>Impide el pánico</p>	<p>Proporciona eficiencia: Asimilación de noticias</p> <p>Impide: Sobrestimulación Ansiedad Apatía Repliegue sobre sí mismo</p>	<p>Ayuda a conservar el poder</p>	<p>Impide la invasión cultural</p> <p>Mantiene el consenso cultural</p>
Disfunciones (manifiestas y latentes)	<p>Aumenta el conformismo social: Impide el cambio social al evitar la crítica social</p>	<p>Debilita las facultades Críticas Aumenta la pasividad</p>	<p>Aumenta la responsabilidad</p>	<p>Impide el crecimiento cultural</p>

3. ACTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS: TRANSMISIÓN CULTURAL

Funciones (manifestas y latentes)	<p>Aumenta la cohesión Social Ensancha la base de normas, Experiencias comunes, etc. Reduce la anomia</p> <p>Continúa la socialización Llega a adultos que ya han dejado instituciones como escuelas</p>	<p>Ayuda a la integración: Exposición a normas comunes</p> <p>Reduce las peculiaridades Reduce la anomia</p>	<p>Extiende el poder: Otro factor de socialización</p>	<p>Uniformiza Mantiene el consenso cultural</p>
Disfunciones (manifestas y latentes)	<p>Aumenta la sociedad de "masas"</p>	<p>Despersonaliza los actos de socialización</p>		<p>Reduce la variedad de subculturas</p>

4. ACTIVIDAD DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS: ENTRETENIMIENTO

Funciones (manifestas y latentes)	<p>Respiro para las masas</p>	<p>Respiro</p>	<p>Extiende el poder Control sobre otro ámbito vital</p>	
Disfunciones Manifestas y latentes)	<p>Distrae al público: Evita la acción social</p>	<p>Aumenta la pasividad Deteriora el "gusto" Permite el escapismo</p>		<p>Debilita el sentido estético: "Cultura popular"</p>

De Charles R. Wright, "Functional Analysis and Mass Communication" en *Public Opinion Quarterly*, Vol. 25 (1960), págs 605-620. Puede verse una presentación reciente y más completa de este enfoque funcional en: Charles R. Wright, *Mass Communications: A Sociological Perspective*. Random House, New York, 1975, 2ª edición.

FUENTE: Blake, Reed H y Edwin O. Haroldsen. Taxonomía de Conceptos de la Comunicación, 4ª reimpresión. Ed. Nuevomar, México, 1988. pp. 88-89.

Con lo anterior se pueden entender las funciones que ejercen los medios de comunicación masiva y cómo se analizan a través de la corriente funcionalista; ahora es necesario conocer algunas de las teorías que se han planteado para estudiar la comunicación social, a partir del funcionalismo.

1.2. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN SOCIAL

"Las llamadas 'Teorías de la comunicación social' Surgen como ramas específicas de la sociedad funcionalista estadounidense, cuyos supuestos teóricos se inscriben dentro de las corrientes del positivismo europeo del siglo XIX"²¹. Los objetivos primordiales de estas teorías consisten en obtener el conjunto de evidencias necesarias para legitimar a la sociedad

Estas teorías "Evalúan las funciones que coadyuvan a la integración de los actores sociales al sistema consagrado de roles, y por el otro, las disfunciones o desviaciones de las normas establecidas que pudieran producir efectos de perturbaciones en el orden social vigente".²²

Es importante describir estos planteamientos que estudian a la comunicación social utilizando el funcionalismo, ya que lo que se pretende en la presente tesis es estudiar la función social de la radio, y para ello se deben definir planteamientos teóricos.

Continuando con las teorías de la comunicación social, se debe decir que dentro de éstas destacan dos variantes: 1) el análisis de contenido de los mensajes masivos, y 2) los estudios relativos a los efectos de medios y mensajes sobre distintos grupos sociales

En primer instancia, se menciona al análisis de contenido que según Merton "Una de las primeras misiones de análisis de contenido es proporcionar

²¹ Piccini, Mabel y Nethof, Ana María Op Cit pág 18

²² Idem

pistas para las reacciones probables a la propaganda"²³. No obstante, este estudio no sólo se refiere a analizar el contenido de la propaganda, sino que también puede analizar la información y los discursos emitidos por los medios. "Es una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones".²⁴

Este tipo de estudio, es utilizado para identificar las inferencias acerca del emisor del mensaje, tales como su inteligencia, personalidad, actitudes, motivos, valores y metas que persigue al expresarse en forma oral o escrita. Por otra parte, también sirve para detectar, para saber qué mensajes son comprendidos, cuáles recordados y qué clase de mensajes son determinantes para que la gente actúe.

En segunda instancia están los estudios relativos a los efectos de medios y mensajes, que en sus inicios fueron el producto de la confluencia de la sociología funcionalista y la psicología conductista. Es decir, que se basa en el planteamiento psicológico de estímulo/respuesta. Aquí, los hechos de comunicación, o sea, los mensajes son los estímulos que causarán reacciones en la audiencia.

Con base en ese planteamiento, se crearon teorías relacionadas con el estímulo/respuesta, con algunas variantes. Dentro de ellas, están la teoría de las diferencias individuales, la cual "Pretende romper con la idea de la uniformidad de los públicos, diferenciando en los destinatarios principios de atención y de percepción selectivas, condicionados por la estructura de su personalidad".²⁵ Esto es, que los efectos de los medios sobre la audiencia no son considerados uniformes, sino distintos de una persona a otra como consecuencia de las diferencias individuales de estructura psicológica.

²³ Merton, citado por Piccini. *Ibidem* pág. 20

²⁴ Berelson, citado por Blake y Haroldsen. *Op. Cit.* pág. 154.

²⁵ Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. *Op. Cit.* pag. 22

Otra de las teorías es la de las categorías sociales, que introduce otras distinciones al esquema E/R. Dicha teoría afirma que "Personas con características sociales semejantes, mostrarán un comportamiento de comunicación masiva similar. Este comportamiento incluye exposición a los medios, preferencias efectos de la comunicación, etc."²⁶ Dentro de las categorías sociales que están en esta teoría se encuentran: la educación, el ingreso, la ocupación, el factor racial, la religión, la edad, el sexo y la ubicación geográfica.

La teoría de las relaciones sociales es uno más de los estudios de los efectos, y "Postula la hipótesis de que los mensajes de comunicación masiva no siempre llegan a todos los miembros de su auditorio final en forma directa. A veces lo hacen por un proceso en dos etapas: llegan primero a un sector de la sociedad que luego los pasa a otros"²⁷ Es decir, que esta teoría toma en cuenta que el hombre no es un ser aislado, y que por lo tanto, participa dentro de una sociedad con la que comparte sus ideas acerca de los mensajes de los medios. Esta corriente intenta estudiar los efectos evaluando la mediación de líderes de opinión, que reciben la noticia de primera mano para posteriormente retransmitirla a conocidos y amigos con una interpretación propia de acuerdo a sus intereses.

Una teoría más es la de las normas culturales que argumenta que "los medios masivos, a través de una presentación selectiva y del énfasis que ponen en ciertos temas, crean en su público impresiones de que las normas culturales comunes referentes a dichos temas, están estructuradas o definidas en determinada forma específica. Puesto que el comportamiento individual es generalmente guiado por normas culturales (o por las impresiones de actor de lo

²⁶ Blake y Haroldsen. Op. Cit pag. 137

²⁷ Ibidem pág 139.

que son las normas) respecto a una idea o situación determinada, los medios servirían indirectamente para influir sobre la conducta" ²⁸

Esto significa que los medios pueden establecer *normas culturales*, con el simple hecho de prestar mayor atención a cierto tema. Por ejemplo, en la actualidad se habla mucho del rescate de la cultura indígena y por lo tanto se le empieza a dar mayor valor a los propios grupos indígenas, que hasta hace algún tiempo eran menospreciados.

Y por último, está la teoría de los usos y gratificaciones, que bien se podría insertar dentro de la teoría de las diferencias individuales, como una derivación de ésta. El planteamiento de los usos y gratificaciones es "Un rótulo general para un conjunto aún no sistematizado de específicos puntos de vista teóricos, unidos por un énfasis compartido sobre un público activo de los medios".²⁹

Es decir, que este enfoque argumenta que la interacción de las personas con los medios masivos puede explicarse por los usos que dan al contenido de los medios y/o a las gratificaciones que reciben. Como se observa, aquí el efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones de necesidades experimentadas por el receptor, convirtiendo a emisor y receptor en partes activas en el proceso de comunicación

Hasta el momento se han planteado las teorías referentes al estudio de la comunicación social; unas estudian el contenido y otras los efectos de los medios en el público. Lo anterior pone de manifiesto el hecho de considerar que al querer

²⁸ Piccini, Mabel y Nethol, Ana María Op Cit pág 22

²⁹ De Fleur, M. L y Rokeach, S. Ball TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. 4a. reimpresión, Ed. Paidós, México, 1989. pág 254

estudiar la función de la radio en este trabajo de tesis, la investigación debe tener planteamientos teóricos que se apliquen al caso.

Por esta razón, y después de haber estudiado dichas teorías de comunicación social, la presente investigación sostiene la misma idea de la teoría de usos y gratificaciones, ya que la hipótesis sobre este planteamiento teórico no sólo basa sus ideas en el análisis de contenido o en el de la influencia y efectos, sino que menciona que el consumo de los medios no es únicamente por lo que se dice en sus mensajes o por los parámetros sociológicos tradicionales con los que se describe al público; sino porque las conexiones entre las necesidades y satisfacciones que puede otorgar la elección de un medio a los receptores, están compuestas por la jerarquización que ellos den a las necesidades que quieren satisfacer con determinado medio de comunicación.

Bajo este precepto, se señala que los medios de comunicación masiva no son las únicas fuentes de satisfacción respecto a una necesidad determinada: "El contexto sociocultural y relacionar en el que son vividas las alternativas funcionales contribuye a formar, describir y "prescribir" la accesibilidad, el uso y funcionalidad de los media".³⁰

En este caso, los medios de comunicación deben estar enterados de las probables necesidades de los receptores, pues con ello podrán dar solución a los problemas que el receptor enfrenta al pertenecer a una estructura social, atenuando éstos percances por medio del otorgamiento de gratificaciones. En el caso de la radio, medio de comunicación objeto de la presente investigación, la gratificación que puede ofrecer a la audiencia, es el cumplimiento de su función social.

³⁰ Wolf, Mauro Op Cit pág 87

Puesto que se han dado los planteamientos teóricos necesarios para sustentar esta investigación, es preciso conocer a la radio conceptual e históricamente, con el propósito de conocer su desarrollo en el mundo y en particular en México.

1.3. SURGIMIENTO DE LA RADIO

Por el término radio, puede surgir la idea de referirse a la actividad radiofónica o a la conceptualización material de un aparato eléctrico; no obstante, la definición de radio puede entenderse como un medio de comunicación masiva que se basa en la transmisión de señales sonoras a distancia, en forma dispersa y unidireccional.

La definición de radio en el diccionario, permite distinguir que éste término es utilizado como sinónimo de radio-comunicación o radiodifusión y conceptualmente se dice que es "La transmisión, por medio de ondas hertzianas, de textos, signos, señales, imágenes o sonidos de toda clase".³¹

Esto implica que la radio es un medio de comunicación que se auxilia de las ondas hertzianas para difundir una serie de mensajes por parte del emisor, dirigidos a todo aquel receptor que cuente con un aparato de radio.

Al emisor de los mensajes radiofónicos se le conoce comúnmente como emisora o estación de radio, quien a su vez, transmite a través de una frecuencia de ondas hertzianas determinada, que le da un sitio en el cuadrante de la banda a la que pertenezca (A.M. o F.M.).

"El cuadrante es la escala de frecuencias donde se acomodan las estaciones de radio, habiendo dos tipos de cuadrantes dependiendo de las características de la onda que manejen; la primera es Amplitud Modulada (A.M.) y la segunda es Frecuencia Modulada (F.M). En algunas ocasiones las emisoras le ponen el nombre a su estación de acuerdo al número de frecuencia en el que se

³¹ Diccionario Larousse Ed Larousse, Op Cit. pág. 310

encuentren. Se señala que el otorgamiento de frecuencia y de siglas que distinguen a cada estación, está a cargo en México, por la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.³²

La radio inició cuando "La necesidad humana de un medio de comunicación rápida, a través de grandes distancias, aumentó sin pausa a medida que la sociedad se hizo más compleja" ³³

En respuesta a esta necesidad, nació el telégrafo en 1830 gracias al norteamericano Samuel F. B. Morse. Dicho artefacto se basaba en la transmisión del sonido por medio de un cable. En los intentos por continuar con la creación de inventos referentes a la transmisión del sonido, en 1888, un joven alemán llamado Heinrich Hertz, comprobó la existencia de ondas electromagnéticas que viajaban con la velocidad de la luz, que antes ya habían sido descubiertas por James Maxwell, científico escocés.³⁴

Hertz, aprovechó este descubrimiento y construyó un aparato de laboratorio para generar y detectar las ondas electromagnéticas que posteriormente serían llamadas hertzianas.

A principios de 1890, un científico italiano de nombre Guillermo Marconi, se interesó y familiarizó con las ondas hertzianas y con el aparato creado por Hertz para detectarlas, hasta que encontró la manera de "modificar el aparato de laboratorio y aumentar su potencia hasta que pudo enviar mensajes de puntos y

³² Vilar Josefina et Al EL SONIDO DE LA RADIO ENSAYO TEÓRICO-PRÁCTICO SOBRE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA Ed Plaza y Valdés, UAM Xochimilco, México, 1988, pág. 139

³³ De Felur, M L y Rokeach, S Ball Op Cit pag 102

³⁴ Ibidem pag 110

rayas a una distancia superior a kilómetro y medio. Su aparato fue el primer telégrafo sin hilos".³⁵

En 1897, Marconi viajó a Inglaterra para patentar su telégrafo sin hilos, además de que sabía que en ese país la flota mercante, sería un mercado lucrativo para sus descubrimientos. Fue el 2 de junio de ese año cuando este científico logró comunicar a dos embarcaciones con la tierra, recorriendo la clave morse entre 5 y 16 kilómetros de distancia.

El suceso anterior, despertó el interés del New York Herald de Estados Unidos, porque Marconi fundara en 1899 una compañía norteamericana que explotara el invento radiofónico. Veinte años después esta empresa se convirtió en la Radio Corporation of America (RCA Víctor), pionera en este ámbito ³⁶

La comunicación telegráfica sin hilos era un buen invento para la comunidad naviera; no obstante, aún no era un medio de comunicación apropiado para la sociedad común. Pero la idea de perfeccionar este aparato, impulsó al científico Reginald A Fessenden, de origen canadiense, a lograr que se transmitiera la voz humana a través del aparato telegráfico, en la Nochebuena de 1906. Logró que la onda electromagnética tuviera continuidad y que por lo tanto, la voz recorriera una determinada distancia por medio de un detector más sensible.³⁷

Por su parte Lee De Forest, inventó el audión, conocido comúnmente como válvula, o tubo de vacío, que es "Un elemento clave para los amplificadores

³⁵ Ibidem pág 111.

³⁶ McQuail, Denis CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, Jaime Goded, UNAM, 1976, pág. 32

³⁷ De Fleur, M L y Rokeach, S Ball. Op Cit pp 113-114.

electrónicos que podrían aumentar las señales de radio, tanto en la transmisión como en la recepción".³⁸ De Forest llevó a cabo la primera transmisión a control remoto en la historia de la radio, cuando difundió la Opera Housed Francia que interpretaba Enrico Caruso.

El ruso David Sarnoff, fue quien visualizó la potencialidad de la radio para convertirse en un medio de comunicación de masas para las familias corrientes; además de mostrar el uso económico y lucrativo que poseía este invento, y por lo tanto la importancia de fabricar aparatos radiofónicos para los receptores.

Cuando sucedió el conflicto bélico entre Alemania y Estados Unidos, el gobierno estadounidense clasificó las emisiones experimentales, y condicionó su uso exclusivamente para la milicia. Al término de la Primera Guerra Mundial, las transmisiones fueron devueltas a sus dueños originales, quienes les incluyeron nuevas tecnologías e innovaciones creadas cuando la Guerra. "La radio quedó definida como un escenario de competencia comercial: lo contrario a un medio público de comunicación que pudiera ser manejado por organizaciones oficiales" ³⁹

La Westinghouse, empresa norteamericana productora de equipos eléctricos, fue la primera en llevar a cabo la transmisión radiofónica comercial, por medio de su estación KDKA de Pittsburgh el 2 de noviembre de 1920. Por otra parte, en Inglaterra surgió la British Broadcasting Company (BBC) un 4 de noviembre de 1922.

³⁸ Ibídem pp 114-115

³⁹ Ibídem pág 118

Algunos éxitos empresariales se gestaron en 1922, cuando dos compañías, "Tidewater Oil Co." y "American Express Co." anunciaron haber obtenido considerables aumentos en ventas como consecuencia de utilizar la publicidad radial.

En los años posteriores, la radiodifusión se consolidó como una industria creciente en varios países del mundo, como Estados Unidos, Inglaterra, Alemania, Italia, entre otros. México no fue la excepción. A continuación se describe el desarrollo de este medio en este país.

1.4. DESARROLLO DE LA RADIO EN MÉXICO

La radio surgió en México a partir de las primeras transmisiones radiofónicas llevadas a cabo por el doctor Adolfo E. Gómez Fernández en la ciudad de México el 27 de septiembre de 1921, asimismo se encuentra el Ing. Constantino de Tárnava Jr. quien transmitió desde la ciudad de Monterrey el 9 de octubre del mismo año; dichas transmisiones se consideran las primeras en México y les sucedieron otras en el Distrito Federal y en estados del norte de la República, como la realizada en Chihuahua por un representante de la compañía norteamericana Radio Telephone Company.⁴⁰

En la misma época, el estado mexicano otorgó la concesión para establecer estaciones de radio en varios estados de la República. En 1925 operaban en el país 11 estaciones de radio, entre ellas la CYJ, radiodifusora que utiliza la General Electric para transmitir primordialmente propaganda comercial. Cabe señalar que esta estación pasó a manos de Félix F. Palaviccini quien la convirtió en un diario hablado llamado Radio Mundial y que actualmente se conoce con las siglas EXN.

Palaviccini, era el propietario del periódico "El Universal" y 3 años antes (1922) se vinculó con Raúl Azcárraga Vidaurreta para fundar la Casa del Radio, emisora radicada en la ciudad de México, y conocida con las siglas CYL. En ese mismo tiempo se funda la CYB, emisora que era propiedad de la cigarrera El Buen Tono y que actualmente se conoce con las siglas XEB.

⁴⁰ Fernández Christlieb, Fátima LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MÉXICO Undécima edición, Ed Juan Pablo, México, 1996 pág 88

En la década de los treinta con la fundación de la XEW, propiedad del señor Emilio Azcárraga Vidaurreta, se consolidó la industria radiofónica nacional, pues se instauraron más emisoras en todo el país.⁴¹

En 1930 se fundó la XEFO o emisora del Partido Nacional Revolucionario, por parte de Pascual Ortiz Rubio, ex-secretario de comunicaciones en los gobiernos de Calles y Obregón.

Dentro de las estaciones radiofónicas que han sobresalido en la capital mexicana, bajo el rubro de comercial, destacan:

- XEW, fundada el 18 de septiembre de 1930.
- Radio México (XEB) inaugurada el 27 de septiembre de 1923
- Radio Sensación (XECMQ), nacida en 1930.
- Radio Variedades (XEJP), inició sus actividades en 1930.
- Radio Capital (XEL) establecida en 1930.
- Radio Infantil (XERPM) nació en 1931
- Radio Mundo (XEN) inició sus transmisiones en 1925.
- Radio Mil (XEOY) establecida en 1942.
- Radio Centro (XEQR) establecida en 1942.
- La Q Mexicana (XEQ) nacida en 1938.
- La hora exacta (XEQK) inaugurada en 1942.
- Radio Éxitos (XERC) surgió en 1942
- Radio Red (XERED) establecida en 1947.
- Estéreo Joven (XHOF-FM) surgida en 1981
- Radio Imagen (XEDA-FM) inaugurada en 1969
- Stereo Cien (XHMM-FM) establecida en 1965.

⁴¹ Rebel Corella, María Antonieta, et Al PERFILES DEL CUADRANTE 1a. reimpresión, Ed Trillas, México, 1991 pág 36

- Radio Metrópoli (XHM-FM) nació en 1961.
- Stereo Rey (XHV-FM) comenzó a operar en 1968. Entre otras.⁴²

Se puede observar que la radio pospuso dos de sus tres principales funciones: informar, educar, por las últimas, entretener.⁴³ Este entretenimiento se entendió como la capacidad de las emisoras para ofrecer al público radioescucha emisiones que lo entretuvieran y a la vez que estuvieran acompañadas de publicidad.

La radio comercial se ha sostenido como una industria creciente gracias también, a la diversidad de la audiencia en cuanto a gustos y características. Motivo importante para que los publicistas puedan elegir entre la gama de emisoras, de acuerdo a sus formatos y programaciones, en cuál difundir los mensajes publicitarios dependiendo al mercado al que quieran llegar.

Uno de los formatos radiofónicos que ayudó al desarrollo de la radio comercial fue la radionovela, que fue un género explotado continuamente en 1940 a 1955 en el país; dando un toque dramático a la radiodifusión que estaba al aire, y que eran los concursos de constantes, comediantes, entre otros. Las radionovelas fueron una forma de entretenimiento importante para la población mexicana.

Otro elemento importante para el crecimiento de la radio comercial fue la difusión de la música popular mexicana que se transmitió en forma masiva. La radio ofrece al público desde sus inicios, una nueva forma de distracción y de comunicación, a través de la difusión de información y programas de

⁴² Alva de la Selva, Alma Rosa RADIO E IDEOLOGÍA. 3a edición, Ed. El Caballito, México, 1989, pág 34

⁴³ Romo Gil, Ma Cristina. INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO CULTURAL Y PRÁCTICA DE LA RADIO 3a reimpression, Ed Diana, México, 1990 pág 25.

entretenimiento, incluidos los programas musicales. "Básicamente las emisoras comerciales del Distrito Federal difunden dos tipos de contenido: música grabada y anuncios comerciales. Además, se lanza al escucha una información noticiera sintetizada, extraída de su contexto y los factores que le dieron origen, despojándola de su significado, todo esto incluido en un ambiente de exaltación al consumo".⁴⁴

En el desarrollo de la radiodifusión mexicana también se instituyen otros tipos de emisoras, que por las características de sus contenidos se clasifican en culturales, oficiales, universitarias e indígenas.

Dentro de las llamadas culturales se pueden identificar a las estaciones no comerciales "A través de las cuales instituciones educativas o entidades gubernamentales emiten transmisiones de fines distintos a los de la radiodifusión comercial"⁴⁵. En este tipo de emisoras destacan Radio Educación, instaurada en 1924, por José Vasconcelos pero no tuvo éxito; no obstante en 1968 se reanudaron sus transmisiones y continúan hasta la actualidad.

La Universidad Nacional Autónoma de México, tiene a su cargo dos de las emisoras culturales de la ciudad de México. Ambas se reconocen bajo el nombre de Radio Universidad y se pueden distinguir bajo las siglas de XEXX en la banda de Amplitud Modulada y otra en Frecuencia modulada con las siglas XEUN-FM. Estas emisoras se inauguraron en 1937.⁴⁶

⁴⁴ Alva de la Selva, Alma Rosa. Op. Cit. pag. 40

⁴⁵ Vilar, Josefina et. Al. Op. Cit. pag. 129

⁴⁶ Alva de la Selva, Alma Rosa. Op. Cit. pag. 42

Al definir a las emisoras oficiales, estas tienen como funciones fortalecer la comunicación entre la sociedad y el gobierno. Bajo este rubro se encuentran a la única emisora en la capital mexicana, el Instituto Mexicano de la Radio (IMER), fundado en 1983, como un organismo descentralizado de la Secretaría de Gobernación, con personalidad jurídica y patrimonio propios".⁴⁷

Por otra parte, las emisoras universitarias llevan a cabo "Tareas concretas en apoyo a la cultura, la orientación, la enseñanza y la difusión de la investigación científica y humanística, porque éstas son las tareas propias de las universidades y centros de enseñanza superior".⁴⁸

En el rubro de las emisoras indígenas, se conocen a aquellas que tienen como objetivos específicos. "Prestar un servicio de comunicación a los habitantes de las comunidades que trascienda las barreras geográficas, supla las carencias de los sistemas regionales. Apoyar y reforzar el trabajo del INI en las zonas indígenas. Apoyar los servicios que prestan los diferentes organismos públicos. Impulsar y organizar la libre expresión de las comunidades entre otras más relacionadas con las comunidades indígenas".⁴⁹

Con la variedad de emisoras y producciones radiofónicas tanto en México como a nivel mundial fue necesario regular el uso y funciones de las transmisiones de la radio, motivo por el cual se reglamentó a este medio de comunicación masiva.

⁴⁷ Vilar Josefina. et Al Op Cit pág 130.

⁴⁸ ibídem pág. 132

⁴⁹ Rebel Corella, María Antonieta et Al Op Cit pp 89-90

1.5. REGLAMENTACIÓN DE LOS MEDIOS

La radio al igual que otros medios de comunicación masiva, precisó de normas jurídicas que la rigieran, debido sobre todo a que el funcionamiento de estos medios no podía dejarse al libre arbitraje. Como consecuencia de esta necesidad legal, se instauraron normas, leyes y reglamentos que legislan sobre los contenidos de las emisiones, y sobre la operación técnica.

Puesto que "cada país y cada sociedad establece sus leyes y sus normas de acuerdo a sus necesidades e intereses, las disposiciones jurídicas en materia de comunicación colectiva surgen generalmente, de la ley fundamental de cada nación, Constitución o Carta Magna, toda vez que en la misma existe, cuando menos, un artículo que se refiere a la libre expresión de ideas, conquista social de todo país moderno" ⁵⁰

La garantía individual de libre expresión está acompañada del derecho que posee la sociedad a estar informada, es decir del "Derecho de información". Al hacer referencia de la libre expresión que tiene cualquier ciudadano, éste se puede encontrar en los artículos sexto y séptimo de la Constitución Mexicana, que dicen:

"Artículo 6°. La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial y administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito o perturbe el orden público. El derecho a la información será garantizado por el Estado.

Artículo 7° Es inviolable la libertad de escribir y publicar artículos sobre cualquier materia. Ninguna ley ni autoridad puede establecer la previa censura ni

⁵⁰ Villar Josefina et Al Op Cit pág. 137

exigir fianza a los autores o impresores, ni coartar la libertad de imprenta, que no tiene límite que el respeto a la vida privada, a la moral y a la paz pública. En ningún caso podrá sustraerse la imprenta como instrumento del delito. Las leyes orgánicas dictarán cuantas disposiciones sean necesarias para evitar que so pretexto de las denuncias por delito de prensa, sean, encarcelados los expendedores "Papeleros", operarios y demás empleados del establecimiento donde haya salido el escrito denunciado, a menos que se demuestre previamente la responsabilidad de aquellos".⁵¹

De las disposiciones generales de estos artículos, se han desprendido normas y leyes para regular a los medios. Durante el gobierno del general Plutarco Elías Calles, en 1926, se dieron las primeras regulaciones para el funcionamiento de la radio comercial, "Al expedir la Ley de Comunicaciones Eléctricas, que consistía principalmente en disposiciones técnicas, sin regular los contenidos y funcionamiento de la radio en el marco económico, social y cultural en el que incidía".⁵²

En 1931 se promulgó la Ley de Vías Generales de Comunicaciones que actualizaba a la anterior ley en cuanto a cuestiones técnicas. Se debe saber que esta regulación que decretó el presidente Cárdenas "Tampoco introdujo modificaciones sustanciales a la disposición, que al no contemplar en absoluto los contenidos de los mensajes radiofónicos y sus funciones sociales, educativas y culturales, dejaba el camino libre a los radiodifusores privados para encaminar la industria en beneficio de sus intereses particulares".⁵³

⁵¹ Artículos citados por Josefina Vilar. Idem

⁵² Rebel Corella, Ma Antonieta Op Cit pág 36

⁵³ Ibídem pág 37

En 1937 se expidió el reglamento para las Estaciones Radioeléctricas Comerciales, Culturales y de Experimentación Científica y de Aficionados. En 1942 apareció el Reglamento de las Estaciones Radiodifusoras Comerciales, Culturales de Experimentación Científica y de Aficionados. Para 1953, el 5 de enero, se expidió el Reglamento de los Certificados de Aptitud para el manejo de estaciones radioeléctricas. En ese mismo año se publica una reforma al Reglamento de las Estaciones, esta faculta al Estado para realizar el debido control, vigilancia, interventoría, monitoreo, etc., de las radiodifusoras al aire".⁵⁴

Fue hasta 1960 que el Estado mexicano a través de la Ley Federal de Radio y Televisión, manifiesta con apoyo legal, su propósito de intervenir como emisor. Asimismo, decide regular la industria de radio y televisión.

Para observar el cumplimiento de dicha legislación, se responsabilizó a dos dependencias gubernamentales: la Secretaría de Gobernación y la Secretaría de Comunicaciones y Transportes. "La primera de ellas vigila y controla por vía del monitoreo que el contenido de los mensajes radiofónicos se ajuste a las normas existentes en la materia, pero igualmente garantiza el pleno cumplimiento de los derechos constitucionales en el ámbito de la comunicación y de las demás leyes y reglamentos referentes a la radiodifusión. También a la Secretaría de Gobernación le compete la coordinación y el funcionamiento de las estaciones de radio del Gobierno Federal

La segunda secretaría de Estado, la de Comunicaciones y Transportes, es la encargada de que las emisoras se ajusten a los lineamientos técnicos, desde su previa instalación hasta su funcionamiento.... Asimismo, esa dependencia tiene la facultad de otorgar, o en su caso, revocar, concesiones y permisos para la

⁵⁴ *Ibidem* pág. 48

instalación de una emisora de radio, asignándole la frecuencia respectiva -AM, FM u OC- de determinar la naturaleza y el propósito de las propias emisoras, las cuales podrán ser: comerciales..., oficiales..., culturales, y de experimentación.⁵⁵

Posterior a esta ley, en 1968 se publica "La Ley que establece, reforma y adiciona las disposiciones relativas a diversos impuestos federales"⁵⁶, correspondiente al 25% del impuesto a pagar por los concesionarios.

En el plan Básico de Gobierno del sexenio de López Portillo (1976-1982) se señala "La necesidad de que se realice una revisión a fondo de la función social de la información escrita y la que genera la radio, la televisión y el cine, así como una evacuación de los procedimientos y las formas de organización de las entidades públicas o privadas que la producen para que, al mismo tiempo que se refuerce o garantice la libertad o el derecho de expresión de los profesionales de la información, se fomente también la expresión auténtica, la confrontación de opiniones, criterios y programas entre los partidos políticos, los sindicatos, las asociaciones de científicos, profesionales y artistas, las agrupaciones sociales y, en general, entre todos los mexicanos".⁵⁷ Esta determinación fue conocida como la reforma de 1976, o Ley Orgánica de la Administración Pública Federal.

⁵⁵ Vilar, Josefina et Al. Op. Cit pp 138-139

⁵⁶ Rebeil Corella, Ma. Antonieta Op Cit pag 50

⁵⁷ Idem

1.5.1. LA CENTRALIZACIÓN DE LA INDUSTRIA RADIOFÓNICA

Con la reforma administrativa de 1976 anunciada por José López Portillo, todo indicaba un cambio fundamental en la injerencia del Estado en los medios de comunicación; los que, esencialmente radio y T.V., estaban en manos del monopolio radiotelevisivo que desde la creación de estaciones transmisoras se forjó bajo la protección de los grandes consorcios norteamericanos

Para comprender la influencia de estos grupos en el desarrollo de la radio en México y el papel que ha jugado en la centralización de esta industria, basta realizar una sinopsis histórica. En 1930 se funda la XEW, filial del consorcio RCA (Radio Corporation of America) que mediante su división radiofónica NBC (National Broadcasting System) instrumenta el modelo comercial americano sustentado en la venta de espacios de transmisión para la inserción de anuncios publicitarios. En este hecho, la figura de Emilio Azcárraga Vidaurreta fue clave para la penetración de las emisoras norteamericanas a nuestro país. Ese mismo año la XEW-NBC anuncia la apertura de 15 estaciones más en la provincia. Ocho años más tarde la Columbia Broadcasting System (CBS) inaugura la cadena XEQ con su primera estación en la capital y 15 estaciones más en el resto de la república, que fueron abiertas o se incorporaron a la cadena. Para 1945 las 2 grandes cadenas quedaron fusionadas en la Organización Radioprogramas de México conformando un fuerte grupo radiofónico con más de 30 estaciones en el país.

Junto con el ingreso de las grandes cadenas norteamericanas en México, se crean diversas asociaciones de radiodifusores encaminadas a unificar las estaciones radiofónicas presentando grupos fuertes y competitivos a las transnacionales

De esta manera en 1937 se crea la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras (AMER) y la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras Comerciales (AMERC); esta última como una sección de la Cámara Nacional de Comunicaciones y Transportes, antecedente directo de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y T.V.

En las décadas siguientes, el avance de la radio se caracterizó por la apertura de nuevas estaciones a lo largo del territorio nacional; aquellas de origen independiente se vieron rápidamente incorporadas a las diferentes asociaciones y consorcios, que se expandieron desmesuradamente provocando una centralización de la radio en unos cuantos grupos minoritarios que controlan desde esa época el desarrollo de la radio nacional.

Fernández Christlieb, expone a modo de ejemplo, la situación prevaleciente en Puebla, reflejo del monopolio existente en la industria radiofónica nacional. EN 1939 se fundó la primera estación poblana HEHR bajo el sello XEQ-CBS; posteriormente se establecieron 4 estaciones independientes que en unos cuantos años se integraron a la Cámara Nacional de la Industria de Radio y T.V. Hasta 1979, las 23 estaciones existentes en Puebla estaban vinculadas de un modo u otro con los grandes grupos radiofónicos de la Ciudad de México.

En el transcurso de los años, la comunicación masiva fue adquiriendo un lugar relevante en el medio ambiente académico y político de México. "En el caso particular de la radio, basándonos en la información disponible, se puede

argumentar que los estudios relacionados con este medio mostraron una tendencia ascendente a partir de los años sesenta." ⁵⁸

⁵⁸ Ibidem pág 220.

1.5.2. EL DERECHO A LA INFORMACIÓN (1977-1980)

En octubre de 1977 el artículo 6° de la Constitución es modificado con la edición de la frase: "El derecho de la información será garantizado por el Estado". Claramente se advierte el interés del Estado por asumir el control de los medios informativos, argumentando la necesidad de garantizar una verdadera libertad de expresión. En cuanto a los medios de comunicación electrónicos, el gobierno pretendía desestabilizar a los grupos de poder mediante estas enmiendas, con tal propósito, creó el Consejo Nacional de Comunicación Social, organismo intersecretarial encargado de exponer los planes y proyectos del régimen en materia de información. No obstante, la creación del Consejo contradujo la propuesta de la Reforma Administrativa que concentraba todo lo relacionado a la información en la Secretaría de Gobernación, con la finalidad de terminar con la duplicidad de funciones y la proliferación de organismos.

La indecisión y la falta de una política informativa bien definida, fueron factores que fortalecieron a los miembros del monopolio radiotelevisivo quienes sufrieron tiempos difíciles cuando Luis Echeverría, jefe del Gobierno en el sexenio anterior a la época que se está haciendo mención, amenazó con cancelar concesiones y reducir el carácter comercial de las transmisiones.

Dicho problema adquirió una mayor relevancia si consideramos el rumbo anticultural y antinacional de los medios privados, de ahí la preocupación del gobierno por establecer una nueva relación con los empresarios de la comunicación; sin embargo, la constante recombinação burocrática representada con la creación y desaparición de organismos gubernamentales, el cambio constante de directivos y la contradicción entre las propuestas y las acciones, restaron poder y credibilidad a la administración ante los grandes emporios.

En su segundo informe de gobierno (1978), José López Portillo prometió enviar al Congreso la iniciativa para reglamentar el Derecho a la información, la idea de establecer este Derecho surgió desde el Plan Básico de Gobierno 1976-1982, en donde se defiende la importancia de reglamentar la libertad de expresión, en beneficio del derecho ciudadano al acceso de la información como una garantía social. Tales preceptos fueron omitidos en la iniciativa presidencial de octubre de 1977 para la modificación del artículo 6°. Constitucional, no obstante, son retomados por el Legislativo, lo que indica la contradicción existente entre los poderes, lo que dificultaría los esfuerzos del gobierno por contrarrestar la influencia ideológica de los grupos que controlan los medios.

A pesar de la discordancia entre los poderes, la iniciativa privada comienza a presionar al gobierno para evitar que la nueva ley les reste privilegios y el control de la información enfrenta a los legisladores dividiendo opiniones, provocando el incumplimiento de la promesa presidencial, pues las cámaras jamás recibieron la iniciativa de Ley.

En enero de 1979 las posiciones se agudizaron y los diferentes grupos se atacaron abiertamente. Repentinamente la discusión se suspendió, al parecer los representantes de los monopolios concertaron y pactaron de manera no muy clara con funcionarios de alto nivel.

Desafortunadamente, la indiferencia del gobierno ante el crecimiento del monopolio electrónico generó la tensante situación de fines de los setenta, la participación de los empresarios en las industrias turística, automotriz, deportiva y de servicios, así como la presencia de grupos empresariales de alto nivel como el

Grupo Alfa de Monterrey, consolidaron el poderío de éste frente al Estado; urgía que el Estado retomara de algún modo el control de los medios.

Finalmente, el gobierno sufrió un golpe mortal con la renuncia de Reyes Heróles, Secretario de Gobernación, en abril de 1979 y el proyecto de reglamentación quedó estancado. En su tercer informe de gobierno, López Portillo omitió cualquier explicación concerniente al Derecho de información

En octubre de ese mismo año, la nueva administración de la Secretaría de Gobernación tranquilizó a los miembros de la Cámara Nacional de la Industria de Radio y Televisión, prometiéndoles que la Ley del Derecho a la Información no se opondría a sus intereses.

De febrero a agosto de 1980, se celebraron 20 audiencias públicas para manifestar su opinión sobre la futura reglamentación de la fracción añadida al artículo 6o, participaron 191 ponentes, destacando las ponencias de la Confederación de Trabajadores de México (CTM) que aseguró la antinacionalidad y el nulo valor educativo de los medios, sin proponer soluciones; el Partido Comunista propuso cambios radicales que incluyeron la expropiación de los medios; mientras Televisa argumentó la existencia de disposiciones jurídicas suficientes, por lo que consideró innecesaria la promulgación de una nueva ley.

En agosto de 1980 comenzó finalmente el proceso de reglamentación del Derecho de información, a consecuencia de la adopción de la terminología y conceptos informativos del informe final de la Comisión Internacional para el Estudio de los Problemas de Comunicación, Informe MacBride, hecha por el presidente José López Portillo, el 7 Junio de 1980.

El informe MacBride, respaldado por la UNESCO, mostró el panorama de los medios de información, destacó el problema de financiamiento y la búsqueda de formas no comerciales de comunicación.

No obstante, aunque la presencia internacional de México abogó por una democratización de los medios y la institución del derecho de información a toda la población, la realidad era otra, la iniciativa privada recibió aún más concesiones y el proyecto de Ley fue cancelado.

Por otra parte, la participación de algunos sectores independientes en las audiencias públicas, la apertura al diálogo manifiesta en éstas y la existencia de un debate sentaron las bases que conducirían a los medios de comunicación electrónica especialmente la radio, dado que la TV es controlada por una sola empresa, a la búsqueda de la pluralidad, revelándose como un foro en el que podrían expresarse libremente las opiniones de los más diversos sectores de la sociedad, siendo ésta la directriz de muchas estaciones y grupos radiofónicos en la década de los ochenta.

II

LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

CAPÍTULO II. LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

La radio es uno de los medios de comunicación más importantes de México, ya que es a través de él, que varios hogares recónditos y alejados de la sociedad moderna, al igual que los que están en las grandes ciudades, pueden estar informados de lo que acontece en el país.

Como se mencionó en el capítulo anterior, la radio debe su desarrollo a la necesidad de comunicación que tiene la sociedad en común, por lo que rápidamente se pudo consolidar en varios países. En México, la instauración de emisoras se debió más a un aspecto económico que es la comercialización, pero aún así, se ha mantenido con ciertas características o funciones que le siguen permitiendo estar en el gusto de la sociedad.

Para conocer el desarrollo e importancia dentro de la vida de los mexicanos, a lo largo de su existencia, se han elaborado diversos estudios con el propósito de conocer el alcance de la radio. En este capítulo se da cabida a la descripción de algunos de ellos para que esta investigación se enriquezca más con datos referentes a este medio.

Asimismo, se define una de las funciones más interesantes de la radio y que es motivo de esta tesis: la función social; esta conceptualización incluye sus inicios, causas y alcances de dicha función dentro de la ciudad de México, considerando que además, es una característica de los medios que está señalada como obligatoria dentro de la Ley Federal de Radio y Televisión.

En primera instancia, es necesario conocer algunos de los estudios realizados para conocer a este medio de comunicación

2.1. ESTUDIOS SOBRE LA RADIO EN MÉXICO

La radiodifusión desde su origen, ha sido considerada por la propia sociedad, una forma de comunicación trascendental en la vida del hombre. Esto ha sido porque es un medio que cuenta con una característica principal la difusión de ondas sonoras que pueden llegar a cualquier lugar en donde hayan antenas receptoras que a su vez hagan llegar el sonido a radioreceptores.

Aún cuando la modernidad ha traído nuevos medios de comunicación como la televisión, el internet, entre otros, la radio a sus 76 años de existencia en México sigue teniendo un lugar importante en la sociedad mexicana.

En 1985, la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y Televisión (CIRT), proporcionó datos importantes entre los que destacan que en México, "Funcionaban 856 emisoras en total, 660 de amplitud modulada y 196 en frecuencia modulada. También de acuerdo con datos de la CIRT, en la fecha mencionada existían en el país 11,059,378 radiohogares, por 4,913,286 telehogares".⁵⁹

Lo anterior refleja que pese a que la televisión existe, la radio es un medio de suma importancia para los mexicanos. Por esta razón y con el propósito de medir la audiencia radiofónica, a partir del inicio de la radio, los empresarios y asociaciones dedicadas a la difusión de mensajes, han estado interesados en llevar a cabo estudios que puedan arrojar datos que les ayuden a su desenvolvimiento futuro.

⁵⁹ Rebeil Corella, Ma Antonieta et al Op Cit pág 15

Dentro de estos estudios, se han obtenido cifras que reflejan a la televisión como el medio consentido por diversos tipos de auditorio.⁶⁰ Lo anterior es cierto, pues la televisión debido a sus características visuales y auditivas, es más atractiva para el público.

Empero, si de penetración y permanencia se trata, la radio es el medio que puede ser escuchado en distintos lugares y por un mayor número de personas debido a su bajo costo, inmediatez y alcance. Rebeil Corella dice "Al respecto cabe mencionar una cifra que habla por sí misma: nueve de cada diez mexicanos tienen acceso a un radiorreceptor".⁶¹

La audiencia radiofónica en todo el país, es elevada por varios factores entre los que destacan: la edad de la propia sociedad, ya que la mayoría son jóvenes. Estudios llevados a cabo en años recientes, mencionan que este medio está presente en los hogares mexicanos; por lo menos el 99% de ellos tienen un aparato de radio.⁶²

La presencia de este medio es considerable tomando en cuenta que la televisión representa una competencia significativa por sus características, lo mismo que la prensa por su contenido y antigüedad. De acuerdo a la programación de cada emisora, se puede hacer una tipología del cuadrante radial. En algunos casos es comercial, cultural, educativa, o de experimentación, como se mencionó en el anterior capítulo.

⁶⁰ Idem

⁶¹ Idem

⁶² En Cifras Datos publicados en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO Primavera de 1996, año 1, Vol I México, pág 60

Y puesto que la radio de tipo comercial es la de mayor proliferación en la mayoría de los países, en México no es la excepción; el entretenimiento es la mayor difusión que tiene la radio comercial. "El 97% de la audiencia de la F M., prefieren la música" ⁶³

Los programas informativos y de opinión, son también una vertiente que cada vez está desarrollándose con fuerte auge; sin embargo, esto se debe a que las condiciones sociales, políticas y económicas así lo sugieren, y no porque el entretenimiento esté quedando de lado en el gusto de la audiencia

En 1985, de un total de 856 emisoras existentes en México, 818 estaban registradas como comerciales y 38 como culturales. Tan sólo en el Distrito Federal, hay 64 estaciones de las cuales, 56 son comerciales y 8 culturales, en amplitud modulada transmiten 33 emisoras, siendo 31 comerciales. En frecuencia modulada se sintonizan 24 estaciones, 22 comerciales y 2 culturales, en onda corta existen tres estaciones comerciales y cuatro culturales.⁶⁴

"A octubre de 1996, son 1,066 estaciones concesionarias y 147 permisionarias en la República Mexicana".⁶⁵ Además, para 1996, son 15'218,821 ⁶⁶ radiohogares mexicanos. Esto demuestra que el desarrollo de la radiodifusión continúa y que pese a la nueva tecnología el gusto de la audiencia sigue inclinándose hacia la radio.

⁶³ Idem.

⁶⁴ Rebel Corrella, Ma Antonieta et al. Op. Cit pp 37 y 38

⁶⁵ En Cifras Datos publicados en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO Vol I, No 3 Otoño de 1996, pág 84.

⁶⁶ Idem.

No se puede olvidar que la mayor parte de los automóviles cuentan con un receptor de radio, lo que significa que quienes poseen auto, tienen acceso a este medio, sin excluir a los que tienen aparatos radiofónicos en su lugar de trabajo.

En la Ciudad de México los ciudadanos encuentran en la radio, un medio que puede acompañarlos en cualquier lugar y momento que lo desean, pese a la rapidez con la que se vive en esta metrópoli

Sea cual sea la modalidad radiofónica que tenga cierta estación de radio, habrá público dispuesto a escuchar su mensaje. De ahí que en el cuadrante aparezcan nuevas estaciones dedicadas al entretenimiento de cierto grupo social. Por ejemplo se encuentran programas hablados, dirigidos al público analítico y que precisa de orientación o de un espacio para expresar sus opiniones; también existen emisoras dirigidas a los jóvenes, en las que se difunde música y temas referentes a sus intereses personales; y además hay noticieros especializados que se dirigen a ciertos sectores de la sociedad.

Lo anterior quiere decir que las emisoras están preocupadas por llegar a distintos sectores de la población, atendiendo sus necesidades e intereses. La radio llega por igual a hombres, mujeres, niños o jóvenes, esto, de acuerdo a la programación que difunden las emisoras.

Los estudios referentes a la radio están hechos con el propósito de conocer los intereses y preferencias de la audiencia y así las emisoras pueden crear y producir nuevos formatos radiofónicos que satisfagan al público escucha.

A continuación se hace mención de los estudios que se realizaron respecto de la radio con el objetivo de presentar sus resultados y propósitos de los mismos

2.2. ESTUDIOS DE LA RADIO A TRAVÉS DEL TIEMPO

La importancia de conocer la trascendencia de los medios de difusión en México, ha llevado a distintos investigadores a efectuar estudios acerca de estos canales de comunicación. En la mayoría de los casos, las investigaciones se han generalizado, es decir, han estudiado a los medios de comunicación en su conjunto. Sin embargo, las propias emisoras o asociaciones implicadas en la radiodifusión, han hecho sus propios estudios con el propósito de concretar la información respecto al medio que les importa.

Desde que la radio se desarrolló en el país, se detectó su trascendencia en distintas personas: técnicos, empresarios, autoridades e incluso los estudiosos de la sociedad.

Como consecuencia del crecimiento y expansión de los medios electrónicos, la urbanización y modernización de la sociedad mexicana, se comenzaron a formar los llamados "Círculos intelectuales", que tenían el propósito de analizar el grado de desarrollo e impacto que producen los medios de comunicación.

Tanto los avances tecnológicos, como la era de los satélites en todo el mundo, aunado a la visión de los científicos sociales que pensaban que los medios de comunicación eran propicios para el desarrollo de los países, provocó la integración de los medios de difusión al pensamiento de los académicos intelectuales mexicanos.

En el caso de la radio, se han elaborado diversos estudios referentes a este medio que indican una ascendencia respecto a los interesados en estudiar el tema. Esto se refleja al mencionar que de las 71 referencias de estudios hechos

sobre la radio, 10 se ubican en el período que abarca de 1960 a 1969; en la década de los setenta el número de estudios referentes al tema llega a 24, en tanto que en el período entre 1980 y 1986 se identifican 33 estudios. Estos datos son alicientes, considerando que antes de la década de los sesenta sólo se registraron cuatro estudios.

La mayoría de estas investigaciones surgieron como respuesta a la necesidad real de comprender con detalle el proceso y condiciones bajo las que se desarrollaba la industria de la radio y de la función social que lleva a cabo este medio hacia la sociedad. Al mismo tiempo pretendía dar datos importantes a los concesionarios.

Un ejemplo de ello es el estudio hecho por la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal (ARDF) que se hizo en mayo de 1985 y que tiene como propósito "Averiguar algunos datos sobre la relación que existe entre el hábito de escuchar radio y el consumo de ciertas categorías de productos y servicios. Aunque este estudio se elaboró con fines publicitarios y estaba dirigido a anunciantes y publicistas, buscaba orientar a estos mismos interesados, en la publicidad, sobre cómo tomar sus decisiones acerca del uso de la radio como vehículo publicitario.

Cabe señalar que la Asociación, de Radiodifusores de México y en particular la del Distrito Federal, "Elabora cada año un estudio como mínimo para conocer los hábitos de uso de la radio por parte de los radioescuchas." ⁶⁷

Así mismo, cada vez que lo requiere la asociación, institutos de investigación como el INRA (Instituto Nacional de Radiodifusores Asociación) y el IBOPE

⁶⁷ Navarro E. Liza "A y B de la radio". Artículo publicado en EL UNIVERSAL Universo joven México, 1998, 23 enero.

(Instituto Brasileño de Opinión Pública y Estadística), presentan estudios sobre el tema de la radiodifusión.

La ARDF, señaló datos importantes en este estudio, de los que destacan que para esa fecha, la radio "tiene un alto grado de aceptación entre la audiencia de todas las edades, pero alcanza una mayor penetración en el segmento demográfico de 13 a 24 años, lo que confirma la preferencia de los jóvenes por este medio.⁶⁸

En estos estudios, destacan los referentes a la radio comercial, en los que como ya se mencionó, se mide la trascendencia de este medio en la sociedad, es decir el "rating", mismos que reflejan qué tipo de audiencia se expone a qué tipo de programación y en qué horario. Con este estudio, las emisoras encuentran financiamientos publicitario para sus transmisiones.

En la línea de análisis del escucha como consumidor, "Está el estudio de hábitos y sintonía de radio y consumo en el D.F. Este trabajo se le pidió a la A.C Nielsen Co. por parte de la Asociación de Radiodifusoras del Distrito Federal"⁶⁹ En esta investigación se pretende conocer la conducta actual de los habitantes de México, en relación con la radio, la penetración de este importante medio de comunicación en los diversos segmentos de la población, además de poder averiguar datos sobre la relación existente entre el hábito de escuchar radio y el consumo de ciertas categorías de productos o servicios.⁷⁰

⁶⁸ Alva de la Selva, Alma Rosa, Op Cit pág 31

⁶⁹ Rebel Corella, Ma. Antonieta. et al Op. Cit. pág 245

⁷⁰ Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal, A C ESTUDIO DE HÁBITOS Y SINTONÍA DE RADIO Y CONSUMO EN EL D.F., México, D.F., 1985, pág 3.

Al reflexionar sobre los auditorios mismos, María Antonieta Rebel menciona que "En el contexto de los estudios de rating, se puede decir que quedan relegados a un papel de receptores." Y de "Consumidores" de "Mensajes"⁷¹ De acuerdo con esa afirmación, se puede decir que por medio de los estudios mercadológicos es posible conocer sólo ciertos hábitos de la sociedad en su uso con los medios de comunicación, en este caso con la radio.

La radio al igual que otros medios se han postulado en la sociedad como verdaderas instituciones educativas, ideológicas y políticas aún cuando algunos instan en remitirlas a sus funciones de entretenimiento e información. En este sentido, los análisis culturales de auditorías posiblemente signifiquen una forma más completa de entender estos procesos en la sociedad.

En 1985 se llevó a cabo una investigación acerca de la radio, por parte de investigadores de la Universidad Autónoma Metropolitana, Unidad Xochimilco, titulado: "La determinación social de los sujetos y sus relaciones con los medios de información", dicha investigación tuvo como objetivo. "Sentar algunas bases para el estudio sistemático de los escuchas, su determinación social y la forma en que ésta se relaciona con su exposición a la radio".⁷²

De dicho estudio surgieron las siguientes conclusiones:

1. La utilización de la radio con propósitos educativos formales ha provocado la emigración de los educandos del campo a la ciudad.

⁷¹ Rebel Corella, Ma Antonieta et al. Op Cit pág 245

⁷² Cfr. con Rebel, Corella Op Cit pág 246

2. Las investigaciones mercadológicas apoyan la tendencia central de la radio comercial de relacionarse con sus auditorios, en tanto que estos últimos se convierten en consumidores de los servicios y productos que en la radio se publicitan.
3. La radio ejerce otras prácticas sociales, los que se pueden esclarecer mediante investigaciones cuyo objetivo sea el análisis de las interacciones entre este medio y los procesos de percepción de la audiencia.
4. Los escuchas que se exponen a la radio, lo hacen de acuerdo a los horarios y posiblemente el entendimiento y recepción del mensaje se da en forma inconsciente en la mayoría de las veces.
5. La radio es escuchada en aislamiento (físico o mental) por lo cual se perfila como un medio de menor catalización de situaciones gregarias, comparado con el televisivo.
6. Los sujetos sociales presentados en esta investigación y que se exponen como más críticos ante la radio, pertenecen a los grupos de ingresos medianos y medianos-bajos de la ciudad de México, algunos son muy jóvenes (menores de 19 años), otros mayores de 31, egresados de escuelas privadas (activas, católicas o laicas bilingües), su nivel escolar es mínimo de medio superior y prefieren los programas informativos, culturales, dramáticos y música moderna, pertenecen a agrupaciones sociales como asociaciones religiosas o sindicatos y trabajan en instituciones públicas".⁷³

⁷³ *Ibidem*, pp 252 y 253

Como se observa, este estudio realizado por dicha Universidad, es un reflejo de la sociedad de la década pasada, que además, estaba engendrando cambios sociales, políticos y económicos que en esta presente década se están consolidando. Asimismo, se nota el desarrollo y presencia de la radio en la vida social, caracterizada por ser un medio que va con el radioescucha a donde él lo desee y cuando lo desee.

El describir a todos los estudios realizados sobre la radio, sería elaborar una investigación especial para ese tema, pero como el interés de esta tesis es conocer la función social ejercida por la radio en la ciudad de México, a continuación se define ésta.

2.3. LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO

En 1960, el interés estatal por la radiocomunicación se tradujo, como se mencionó en el primer capítulo de esta investigación, en la necesidad de legislar a los medios, de dicha prioridad surgió "La Ley Federal de Radio y Televisión. En ella, además de reafirmarse el dominio directo del espacio territorial por parte de la nación y la operación de canales sólo mediante concesión o permiso previo, se estipula que la radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, atribuyéndoles una función social que incluye la afirmación al respecto de los principios de la moral social, la dignidad humana y los vínculos familiares. Igualmente deben evitar influencias nocivas o perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud"⁷⁴

Respecto a la soberanía y la identidad nacional, la ley define esa función social como el fortalecimiento de la integración nacional y el mejoramiento de las formas de convivencia humana. Es decir, que esta ley responsabiliza a los medios de comunicación, sobre todo a los electrónicos de contribuir a elevar el nivel cultural de la población y conservar las características nacionales, las costumbres del país y sus tradiciones, la propiedad del idioma, y a exaltar los valores de la nacionalidad mexicana así como a fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad y cooperación internacionales.

Esto significa que a la radio y a la televisión, el Estado les ha conferido y puesto en sus manos la integración nacional, la que deben realizar estos medios, a través de sus contenidos. La programación debe estructurarse con base a la

⁷⁴ "La función social de la radio." Ponencia de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal A.C., ante el Foro Regional de Consulta Pública en Materia de Comunicación Social de la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados. Publicada en Revista EL UNIVERSO DE LA RADIO Vol I, Año 1, Primavera de 1996, pág. 8

consolidación y reforzamiento de los valores nacionales sin atender a la moral y en particular a la vida de niños y jóvenes. Además debe rescatar y difundir aspectos culturales folklóricos, con la intención de propagar información sobre éstos, a las nuevas generaciones.

En este sentido se puede decir que la Ley puso en el trabajo de los medios la labor de integrar a la sociedad, con pautas e información que le permitan a esta última conocer su nacionalismo y su propia forma de vida. Al recordar el planteamiento funcionalista, descrito en el capítulo anterior, se puede observar que dentro de algunas de las características y funciones mencionadas en esa teoría, se inserta lo que la ley estipula como la función social.

Desde sus inicios la radio dio principal difusión al entretenimiento a través de las radionovelas, programas de concursos y musicales, sin embargo, llevaba implícita la función social ya que servía de enlace entre la sociedad y los distintos sectores de esta. Empero, entendida como se define en la Ley Federal de Radio y Televisión, los medios no ejercían esta función en forma completa, de allí que se haya tenido que estipular en dicha legislación.

El reforzamiento y valoración del nacionalismo, se comenzó a instaurar dentro de programas informativos principalmente, pero paradójicamente, los propios programas de entretenimiento ya estaban difundiendo temas que daban pautas de conducta a la sociedad. Al retomar lo dicho en el primer capítulo, esto debido a que la función social es una manera en que los medios pueden proporcionar, orientar o dirigir al grueso de la población a una determinada forma de conducta en su beneficio, así como prevenir desavenencias o adversidades existentes en un determinado tiempo, espacio y lugar.

Lo anterior significa que la radio, aún la comercial, ha proporcionado pautas a seguir para conformar cierta conducta por parte de la sociedad. Los programas musicales les sugerían a los radioescuchas qué cantantes escuchar, cuál era la moda y qué comprar; de ahí que estas indicaciones conformen parte de la función social.

La radio además, posee características que le permiten (desde su origen) llegar a cientos de personas, por lo que estas mismas, puede recibir un mismo mensaje aún cuando se encuentren distantes entre ellas sí, por lo que se puede lograr una conceptualización y moralización generalizada.

En la actualidad, la función social representa en la radio, un foro abierto a la propia sociedad, con la capacidad de que sea ésta última quien determine qué es lo que necesita y requiere de la radio, del Estado, de su propia comunidad y del resto de la población.

"En el momento actual de México, coinciden dos elementos extraordinariamente afortunados; por un lado, el carácter tan peculiar de la radio, cuyo sustento primordial es el discurso, es decir el hablarnos y el escucharnos sin más intermediarios que el lenguaje que todos usamos; por el otro, una sociedad cada vez más dispuesta a hablar".⁷⁵

No significa que la radio antes de estas últimas dos décadas no haya llevado a cabo una función social, sino que es en años recientes cuando este medio ha proporcionado un espacio para la propia sociedad, en donde ella puede

⁷⁵ López Veroni, Felipe EL SENTIDO CULTURAL DE LA RADIO Ensayo publicado en Revista Mexicana de Comunicación, Año ocho, No 42 Noviembre de 1995, enero de 1996, pág 8.

hablar y a la vez ser escuchada por el antiguo emisor. Esto significa que se está llevando a cabo la realimentación conformando así una verdadera comunicación

Como se ha podido observar, la función social es un tema amplio ya que es un nuevo proceso de intercomunicación que emisores y receptores están viviendo. Los medios de difusión ya no sólo difunden sino que permiten que la sociedad participe en sus emisiones.

Para que esta participación comunicativa se lleve a cabo en forma real, es preciso que los que antes eran emisores (es decir, las radiodifusoras, en el caso de la radio), estén enterados de lo que la sociedad precisa y requiere. Lo puede lograr indagando problemas de actualidad, sirviendo de punto de enlace entre los acontecimientos y los sujetos y entendiendo y ayudando a solucionar los percances que afecten a los receptores; de hecho esto ya lo lleva a cabo la radio, y en menor medida la televisión.

"La radio siempre ha estado consciente de su compromiso con la sociedad y de participar en ella activamente, para ello se han creado radiodifusoras especializadas y programación destinados a los diversos sectores poblacionales, ofreciendo a sus radioescuchas programas de orientación social, médico, legal y laboral, entre otros temas".⁷⁶

Es decir, que este medio se ha desarrollado constantemente, de acuerdo a las necesidades de la audiencia, lo que además ha implicado que se tengan que crear nuevos formatos radiofónicos en las emisoras. Muestra de ello es la aparición de los programas hablados, de opinión, orientación y de denuncia o servicios. (Ver cuadro 2)

⁷⁶ LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO Op Cit. pág 9

CUADRO No. 2
LOS GÉNEROS EN EL CUADRANTE METROPOLITANO

GÉNERO	AM	PORCENTAJE %	FM	PORCENTAJE %	TOTAL HORAS	PORCENTAJE %
Música	2430 20	58 45	2873	91 20	5303:20	75.56
Información	638	15 35	185	5 87	823	11 26
Servicio	333	8 01	10	0 31	343	4 70
Opinión	287	6 91	12	0 38	299	4 09
Deportes	206	4 95	35	1 13	241	3 30
Otros (hablados)	166	4 00			166	2 27
Hora Nacional	33	0 79	25	0 80	58	0 80
Cultural	41	0 98	10	0 31	50	0 70
Infantil	23 40	0 56			23.40	0 32
TOTALES	4158		3150		7308	100 0

FUENTE: Radio, Cultura y Sociedad., en *Revista Mexicana de Comunicación*. No. 42. Noviembre de 1995 - Enero de 1996. pág. 12.

2.4. SURGIMIENTO DE LA FUNCIÓN SOCIAL

Como ya se mencionó, la función social de la radio se ejerció desde que este medio nació, pero fue en el año de 1960 cuando en la Ley Federal de Radio y Televisión se estipuló legalmente la obligación que tenían los medios de ejercer la función social. El término lo entendieron las industrias radiofónicas y televisivas pero no lo llevaron a cabo, por lo que el Estado tuvo que exigirles a los medios a través de la Secretaría de Gobernación, un espacio para difundir esta función social, en la radio es conocida como la hora nacional.

En la hora nacional, se transmiten radionovelas, cuentos, reportajes, información u otros programas que contienen datos importantes para la cultura nacional; tiene una duración de 60 minutos y se transmite en el horario de 10 00 p.m., los días domingos. Este espacio, permite que se enlacen todas las emisoras para lograr una cobertura nacional, al mismo tiempo. Los programas que se transmiten son producidos por el Instituto Mexicano de la Radio (IMER).

Al retomar el caso del surgimiento de la función social en la radio, se puede decir que en el período de 1977-1980, ésta comenzaba su proceso de formación, como consecuencia del antecedente de la propia necesidad de instituir el derecho a la información como una garantía social.

La radio comenzó a cumplir su función social, desde el preciso instante en que los enfoques de su programación se dirigieron al bienestar colectivo. Así, por ejemplo, el derecho a la información es un bien del público; no es algo material aunque en sus utilidades y provechos se puede ver reivindicados.

La preocupación por el derecho a la información ofreció una oportunidad y representó un factor social, para que todo el país, en sus distintos sectores económicos tuviera acceso a la cultura, el arte, la literatura y las ciencias. Además de ello, los problemas sociales, económicos y políticos tendrían cabida en la difusión de la radio, ya que el derecho a la información incluía el que la sociedad tuviera conocimiento acerca de estos temas. Con ello la audiencia podría participar en la opinión pública con bases sólidas de acuerdo a la información que recibía por los medios de comunicación.

Como se puede observar, el período analizado se ve lleno de comentarios acerca del derecho a la información, el gobierno hacía esfuerzos por legitimar y explicar su empeño porque se ejerciera dicha garantía social; por ello la función social se inclinó por los beneficios del derecho a la información. Este derecho se ingresó al artículo sexto constitucional:

"Artículo 6º.- La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de ataque a la moral, los derechos de tercero, provoque algún delito, o perturbe el orden público; el derecho a la información será garantizado por el Estado".⁷⁷

Cabe destacar que cuando se hizo la modificación a este artículo, que anteriormente sólo se trataba de la libertad de expresión, el proceso fue tardado, de hecho hubieron varias postergaciones para llevar a cabo la reforma a este artículo. Es importante decir que "Si bien la modificación constitucional se inscribe en el capítulo de garantías individuales, el derecho no será ejercido por el gobierno a título individual sino será un derecho social, correlativo —según

⁷⁷ Artículo 6º CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Ed. Porrúa, 115ª edición, pág. 12

expresión del Secretario de Gobernación , al derecho individual de libre expresión".⁷⁸

Lo anterior reafirma lo mencionado acerca de la apertura hacia la expresión que experimentó la radio. Sobre todo porque al ser un medio de comunicación, tuvo que abrir espacios que permitieran informar y escuchar a la audiencia. Es decir, que la función social se activó en la radio y en menor medida en la televisión (aún con la existencia de varios noticiarios televisivos), como consecuencia de que era necesaria la abundancia de información. Los medios se transformaron en instrumentos para el ejercicio del derecho a la información.

La comunicación humana procura una interacción entre todos los miembros de la sociedad, mediante diversos instrumentos y sistemas que permiten la multiplicidad de mensajes y una pluralidad de oportunidades para la participación y expresión de opiniones, tanto individuales como de grupos y organizaciones sociales, es decir, la opinión pública.

La radio es uno de los instrumentos que permite multiplicar mensajes, pues por la variedad de emisoras se pueden transmitir varios mensajes en el mismo horario pero por diversas frecuencias; asimismo, permite el que un amplio número de personas puedan participar y expresar sus opiniones, ya sea en forma particular, o en conjunto con otros individuos.

A partir de esta nueva necesidad de la sociedad de estar informada, la radio retomó el lenguaje como un instrumento vital; los programas musicales no desaparecieron, al contrario siguen en incremento, pero la voz volvió a surgir para

⁷⁸ Fernández Christlieb, Fátima Op Cit pág 229

expresar ideas u opiniones, además de poder escuchar nuevas voces, ahora de quienes antes sólo eran los receptores.

Otros medios debido a sus características prefirieron seguir emitiendo su propio contenido informativo, pero cargado de entretenimiento; la prensa siempre ha tenido la línea informativa en sus ediciones, empero en el caso de los medios electrónicos, era grande el interés por entretener y divertir. Cuando se presentó la necesidad de los ciudadanos por estar debidamente informados y conocer en realidad lo que sucedía alrededor de su vida, la televisión por ejemplo, no mostró ningún interés en contestar a esa necesidad social, se concentró en explotar lo comercial, lo que le daba mayores ingresos económicos.

"La radio, en cambio, opera con base en algo menos espectacular, pero más íntimo y más poderoso: el lenguaje y, para ser más precisos, con esa parte del lenguaje en que se asienta la base de la cultura: la palabra hablada".⁷⁹ De ahí que se hayan creado los formatos radiofónicos en los que se informa y se opina acerca de determinados temas

Incluso en los programas de entretenimiento de la radio; se han insertado espacios para la orientación social, en los que participan tanto los locutores, como algunos especialistas en los temas, y la propia audiencia.

Durante la década de los ochenta, se presentó un suceso de suma importancia para el ámbito internacional, el capitalismo pasó por un proceso de reestructuración que daría lugar al neoliberalismo en donde los medios tuvieron la función de integrar económica y culturalmente a la sociedad. Debido a ello se desarrollaron programas encaminados hacia la construcción de una estructura

⁷⁹ López Veroni, Felipe Op Cit pág 4

universal de comunicación que representaron un peligro para la soberanía nacional, más aún si se considera el apoyo tácito que el gobierno confirió a los monopolios informativos.

Debido a esta situación, las organizaciones sociales que inicialmente respaldaban el fortalecimiento del Estado en materia de información, cambiaron su postura y buscaron espacios de participación en canales y emisoras propiedades de estas mismas agrupaciones.

Cuando la función social apareció en la radio, "Se abre una etapa distinta en la trayectoria de la comunicación social. Entra además, un nuevo actor en escena: la sociedad civil. Su aparición se debe, fundamentalmente, a la conciencia, adquirida por organizaciones de distintos tipos, de que los vehículos culturales, educativos, recreativos y politizadores más importantes de hoy, deben ser operados democráticamente por la sociedad".⁸⁰

Estos fueron los inicios de la función social, consecuencia además de los nuevos problemas suscitados en el país, tanto en el ámbito político como en el social o en el económico. En el siguiente punto se analizan las causas que ocasionaron el que los medios de comunicación ejerciera realmente una función social, a nivel nacional, pero en particular en la ciudad de México.

⁸⁰ Fernández Christlieb, Fátima Op Cit pág 305.

2.5. CAUSAS DE LA FUNCIÓN SOCIAL

Las causas de la función social se iniciaron con la reforma al artículo sexto constitucional, en su anexo al derecho a la información; además, otra razón fue el interés de las organizaciones por contar con espacios de expresión en los medios de comunicación, pero sin duda, las causas más trascendentes fueron algunos sucesos de la década de los ochenta.

El primer acontecimiento que despertó a los medios, ocurrió en 1985 cuando los sismos del 19 y 20 de septiembre provocaron graves problemas para la población del Distrito Federal; la radio a partir de esta fecha reivindicó su función social "A nadie escapa el papel axial que la radio tuvo durante los sismos ocurridos en México en 1985, en los que facilitó el flujo de información y enlazó a nuestra ciudad aterida con el resto del país y del mundo".⁸¹

Cuando ocurrieron los sismos, antenas emisoras cayeron y la transmisión de mensajes televisivos y radiofónicos disminuyeron; sin embargo, estos medios pudieron continuar con sus emisiones y ejercieron su función social. Los espacios informativos se extendieron. En el caso de la radio, los programas musicales dejaron entrar más a la voz y sirvieron como enlace entre familias, ya que debido a que existían muchos desaparecidos y las vías telefónicas se afectaron, muchas personas necesitaban saber de familiares que vivían en las colonias dañadas y que no podían localizar.

"En situaciones de emergencia, la ciudadanía sabe que las radiodifusoras son pieza clave y, en donde se han requerido, han servido de enlace para la comunicación instantánea. Nunca como antes fue más evidente que durante los

⁸¹ Ibidem pág 3

momentos y días angustiantes que siguieron a los terremotos de 1985, cuando la radio, a la par de la sociedad civil, dejó a un lado su actividad cotidiana para dedicarse a apoyar a la población afectada" ⁸²

La función social de la radio, estaba en pro de ayudar a la ciudadanía y no puede negarse que en tanto que otros medios de comunicación como la televisión y la prensa también intentaron ejercer esta misma función frente a los percances ocurridos por los sismos, la radio fue el medio más efectivo, ya que aún en las colonias en las que escaseó la electricidad, los aparatos radorreceptores de baterías, estaban presentes.

Las indicaciones e información respecto a los desastres ocasionados por estos fenómenos naturales, eran emitidas por medio de la radio. Incluso las autoridades difundían sus comunicados sobre desalojo, o solicitud de ayuda, por la radio. Asimismo, muchas personas lograron encontrar a parientes gracias a este medio

El ejercicio de la función social en toda la amplitud del concepto estipulado por el propio Estado en 1960 en la Ley Federal de Radio y Televisión, quizás no contemplaba el que las emisoras radiofónicas prestaran ayuda a la ciudadanía en caso de desastres, como lo hizo en esa ocasión; sin embargo, aún cuando tampoco las emisoras estaban preparadas para ello, su presencia y apoyo demostrados en esos momentos, consolidaron a este medio como un prestador de servicios cuyo objetivo fue ejercer su función social.

"La radio capitalina de México, cuando ocurrió el terremoto en la ciudad de México en 1985, se comportó a la altura de las circunstancias, como vehículo de

⁸² Ibidem, pág 9

comunicación interpersonal, como medio de urgencia, como instrumento de denuncia y descubrimos que, de ahí para adelante, una buena parte de la radio se transformó".⁸³

La propia ciudadanía al percatarse de su capacidad de organización solidaria y de las necesidades que habían surgido como consecuencia de los sismos, empezó a exigir a las autoridades soluciones a sus problemas. Esta circunstancia, paralela a los nuevos espacios abiertos en la radio, permitió hacer de este medio un foro participativo en el que podían intervenir emisores y receptores

La transformación que vivió la radio se reflejó en la nueva programación que estructuraron las emisoras, incluyendo en ellas programas en los que la ciudadanía participara, es decir, foros radiofónicos en los cuales emisores y receptores intercambiaban emociones, opiniones e ideas.

"El periodismo radiofónico se ha ido transformando notablemente. Cada vez más la tendencia es abrir espacios a la discusión, la opinión, la participación, sin perder de vista que, de todos modos, es a la radio a quien corresponde informar de manera inmediata, clara y sencilla. Algunos espacios de la radio mexicana se han ido transformando como recurso político, como instrumento electoral, canal de opinión y espacio para la demanda y la denuncia".⁸⁴

Otro acontecimiento ocurrido en la década pasada es el lanzamiento de los satélites que ya en funcionamiento, permitieron que las organizaciones

⁸³ Romo, Cristina LA RADIO VIGENTE EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI Ensayo publicado en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO, Vol I No. 1 Primavera de 1996, pág 30

⁸⁴ Idem

radiofónicas pudieran transmitir sus señales a más lugares de la República Mexicana, e incluso a otros países.

Este suceso permitió a los medios electrónicos llegar a más lugares y personas y tener nuevos radioescuchas a quien difundir sus mensajes. De este acontecimiento es preciso señalar que para las emisoras representó el crecimiento de sus cadenas radiofónicas, la comercialización de nuevos espacios radiofónicos, y el desafío de cubrir las necesidades de poblaciones que quizás en una minoría serían rurales.

También los satélites abrieron un nuevo campo de competencia entre las emisoras, ya que además de las existentes se crearon nuevas, con la intención de poder acercarse más a las regiones a las que llegarían, pues no todas las comunidades tienen las mismas características y necesidades.

En 1988, las elecciones para presidente de la República Mexicana, fue otro evento que reestructuró de nueva cuenta la programación de la radio. En este año se caracterizó este medio como instrumento de expresión política, en el que se podía manifestar libremente opiniones, ideas o emociones, contrario a épocas pasadas, los medios de comunicación masiva, principalmente la radio, ofrecieron una nueva perspectiva acerca de los problemas tanto políticos como económicos, preparando así a la población hacia la transición democrática.

A raíz de esta apertura de expresión política, muchas estaciones radiofónicas se sumaron como instrumentos de orden social como una estrategia de mercado, ante la necesidad de la sociedad de encontrar espacios en los cuales sus problemas fueran escuchados.

"El mismo medio que en los años veinte y treinta sirvió para afianzar un discurso político novedoso y que, de alguna manera ayudó a que una sociedad por primera vez tuviera noticia de sí misma como totalidad, es el que hoy se abre a una diversidad crítica de opiniones de las que el poder sea, a un tiempo partícipe y escucha".⁸⁵

De lo anterior, se concreta que la radio se transformó desde la década pasada, a consecuencia de hechos que afectaban a la propia sociedad, por lo que la función social se consolidó y ha seguido aumentando hasta estos días.

⁸⁵ López Veroni, Felipe Op Cit pág 8

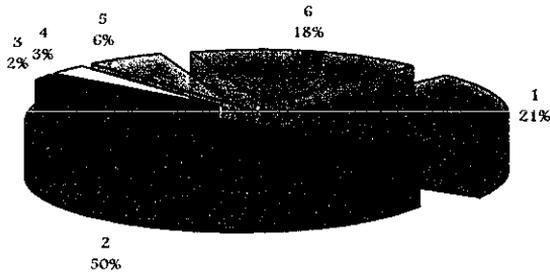
2.6. ALCANCES DE LA FUNCIÓN SOCIAL EN LA SOLUCIÓN DE PROBLEMAS

Con anterioridad se indicó que los diferentes acontecimientos sucedidos en la vida del país han transformado a la sociedad civil, la que se ha convertido en un protagonista importante en la industria radiofónica. Las estaciones de radio han modificado sus programaciones con base a estudios y sondeos que han hecho y que reflejan los gustos, necesidades e intereses del auditorio, que a la vez, este último cada vez es más exigente.

Alma Rosa de la Selva, en su obra *Radio e Ideología* (1986) hace un importante análisis de la estructura de la programación radiofónica a mediados de la década pasada: la música ocupa el primer lugar de audiencia entre los radioescuchas siendo la música en español la de mayor consumo tanto en AM como en FM. (ver cuadro 3).

CUADRO No. 3

DISTRIBUCIÓN DE LA PROGRAMACIÓN MUSICAL A NIVEL NACIONAL



- 1 TROPICAL GRUPERA
- 2 VARIADA EN ESPAÑOL
- 3 SATÉLITE
- 4 PROGRAMAS HABLADOS
- 5 RANCIERA
- 6 VARIADA INGLÉS

FUENTE Radio, Cultura y Sociedad., en Revista Mexicana de Comunicación. No. 42. Noviembre de 1995 - Enero de 1996 pág 10

Como se puede observar, actualmente la tendencia de la programación se sigue inclinando hacia el plano musical, en particular las melodías en español.

En lo que respecta a los servicios informativos de la radio, Alva de la Selva argumenta que éstos están sujetos a la información proporcionada por las oficinas de prensa gubernamentales o por los propios equipos de reporteros de las emisoras. En materia de información internacional las emisoras la pueden obtener de las agencias noticiosas foráneas —dos de ellas la UPI y la AP, norteamericanas— quienes operan a nivel mundial.⁸⁶

⁸⁶ Alva de la Selva, Alma Rosa, Op. Cit pág 89.

Lo anterior determina el entorno donde se ubican los noticieros radiofónicos, cuyos servicios están íntimamente relacionados con los intereses mercantiles de todas las empresas involucradas. Empero, "Aumenta el número de emisoras dedicadas a la información durante todo el día y crece la competencia entre las estaciones para conquista a la audiencia en materia informativa".⁸⁷

A criterio de Alva de la Selva en los noticieros se intercalan e insertan notas de deportes, de espectáculos y de otros temas; asimismo se extrae de los hechos el contexto sociopolítico en el que se gestan, adoptando un carácter fragmentario y superficial.⁸⁸

Posiblemente esto se deba a que el sector privado incide en la determinación y líneas de acción de los medios de comunicación, -no obstante, el resurgimiento del espíritu cívico nacional ha marcado nuevas rutas para la industria radiofónica; los acontecimientos son sometidos a análisis de juicio y se utilizan recursos como la concertación y el diálogo en algunos programas, para poder dar solución a ciertos problemas.

Lo anterior no sería posible sin el apoyo de los patrocinadores que forman la base mercantil de este medio de comunicación, jugando así, un papel determinante en las nuevas tendencias y en los cambios de programación de las estaciones radiofónicas

También se debe decir que la radio ha desarrollado su función social de distintas formas; por mencionar alguna de éstas, ha ayudado a difundir educación en poblados rurales de la República Mexicana; con los llamados programas

⁸⁷ Romo, Cristina Op. Cit. pág 30

⁸⁸ Alva de la Selva, Op. Cit. pág 143.

educativos, y con la supervisión de la Secretaría de Educación Pública, se logró el que varias personas, apoyadas por un profesor de la región, pudieran tener acceso a nuevos programas educativos para incrementar sus conocimientos.

Otra manera de ejercer función social por parte de la radio, ha sido la creación y difusión de programas culturales, que por lo general emiten Radio Educación y Radio Universidad, y que ayudan a que la sociedad conozca la cultura folklórica, musical, contemporánea y las ciencias. Esta difusión "Coadyuva al establecimiento de normas de conducta y modales que se vuelven la manera de ser del mexicano, independientemente de su origen o lugar en la sociedad o de ordenamientos religiosos antes vigentes" ⁸⁹

La radio difunde ideas acerca de la forma en que se da la cultura, con el propósito de que la sociedad pueda tener una manera de ver las manifestaciones artísticas; en este sentido se puede decir que se cumple uno de los planteamientos descritos en el primer capítulo, en el que se cita que los medios establecen normas de conducta sociales.

"La función social de la radio, aquí y ahora, es contribuir a romper todo cuanto vuelve extraño a quien no profesa nuestra tradición o nuestras ideas".⁹⁰ Esto significa que la radio pretende reencontrar a la sociedad con su propio nacionalismo, y ser un instrumento para que los habitantes mexicanos puedan expresar sus ideas, necesidades y opiniones.

⁸⁹ Litvak King, Jaime Antropología de la Radio en México Ensayo publicado en REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN, No. 42, Año 8, Noviembre de 1995-Enero de 1996, pp. 16 y 17.

⁹⁰ Pi Orozco, Luis Ernesto Enlazar con el sonido. Artículo publicado en REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN No 42, Año 8, Noviembre de 1995-Enero de 1996.

En el siguiente capítulo, se presentan a dos emisoras radiofónicas, de la ciudad como caso concreto, para analizar el desarrollo de su función social durante las últimas dos décadas.

III

ANTECEDENTES Y FUNCIÓN SOCIAL DE DOS CADENAS RADIOFÓNICAS

CAPÍTULO III. ANTECEDENTES Y FUNCIÓN SOCIAL DE DOS CADENAS RADIOFÓNICAS

La función social que ejercen algunos medios de comunicación, es una labor que debe analizarse, tanto para saber los motivos como los alcances que se han logrado a través de dicha función; por esta razón, se ha decidido tomar como caso práctico para el estudio, a dos emisoras radiofónicas de la ciudad de México: Radio Red y El IMER

De ambas cadenas se habla en este capítulo, en el que se detallan sus características principales, su funcionamiento, y se analiza en forma particular la función social de su programación, de acuerdo a los géneros y temas que en las emisiones se consideran para producir los programas.

En primer instancia, se describe al Instituto Mexicano de la Radio, radiodifusora perteneciente al Estado y que está encargada de producir emisiones culturales, sociales y políticas que ayuden a incrementar el nivel educativo de los habitantes del país.

Por otra parte, también se analiza a Radio Red, emisora que desde sus inicios se ha mantenido en el gusto de la audiencia, debido a la programación que tiene y sobre todo a la apertura de comunicación que tiene con el público radioescucha.

A las dos cadenas se les describe desde su organización hasta su programación con la finalidad de exponer los criterios en los que se basa para ejercer la función social.

3.1. INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO (IMER)

El Instituto Mexicano de la Radio (IMER) fue creado el 23 de marzo de 1983 como un organismo público descentralizado, con la intención de actuar como emisor en la industria radiofónica nacional. Los objetivos principales del IMER son "Promover y coordinar las actividades radiofónicas del Estado en un solo organismo, así como operar en forma integral las entidades de la radio propiedad del gobierno federal",⁹¹ igualmente proporciona los servicios de ingeniería, producción y comercialización a las emisoras que lo integran a fin de lograr la mayor eficiencia

Dos años posteriores a la creación del IMER, este grupo radiofónico ya había consolidado una infraestructura radiofónica que contaba con una confiable producción que por lo tanto se reflejó en el crecimiento de número de sus emisoras. Sin embargo, la expansión del IMER se detuvo bruscamente cuando los sismos del 19 y 20 de septiembre de 1985 destruyeron las instalaciones del Instituto.

El IMER reanudó su trabajo poco tiempo después ayudando también a la sociedad en la labor comunicativa y de reencuentro entre familiares que estaban ejerciendo también otras emisoras de radio y la televisión. Es en este momento cuando el IMER reafirmó los objetivos por los que fue creado.

Para 1987, el IMER manejaba 17 emisoras a lo largo del territorio nacional, en ese mismo año comenzó a utilizar el Sistema de Satélites Morelos principalmente para la transmisión del Sistema Nacional de Noticiarios.

⁹¹ Alva de la Selva, Alma Rosa. Op Cit. pág 67

En la actualidad, el Instituto Mexicano de la Radio cuenta con 19 estaciones que dentro de su programación utiliza distintos géneros radiofónicos, desde la programación musical, los programas de opinión, y los programas de entretenimiento, incluyendo a la radionovela. "El IMER tal vez con Radio Educación son de los grupos radiofónicos que siguen insistiendo en mantener lo que es la radionovela, un género que ya no se aborda mucho en el sector radiofónico privado, por considerarlo caro o fuera de época".⁹²

Asimismo, el IMER cuenta con estaciones de carácter juvenil en las que se transmiten programas musicales, de entretenimiento y de concursos. También hay estaciones que tienen años de antigüedad considerables, y que adquirió el IMER hace pocos años; en este caso se encuentra la XEB "La B grande de México" que en este año cumple sus 74 años de existencia y sigue manteniendo el perfil de música romántica, boleros, baladas, etc., con un esquema que le gusta a distintas generaciones.

Entre otras de las funciones del IMER, el gobierno le asignó "La tarea de operar las actividades radiofónicas del Estado, lo que incluye "La administración de recursos físicos y humanos y financieros, y la producción de bienes y servicios". De tal manera, se conservaron las actividades normativas en materia de radiodifusión para la Dirección de Radio, TV y Cinematografía (RTC), en tanto que la producción de los mensajes pasó a correr a cargo del IMER".⁹³

Cabe señalar que de acuerdo al decreto presidencial que dio origen al IMER, este organismo recibió como patrimonio las áreas descentralizadas

⁹² Carrillo, Armando. Jefe de Producción del IMER. Entrevista con México, 1997

⁹³ Alva de la Selva, Alma Rosa, Op Cit pág 67

operativas de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía y las entidades Vocero Mexicano, S.A. concesionaria de la radiodifusora XEB; Organización Radiofónica Orfeón, S.A., la cual se transformó en Comercializadora IMER, S.A., y posteriormente se convirtió en la Dirección de Comercialización, XERMX-OC, Radio México Internacional; tiempo después, se recibió XHOF-FM, Radio D, que se transformó en Estéreo Joven y en la actualidad se conoce como Órbita; la sección radio de la Productora Nacional de Radio y Televisión (PRONARTE), la que se integró al Instituto, como la Subdirección de Programas y Campañas especiales de la Dirección de Producción; también le fue asignada al IMER la empresa Promotora Radiofónica del Balsas, S.A., concesionaria de la radiodifusora XELAC, de Ciudad Lázaro Cárdenas Michoacán, y la estación XEQK en sus frecuencias de amplitud modulada y onda corta.

El Instituto Mexicano de la Radio configuró su política de comunicación social en los siguientes principios y acciones:

1. Que la radio contribuya al fortalecimiento de la soberanía y de la conciencia de la identidad nacional, mediante la afirmación de nuestros valores esenciales
2. Que la radio impulse las manifestaciones culturales que expresan los valores que dan forma a nuestra identidad nacional y a nuestra vocación universal.
3. Que la radio proporcione información veraz, oportuna y coherente del acontecer contemporáneo.
4. Que la radio procure que la recreación ofrecida sea de alta calidad y socialmente útil

ESTA TESIS NO DEBE
CALIFICARSE EN LA BIBLIOTECA

5. Que la radio se use con el propósito de ampliar y diversificar la participación ciudadana, así como orientar al consumidor para proteger su capacidad adquisitiva".⁹⁴

Se debe decir que desde sus inicios el IMER se estructuró como un organismo corporativo y operativo, con la finalidad de hacer práctica, eficaz y eficiente la función administrativa de la radio estatal, además de ser congruente con las disposiciones del gobierno federal de simplificación administrativa y cumplir estrictamente con la política de austeridad del régimen que se presente.

En sí el IMER, opera en forma directa las emisoras radiofónicas que le fueron asignadas, con el propósito de hacer óptimos sus recursos en forma corporativa y para el desarrollo de esa función, el Instituto está integrado con las siguientes direcciones de área: de producción, de ingeniería, de administración de finanzas, de planeación, de comercialización, contraloría interna y unidad jurídica

En general, la organización del Instituto Mexicano de la Radio implica una integración de los servicios para evitar la duplicidad de tareas. Esto permite que la planeación, la administración, la ingeniería, la producción, la comercialización, los servicios jurídicos y el control y la evaluación constituyan centros comunes de los que se desprenden las acciones que sustentan el funcionamiento de las entidades integradas.

El IMER siguiendo los lineamientos del decreto del Licenciado Miguel de la Madrid Hurtado, presidente de la República Mexicana, durante la fecha de creación de este organismo, cuenta con los siguientes órganos:

⁹⁴ Rebel Corella, Ma. Antonieta Op Cit pp 113-114

JUNTA DIRECTIVA:

Órgano supremo encargado de dictar lineamientos generales y de aprobar los programas, presupuestos, balances y estados financieros, así como las medidas propuestas por la Dirección General. La junta directiva está presidida por el C. Secretario de Gobernación.

DIRECCIÓN GENERAL:

El Director General es designado por el C. Presidente de la República y dentro de las funciones de la Dirección General, está el representar legalmente al Instituto y a sus entidades con todas las facultades y poderes generales. Además esta Dirección es la encargada de observar y vigilar el cumplimiento de las políticas y disposiciones que en materia de comunicación radiofónica emita el Presidente de la República y las dependencias de la Administración Pública Federal; asimismo, le corresponde emitir los lineamientos de aplicación, así como la autorización para instrumentar los procedimientos que coadyuven al cumplimiento de los objetivos institucionales.

COMITÉ DE VIGILANCIA:

Este Comité, designado por la junta directiva, tiene como atribución examinar libremente las operaciones administrativas y financieras del Instituto e informar a la junta directa sobre el resultado de su gestión.

CONSEJO CONSULTIVO:

El Consejo Consultivo designado por el órgano supremo, es presidido por el director general y tiene como principal función el asesoramiento para el mejor funcionamiento del Instituto.

DIRECCIÓN DE
PRODUCCIÓN:

Ésta área tiene como función genérica la producción radiofónica del Instituto para los programas, transmisiones y campañas que le sean solicitados por los sectores público, social y privado, además de enriquecer las programaciones de las entidades del Instituto con emisiones de contenido.

Cabe señalar que la dirección tiene ciertas funciones específicas de las que destacan:

- "a) Apoyar la producción integral de las estaciones de radio del gobierno federal.
- b) Diseñar programas de alto nivel educativo, cultural, recreativo, orientador e informativo
- c) Coordinar las transmisiones del gobierno federal a través de la radio
- d) Producir los programas de medias horas que por ley le corresponden al Estado diariamente en todas las radiodifusoras del país.
- e) Realizar los programas especiales y controles remoto que soliciten los sectores público, social y privado
- f) Proponer, desarrollar y cumplir en materia de radiodifusión los convenios de cooperación, coproducción e intercambio que celebre el Instituto con entidades nacionales y extranjeras.
- g) Organizar el uso de estudios y el control de materiales para su tarea radiofónica.
- h) Organizar y optimizar el centro de documentación para apoyar la producción radiofónica del Instituto y para la toma de decisiones en la definición de estrategias de comunicación social".⁹⁵

⁹⁵ Instituto Mexicano de la Radio DOCUMENTO INTERNO s/f pp 3 y 4

El IMER ha tratado de cubrir cuatro temáticas principales dentro de su programación. Estas 4 temáticas son:

- 1) Cultura y recreación: Bajo esta temática se considera la expresión de las diversas manifestaciones artísticas, científicas y humanísticas creadas a nivel nacional e internacional.
- 2) Educación: Esta temática se concibe como la transmisión de conocimientos para coadyuvar a la formación integral del individuo, sustentándola preferentemente en principios pedagógicos.
- 3) Información: Los programas concernientes a ella, están destinados a informar y analizar oportunamente el acontecer nacional e internacional.
- 4) Orientación. Esta temática se comprende como la difusión de información útil para la sociedad, puesto que ayuda a la ciudadanía a mejorar sus condiciones de vida.

DIRECCIÓN DE INGENIERÍA:

Tiene a su cargo el mantenimiento óptimo de las condiciones de la infraestructura técnica de la radio estatal; además, le corresponde hacer los estudios adecuados para la expansión de la red nacional de radio, acordes con las normas que ordenan las autoridades competentes.

DIRECCIÓN DE ADMINISTRACIÓN Y FINANZAS:

Tiene como función genérica la administración de los recursos humanos, materiales y financieros necesarios para la operación del IMER y sus entidades. Además, esta Dirección debe unificar el marco de actuación del área administrativa y financiera, en coordinación con las demás áreas operativas con el propósito de cumplir con los preceptos de austeridad y renovación moral dictados por el gobierno.

- DIRECCIÓN DE PLANEACIÓN:** Esta es la responsable del proceso de integración de sistemas y procedimientos para el mejor funcionamiento de las áreas del IMER y sus entidades. Elabora y procesa los planes, programas y presupuestos a corto, mediano y largo plazo.
- DIRECCIÓN DE COMERCIALIZACIÓN:** Coordinadora, promotora y vendedora de los servicios radiofónicos que el IMER brinda a los sectores público, social y privado en materia de producción, grabación y transmisión radiofónicas, tanto en el Distrito Federal como en el resto del país.
- CONTRALORÍA INTERNA:** Ésta tiene la función de vigilancia y control en apoyo a la Dirección General, de acuerdo a las normas dictadas por las autoridades competentes. Asimismo, lleva a cabo revisiones periódicas integrales de todos los conceptos de operación y administración que son susceptibles de revisión, comprobación y evaluación, en forma programática y calendarizada.
- UNIDAD JURÍDICA:** Esta unidad tiene como principal función, representar ante tribunales, autoridades, instituciones y particulares, al IMER y a sus entidades para toda clase de asuntos relacionados con su competencia.

A grandes rasgos esta es la organización corporativa del Instituto Mexicano de la Radio. Ahora corresponde describir la programación de este organismo estatal, considerando que sin perder su propia fisonomía, las estaciones que pertenecen a este Instituto, entrelazan su operación para aprovechar las ventajas de un sistema corporativo con entidades centrales para la producción, la comercialización, la administración y las áreas técnicas.

De acuerdo a esto, con la agrupación de las estaciones que en la actualidad pertenecen al IMER, se hicieron cambios en la programación de estas emisoras radiofónicas con el fin de configurar una alternativa distinta frente a la programación difundida por la radiodifusión comercial.

Así, se dio "La transformación de una estación tropical como la XERPM, en la primera difusora dedicada a los niños, primera y única en México y en el mundo; la elevación de la XEMP hasta constituir una de las tres estaciones culturales de la capital de la República; el rescate de la XEB como una estación difusora de la creación popular del campo y de la ciudad; la transformación de la XEQK de una emisora esencialmente comercial, a una estación de servicio a la ciudadanía, la orientación de XHOF-FM hacia ese público importante que integran los jóvenes; la redefinición de XELAC, en Lázaro Cárdenas, Michoacán, como una difusora de profundidad y contenido, y la reorganización de XERMX-OC, Radio México Internacional, para que cumpla cabalmente su misión de difundir en el extranjero la música y la palabra de nuestro país".⁹⁶

En el D.F., el Instituto Mexicano de la Radio operan 7 estaciones, de las que se analiza a continuación su programación de acuerdo a sus contenidos.

⁹⁶ Ibidem pp. 8 y 9

3.1.1. CONTENIDO SOCIAL

Acorde con la intención del gobierno federal de incrementar su participación en la radio como un recurso que garantiza el derecho ciudadano a la información, el IMER maneja dentro de sus estaciones programas de contenido social.

Caso concreto de ello es la XEB, "La B Grande de México" que fue la primera radiodifusora establecida en la capital de país. Desde su creación en 1923, "La B Grande de México ha apoyado a los autores, compositores e intérpretes nacionales, ellos han conformado el perfil de la estación y la B Grande de México ha contribuido a darle a la música popular mexicana la gran dimensión que en todo momento y en todo lugar se le reconoce" ⁹⁷

Hasta 1979 la estación formaba parte de la Organización Radio Fórmula, pero el Estado la tomó a cambio de la condonación de una deuda que tenía esta empresa privada y la integró al IMER gracias a RTC. Esta emisora transmite las 24 horas del día en la frecuencia de 1,220 Khz con 100 mil watts de potencia. Esta radiodifusora es la estación nacional y familiar del IMER y su objetivo es rescatar permanentemente los valores nacionales.

El perfil de la emisora obedece a la información recibida en los Foros de Consulta Popular de Comunicación Social llevados a cabo meses previos a la creación del Instituto Mexicano de la Radio. De ahí que su programación cumpla con las temáticas de: cultura, entretenimiento, orientación, información, educación y deportes. Esto significa que en su programación se tratan temas relativos al

⁹⁷ Instituto Mexicano de la Radio PROGRAMACIÓN DEL IMER DOCUMENTO INTERNO s/f pág 2.

desarrollo de la vida cotidiana con sencillez y conocimiento de causa; en especial aquellos aspectos que intervienen en el bienestar general de la sociedad.

En este sentido, "La B Grande de México" es la estación de las familias, ya que está atenta al desarrollo de la vida cotidiana, tanto a nivel ciudadano como nacional.

Otra estación es Órbita en el 105.7 de FM, la cual cuenta con un auditorio juvenil muy amplio. "Es una estación roquera que ha tenido una enorme aceptación entre los jóvenes y esto ha servido para aprovechar esa gran audiencia a través de la música, para enviar mensajes dirigidos particularmente a los jóvenes sobre aspectos del SIDA, drogadicción, orientación vocacional, en fin una serie de aspectos que se aprovechan en función de que esta estación tiene un alto "rating" y este perfil ha permitido que muchos de estos mensajes puedan llegar además de la música a un perfil juvenil".⁹⁸

Esta emisora transmite durante 20 horas diarias, con 30 KW de potencia. El 95% de los programas producidos en esta radiodifusora se realizan en vivo, característica que distingue a esta emisora de las restantes estaciones de F.M. Las expresiones más representativas de la música juvenil transmitida son rock, jazz, blues, anfrontillana, reggae y canción popular contemporánea (y toda clase de sonidos raros).

Es decir, que la programación de esta emisora está elaborada con estricto criterio selectivo y el comentario, sustentado en la información y la experiencia, hacen de Órbita una estación actual, ambiciosa, y dirigida al público joven.

⁹⁸ Carrillo, Armando Entrevista citada

Además de transmitir música moderna en español, difunde programas que cumplen con un contenido de esparcimiento y servicio social, el propósito principal de esta emisora es lograr que la juventud radioescucha tenga acceso a un foro de participación en donde pueda expresar lo que siente, piensa, prefiere y le preocupa, coadyuvando al fortalecimiento de nuestra identidad y facilitando el proceso de integración social.

XEQK, la hora exacta, es otra de las emisoras de servicio y de contenido social del Instituto Mexicano de la Radio; desde 1939, esta radiodifusora proporciona minuto a minuto la hora exacta de México, proporcionada por el Observatorio Astronómico Nacional. Posee una agilidad en el ritmo y la concisión en los mensajes son sus características más sobresalientes.

Esta emisora transmite las 24 horas del día en la frecuencia 1,350 Khz, de amplitud modulada y banda 9.5 de onda corta. La XEQK cumple con el objetivo de proporcionar al auditorio, información y servicio en forma breve y concisa, por medio de cápsulas de seis segundos de duración; esta estación además de la publicidad que difunde proporciona información a los radioescuchas en casos de emergencia sobre hospitales, policía, bomberos, etc.

Cabe señalar que el principal contenido social difundido por el IMER, es a través de las emisoras antes señaladas, sin dejar de lado que las otras cuatro estaciones de la capital, impulsadas por este Instituto son OPUS 94, Radio México Internacional, Alma musical de México y la Candela, que su programación también contiene aspectos sociales y de servicio.

3.1.2. CONTENIDO ECONÓMICO Y COMERCIAL

Con base en la audiencia que tienen las siete radiodifusoras del Instituto, se delimita la programación de carácter económico de cada una de ellas. Es decir que a partir del “rating” se puede catalogar a las estaciones.

De lo anterior resalta que la XEB es la estación de mayor audiencia; su público escucha está constituido principalmente por amas de casa entre 30 y 45 años, de las clases sociales baja y media; en esta estación se anuncian productos y servicios acordes por lo tanto a la audiencia escucha y lo cual constituye a la emisora como una de las estaciones del IMER más rentables.

XEQK, como ya se mencionó, se constituye en la estación más idónea para la publicidad breve, de impacto, debido a la agilidad, brevedad y concisión de las cápsulas que emite.

Otra de las estaciones del IMER que está dirigida a un sector específico de la población como Órbita, la Candela y el Alma musical de México, emiten mensajes comerciales enfocados a esos sectores, sin embargo, dado que es bajo el poder adquisitivo de esos públicos, la rentabilidad de estas emisoras es bajo, al igual que XHIMER-FM, Opus 94, quien es promotora de la cultura musical.

Como se puede observar, el IMER trata de que el contenido de sus emisiones no sea tan comercial, sino más de carácter social, en el que el fin de lucro sea mínimo, pues debe recordarse que aún cuando estas emisoras pertenecientes al IMER fueron antes concesiones de tipo de comercial, se han adecuado las programaciones de dichas emisoras con el propósito de que puedan

servir principalmente a la ciudadanía, más que venderle u ofrecerle artículos o servicios de tipo comercial.

3.1.3. CONTENIDO POLÍTICO

Dentro de la programación de las estaciones radiodifusoras del IMER, se incluye una amplia difusión del panorama político nacional, como una inclinación acentuada hacia los movimientos políticos encabezados por la actual administración y el Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Asimismo, las acciones de programas diversos como el Programa Nacional de Solidaridad, el Plan de Bienestar familiar, entre otros, encuentran en las radiodifusoras del Instituto Mexicano de la Radio, un espacio para ser transmitidos a los diferentes sectores de la población.

Cabe señalar que en estos últimos meses, debido a la apertura democrática que se vive en el país, en las emisoras del IMER se han incluido programas de debate entre contendientes de diversos partidos políticos con el propósito de que expresen su ideología y plataforma política.

Lo anterior responde a la necesidad de la población por tener una transición en el aspecto político y además, a estar informada sobre este tema, en forma plural, gracias a los medios de comunicación, pertenecientes o no al propio Estado

También en las emisoras del IMER se pueden encontrar dentro de la programación, contenidos políticos, expresiones intelectuales, artísticas, opiniones de investigadores y profesores que no estén arropados bajo la cobija oficial.⁹⁹

⁹⁹ Navarro Benitez, Raúl Y.T.V ¿QUIÉN ERES?, 1ª edición, México, 1991, pág 212

3.1.4. CONTENIDO NOTICIOSO

En el plano informativo, el IMER ha desarrollado un Sistema Nacional de Noticiarios con el propósito de realizar y producir programas de carácter noticioso e informativo, así como transmitirlos a través de las estaciones pertenecientes al IMER y de aquellas que por convenio utilizan estos servicios informativos

El Sistema Nacional de Noticiarios del IMER, se apoya en los servicios del Sistema Morelos de Satélites; además, estructura programas periodísticos radiofónicos que mantienen la presencia viva y real de México en el exterior, contribuyendo a la consolidación de su imagen internacional

Asimismo, aparte de los noticiarios del Sistema, difundidos por todas las estaciones del Instituto, se cuenta con XEMP, Radio 710, la cual fue incorporada al IMER como Radio Información, como una estación de tipo periodístico, posteriormente, su perfil fue cambiando transformándola en una radiodifusora de tipo cultural bajo Opus 710 y actualmente regresó a tener un perfil musical, sobre todo del género ranchero y norteño, pero que sigue manteniendo su finalidad informativa, al difundir noticias nacionales e internacionales, además de proporcionar un servicio social y de difusión de las manifestaciones culturales y folklóricas.

Asimismo, la B Grande de México cuenta con espacios en donde la opinión de la ciudadanía, acerca del acontecer nacional, es una plataforma informativa que permite a todos los radioescuchas participar.

Por su parte, la XEQK, la hora exacta transmite minuto a minuto en cápsulas de segundos, las noticias más sobresalientes de las últimas horas.

Con lo antes dicho se puede observar que el aspecto informativo es un factor que tiene importancia dentro del contenido de la programación del IMER.

Al igual que este Instituto, existe otra cadena radiofónica que se ha dedicado a ejercer su función social a través de sus emisiones radiales, en la Ciudad de México, y la cual se describe a continuación.

CUADRO SINOPTICO RADIO IMER

EL INSTITUTO MEXICANO DE LA RADIO Y SUS CONTENIDOS	CONTENIDO SOCIAL (Aquí la programación se basa en programas hablados)	Estaciones cuya programación es social: "La B grande" XEB Órbita XEQK "La hora exacta"	Estaciones que tienen programas para servir y atender a la sociedad
	CONTENIDO ECONÓMICO Y COMERCIAL (Aquí la programación es idónea para atraer público por lo cual los ingresos son altos por lo que en esas estaciones se anuncia)	Estaciones con mayor audiencia y por lo tanto de mayor beneficio económico para IMER XEB "La B grande" La Candela XEQK "La hora exacta" Opus 94 Alma musical de México	
	CONTENIDO POLÍTICO	Principales contenidos El IMER en general, busca dar a conocer toda la información generada en el ámbito político y gubernamental, con el propósito de que este grupo radiofónico realmente sirva a la sociedad	
	CONTENIDO NOTICIOSO	El IMER cuenta con un sistema Nacional de Noticias cuyo principal interés es lograr dar información y atención a la sociedad mexicana Para cumplir con esta meta, el sistema de noticiarios difunde su trabajo por las estaciones del grupo y en particular por Opus 710	

3.2. GRUPO RED

El Grupo radio Red, inició su labor con el nombre de Radio Programas de México (RPM), la primera organización que tuvo una estación totalmente informativa. A ella se debe el lanzamiento del noticiero de mayor tiempo de duración en México: Monitor.

Radio Programas de México debe su creación a Clemente Serna Martínez quien inicia su labor radiofónica en la estación XET de Monterrey Nuevo León, trabajando como cronista deportivo y locutor, en donde es nombrado Gerente General en 1935

En 1937 Clemente Serna con la colaboración de Fernando Pasos Sosa, Expedito Martínez y otros, forman la Asociación Mexicana de Estaciones Radiodifusoras, actualmente la Cámara Nacional de la Industria de la Radio y la Televisión (CIRT), con la finalidad de ser un órgano que agrupe a los radiodifusores del país.

A su llegada a México, Serna Martínez busca a Emilio Azcárraga propietario de la XEW y XEQ en ese entonces y le expone sus ideas sobre una empresa dedicada a la producción de programas, que no había en provincia; tanto para distribuir estas emisiones como para un mejor control de la publicidad por parte de los anunciantes

Con el entusiasmo de Serna y la inquietud de Azcárraga, en 1941 se emprendió la tarea de llevar la radio al interior de la República, iniciando así las labores de Radio Programas de México, el 16 de junio de ese año.

La programación de RPM, empezó a trabajar con sus famosas radionovelas de misterio, radio-teatros y programas cómicos. Así, la representación, la producción y el manejo radiofónico se encontraba al aire, logrando una característica que ha venido a notarse en la actualidad

La organización Radio Programas de México, se consolidó rápidamente; para esa época contaba con modernos estudios de grabación y experimentados locutores, lo que permitió una mayor obtención de ganancias. Asimismo, el logro económico se debió también a las metas propuestas por Clemente Serna, en cuanto a los contenidos de las emisiones

Esta empresa a lo largo de su desarrollo no sólo se encargó de distribuir en la provincia programas grabados en XEQ y XEW, sino que amplió su campo de acción al firmar convenios de transmisión con países de Europa y América Latina. Dichos convenios incluían intercambios de programas y producciones especiales.

En 1944, Radio Programas de México formó la Cadena Continental, la cual, se encargaba de enviar grabaciones de programas mexicanos a los países de Centro y Sudamérica, entre los que están Argentina, Cuba, El Salvador y otros.

Cabe señalar que en ese mismo año, RPM llevó sus micrófonos a Cuba con el propósito de captar el discurso de la toma de posesión del Dr. Ramón Grau San Martín. Es decir, que esta radiodifusora, trataba de estar en los acontecimientos mismos para retransmitirlos a la sociedad mexicana.

Para 1945, la preocupación por todo aquello que significara ganancias y avance en el campo de la comunicación, da como resultado la creación de la Organización Impulsora de Radio (OIR). En ese mismo año, las afiliadas a RPM,

empezaron a difundir reseñas de diversos encuentros deportivos que se presentaron en México. Asimismo, en esa misma fecha, esta cadena ya contaba con 78 emisoras afiliadas, a nivel nacional

En 1946, surgió Arte Radiofónico de México, emisora filial de RPM y que tenía a su cargo la grabación de las radionovelas, un género muy competitivo y de gran aceptación entre los radioescuchas de la capital de la República y de la provincia. Esta agrupación contaba con actores experimentados en el terreno radiofónico, además de técnicos especializados en la grabación de los programas ahí originados

Para el año de 1948, RPM y la XEQ formaron la Cadena Azul, que transmitía vía telefónica conciertos, noticias, deportes, teatro, comedia y bailes. Es preciso señalar que algunas de las estaciones filiales que ayudaban a este tipo de transmisión, estaban en Morelia, Monterrey, Guadalajara y Veracruz.

Un año después, entró al aire la primera estación de "Sólo noticias", llamada XEOY, Radio Mil, emisora que es el antecedente de la XEX (ya desaparecida actualmente como estación dedicada a transmitir exclusivamente noticias), de Radio Red y de Radio Información.

La década de los cincuenta representó para RPM grandes cambios:

En 1953 vende la XEOY Radio Mil de "Sólo noticias", dado que no tiene el éxito esperado; sin embargo tras esta venta, no deja de lado Radio Programas de México, la idea de contar con una emisora informativa.

En ese mismo año, RPM adquiere el canal 7 de la televisión de Matamoros, Tamaulipas, ampliando así su campo de acción en los medios de comunicación

Para 1954 Radio Programas de México forma un nuevo grupo que lleva por nombre Cadena Tricolor, dedicada básicamente a la venta de productos del anunciante, es decir publicidad. Dicha cadena inició sus operaciones en el mes de junio, contando con treinta afiliadas.

El fin primordial de esta cadena era ser "Un vehículo adecuado para llevar la venta de productos a mejores mercados de la República".¹⁰⁰

Durante ese mismo año, Radio Programas de México adquirió la estación XERPM y en 1956 la cadena, empezó con las transmisiones de la serie Radar Tricolor, que rompió con los moldes establecidos en los programas de aquella época, a través del cumplimiento de la labor de esparcimiento y diversión que se transmitía a toda la República Mexicana y a los programas de mayor audiencia. Este programa, contenía entrevistas con artistas y estrellas de ese tiempo, llevando los micrófonos de la emisora hasta el hogar de dichas personalidades; asimismo visitaba los asilos, el Palacio de Bellas Artes o el restaurante bar El Tenampa.

Bajo ese panorama, durante los primeros quince años de vida de Radio Programas de México se convirtió en una institución exitosa económicamente hablando, y dentro del campo de la radiodifusión. A finales de 1957, RPM contaba

¹⁰⁰ Serna Martínez, Clemente Citado por Darién, Mariana EL PERIODISMO RADIOFÓNICO COMO FORMADOR DE LÍDERES DE COMUNICACIÓN EL CASO JOSÉ GUTIÉRREZ VIVO Tesis UNAM, 1990, pág 127

con un auditorio "De siete millones de radioescuchas en la República Mexicana y dos millones en los Estados Unidos a través de sus afiliadas".¹⁰¹

En 1959 esta organización transmitió desde Japón la pelea de box por el campeonato de peso gallo entre José Becerra y Jenry Yokura. Cabe señalar que esta empresa se destacó por las reseñas de los eventos deportivos, como fue el caso de los llevados a cabo en Estocolmo, Suecia.

Durante la década de los sesenta RPM adquirió en la ciudad de Monterrey la emisora XEMR, cuya programación contenía la transmisión de música regional. Asimismo, esta organización empezó las transmisiones de su estación en Guadalajara llamada "Radio Ranchito", que al igual que la de Monterrey, difundía música mexicana.

También en los sesentas, Radio Programas de México logró el permiso correspondiente para transmitir en idioma inglés programas informativos y musicales, a través de la estación XEVIP en la frecuencia 1560 de amplitud modulada. Esta emisora contaba con los servicios de la Columbia Broadcasting System (CBS), la cual empezó a transmitir fuera de su país de origen por primera vez.

Asimismo la XEVIP, contó desde sus inicios con servicios de la BBC, Radio Suecia, Radio Australia, Radio Canadá y la ONU, para organizar su información; cabe señalar que las noticias eran completadas por el Departamento de noticias de Radio Programas de México.

¹⁰¹ Ibidem, pág. 128

Durante la década de los setentas esta organización (RPM) adquirió una estación la XERCN, que era propiedad de Cutberto Navarro; dicha emisora era conocida como Radio Cadena Nacional, y posteriormente cambio su nombre por el que actualmente tiene: XERED.

La Red, como se le conoce a esta radiodifusora empezó sus transmisiones con un horario de 5:45 a la 1:00 de la mañana, contando con 50 mil watts de potencia. La programación de esta emisora contiene información, novelas, comentarios, entrevistas, servicios al público y música, en forma particular se caracteriza por emisiones de mayor contenido hablado y la comunicación que establece la emisora con la audiencia a través del teléfono. Cabe señalar, que esta cadena tuvo como objetivo ser "Una red nacional, una red de información de esa estación piloto".¹⁰²

Cabe recordar que la idea de informar al público sobre aspectos informativos ocurridos en la República Mexicana, no la había dejado de lado RPM, por lo que en abril de 1974 entró al aire la Red Nacional de Noticias, cubriendo 53 plazas del país, ofreciendo un servicio oportuno y confiable al integrar un equipo de locutores, redactores, comentaristas, corresponsales, técnicos y operadores.

Debido al éxito de esta Red, en ese mismo año apareció el programa informativo Monitor, el cual se sigue escuchando en la actualidad, "Con un locutor y conductor que le da vida, por sus comentarios, enojos justos y llamadas de atención válidas. El equipo humano se compromete claramente en un servicio

¹⁰² Hernández Ibarra, Ma. del Carmen "Historia Emocionante: Radio Red" Información publicada en la COLUMNA HERTZ EN RADIO, del periódico Novedades, México 14 de abril de 1986, pág 14

más de Radio Programas de México porque lo importante en Radio Red es su familia y usted".¹⁰³ En este caso, el conductor estrella es Gutiérrez Vivo.

También, a RPM se integró en 1986 una nueva estación en la banda de F M., bajo el nombre de Alfa 91.3; el contenido de esta emisora es musical, transmitiendo con mayor logro la música en español, inglés, francés e italiano. Asimismo, se incluyen en la programación, reportes informativos cada hora.

En general estos son los antecedentes principales de Radio Programas de México, que actualmente es conocido como Grupo Red, que está integrado por las radiodifusoras: Radio Red en el 1110 de AM, Radio Red en el 88.1 de FM, y Alfa 91.3 en FM., además del canal super seis de Guadalajara, Jalisco, esto en el medio televisivo, igual que TeleMúsica, y otras empresas dedicadas también a la comunicación como Red Multimedia, que "Abre la posibilidad de ofrecer a los anunciantes un nuevo canal de contacto con su público objetivo", Super Red que es otra empresa filial dedicada a la venta de espacios en las emisoras de su propiedad, para los anunciantes, y Musi Max, que es una organización que ofrece música ambiental para empresas.

¹⁰³ Ídem

3.2.1. CONTENIDO SOCIAL E INFORMATIVO

En cuanto al contenido social difundido por el Grupo Red, cabe señalar que éste es el organismo radiofónico que mayor difusión social ha destacado a lo largo de su existencia. La principal labor social que desempeña este grupo, está manifestada en el contenido de las estaciones Radio Red, de AM y FM., que se caracterizan por tener foros de opinión y expresión para los radioescuchas

El programa Monitor es el espacio de mayor expresión para el público, pues es "En donde tenemos un servicio de atención al auditorio muy amplio, recibimos las llamadas telefónicas mediante un sistema computarizado, donde se llevan estadísticas de edad, sexo, profesión, domicilio, si es del D F., o del Estado de México, etc., es decir, los rasgos de la audiencia. Asimismo tenemos un espacio en el que se le da atención a las necesidades del público, se llama Manifiesto contacto donde todos los días viernes alguien de un organismo público privado da información sobre algún tema, por ejemplo. Afores, Seguro Social, Cartillas, Delegación, Municipios, etc ".¹⁰⁴

Es decir, que el programa de Monitor está a la vanguardia en la información, sobre todo el público tiene un espacio de expresión en el que denuncia, comenta y opina y por lo tanto también hace noticias. Asimismo, se puede observar que Radio Red, abre foros para que vayan personalidades del sector público o privado a hablar de determinado tema que le concierna a la sociedad.

¹⁰⁴ García Jiménez, Martha. COORDINADORA DE OPERACIONES, En Radio Red, Entrevista con México, D F , 1997

Cabe señalar que el contenido social de Radio Red se puede pensar que ha sido el motor de acciones sociales importantes, puesto que el propio público es quien está interesado en los temas expuestos "Los temas que se han tocado en la estación, en ocasiones han sido difíciles para el público, dado que no está acostumbrado a manejar qué es política y economía, sin embargo nosotros las manejamos aquí diariamente, pues se hacen mesas de trabajo sobre política y economía y el público, está ahora más interesado sobre esos temas que atañen a su persona y a su país".¹⁰⁵

En lo fundamental, Radio Red se ha caracterizado por atender las necesidades de sus radioescuchas, pues a través del sistema computarizado antes mencionado, se canalizan las llamadas de la audiencia de acuerdo a lo que precisen

En Radio Red, el desarrollo de su función social se ha dado principalmente debido a que la audiencia externa sus necesidades, y las emisiones radiofónicas tratan de responder a éstas. Los locutores, si está en sus manos y dentro de sus capacidades, dan ellos mismos las respuestas adecuadas a los problemas expuestos, y si no, entonces tratan de canalizar las necesidades a las autoridades correspondientes.

La participación de la sociedad, es un punto importante dentro de lo que se maneja en el contenido de la programación. Ya sea en los foros de expresión o en las mesas de trabajo sobre orientación social, económica, política y familiar que se requiere

¹⁰⁵ Ídem

Los expositores de dichas mesas son especialistas en los temas que se abordan, con la intención de que se expongan de la mejor forma los problemas y se den reales soluciones. Dentro de los temas más tratados están los aspectos fiscales, la ecología, la industria, la empresa, la política, la economía, y los problemas sociales

En este contenido social que incluye Radio Red en su programación, también se encuentra el tema de la familia, desde problemas con los niños, adolescentes y cónyuges, hasta los problemas con las tareas del hogar.

Es decir que se maneja un contenido que puede interesar a cualquier persona, pues incluye temas variados que van desde una perspectiva familiar hasta la propia social

Asimismo, en el Grupo Red, el aspecto informativo es otra parte esencial de la programación, pues la estación Radio Red de A.M., y de F.M., con su programa Monitor es el principal noticiero de radio que se escucha en la ciudad, sobre todo por su veracidad, y cantidad de noticias de diversos temas que se transmiten.

El contenido informativo del Grupo Red se caracteriza porque además de informar sobre sucesos del acontecer político y económico, le proporciona a los radioescuchas la información que estos requieren sobre casos específicos de sus colonias, o ciudad. Esto quiere decir que en Radio Red, se le da al público, las noticias que desea saber, lo que significa una mayor atención a la audiencia y también una función social.

En este grupo radiofónico existen noticieros con duración de 30 ó 60 minutos, así como programas de mayor duración (hasta 3 ó 4 horas diarias), o reportes noticiosos cada hora en sus emisoras. Cabe señalar que se informa sobre el tránsito vehicular de las principales avenidas de la ciudad, lo que ayuda a que el radioescucha pueda saber por donde transitar sin problemas de tráfico.

Asimismo, se dan noticias de espectáculos que se llevarán a cabo en la capital mexicana con el propósito de que la audiencia sepa qué hacer en su tiempo libre, pues se dan opciones que realmente valen la pena para acudir.

Lo anterior puede demostrar que el Grupo Red, intenta sobre todo, ejercer una función social dentro de su programación con el propósito de atender realmente a la sociedad y ser un medio de comunicación que atienda las necesidades y gustos de ésta

3.2.2. CONTENIDO ECONÓMICO Y COMERCIAL

El contenido comercial de Radio Red, es amplio, dado que el propio rating del grupo, es una plataforma de gran interés para los anunciantes, que buscan difundir sus mensajes de venta en emisoras que posean una audiencia elevada.

"Radio Red FM 88.1 es ampliamente escuchada por el sector adulto contemporáneo de 25 a 45 años, clases A,B,C., con un amplio poder adquisitivo, enterado del acontecer nacional e internacional, interesado en la política, la cultura, los espectáculos y el medio ambiente. ¡Una gran opción para el anunciante! Nuestro producto ha logrado captar la atención de un gran número de radioescuchas, gracias a la programación que este sector disfruta más".¹⁰⁶

Todas las estaciones del Grupo Red son rentables, y de esto se encargan Red Multimedia y Super Red, empresas antes citadas y que llevan a cabo la venta de espacios en las emisoras del grupo, así como conferencias para los propios anunciantes sobre publicidad, comunicación, medios y tecnología.

Alfa 91.3, es también una estación rentable para Radio Red, debido a que su público es juvenil y por lo tanto, es una de las estaciones que más buscan las disqueras para promover la producción de los cantantes tanto nacionales como extranjeros.

En sí, el Grupo Red, es una empresa consolidada en cuanto a su comercialización de espacios en sus emisoras.

¹⁰⁶ Radio Red BOLETÍN GRUPO RED No 31. Op Cit pág 3

3.2.3. CONTENIDO POLÍTICO

Como se mencionó líneas antes, en el tema político, Radio Red ha prestado gran espacio en sus emisiones, para que el público radioescucha comprenda esta ciencia y la situación en que esta se encuentra en México. Cabe señalar que Radio Red fue una de las primeras estaciones radiofónicas que abrió sus espacios radiofónicos a los debates entre contendientes a las candidaturas de la Presidencia de la República y de la Gubernatura de los Estados, pertenecientes a distintos partidos políticos.

El programa Monitor "Es el que mayor espacio otorga a la información política".¹⁰⁷ Tanto la generada a nivel nacional como internacional. Asimismo, como ya se dijo, se abren espacios para que se lleven a cabo mesas de trabajo en las que participan especialistas en el tema.

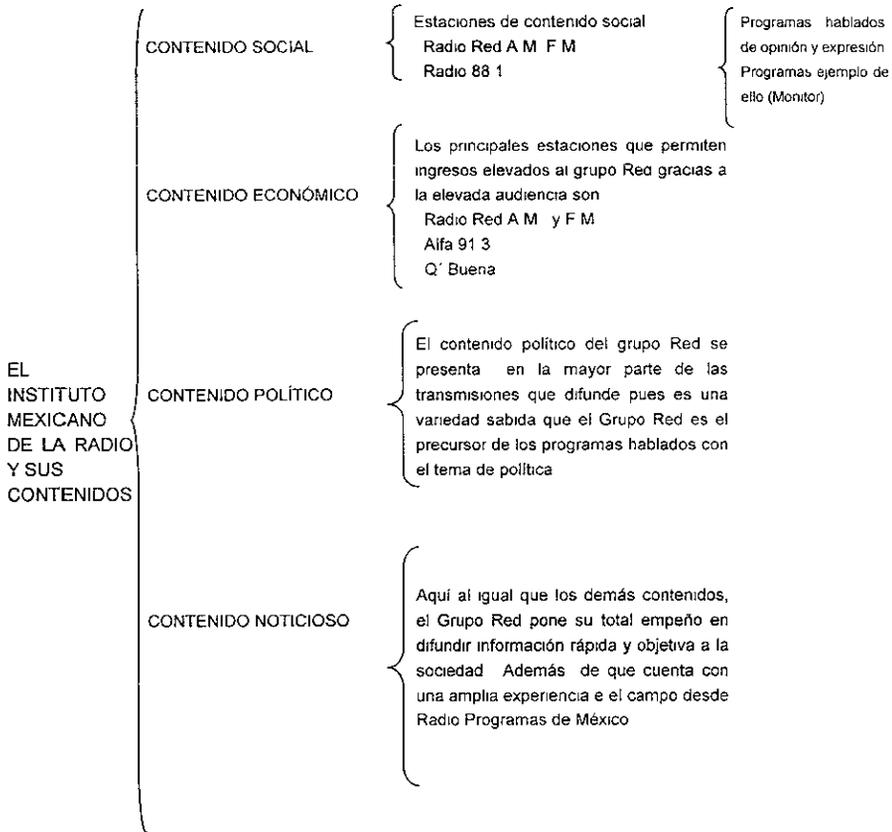
Cuando es período de votación para la elección del Congreso o de la Presidencia y de las Gubernaturas, se invita a los candidatos para que hablen de su plataforma política, así como de sus objetivos por cumplir. Esto permite que el radioescucha esté informado de las distintas opciones que existen en cuanto a las plataformas e ideologías partidistas.

Con lo anterior se puede observar que el contenido político es un punto que no se deja de atender en Radio Red, además de que lo que pretende la emisora, es concientizar a las personas sobre el tema más importante de cualquier país, pues es la ciencia que aplican los individuos que son elegidos por el propio pueblo para hacerse cargo del gobierno y son la voz que lo representa en el Congreso de

¹⁰⁷ Rebel Corella, María Antonieta et al. Op Cit pág 155

la Unión y en la Asamblea de Representantes, organismos que tienen en sus manos el rumbo y desarrollo de su propio país.

CUADRO SINOPTICO GRUPO RED



Con esta descripción de los antecedentes y programación del Instituto Mexicano de la Radio y del Grupo Red, se puede observar que en forma particular, ambas emisoras le han concedido a la función social un espacio preponderante dentro de su programación; en algunas ocasiones respondiendo a necesidades de la ciudadanía, y en otras a la ayuda ante fenómenos sociales, culturales, políticos e incluso naturales

Con base en estas características que se han encontrado en este capítulo, sobre ambos grupos radiofónicos, en el siguiente capítulo se darán algunas perspectivas sobre la función social de la radio, principalmente ante aspectos sociales, políticos y económicos, todas ellas basadas en la importancia que le dan estas dos cadenas, a la función social.

IV

PERSPECTIVAS DE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

CAPÍTULO IV. PERSPECTIVAS DE LA FUNCIÓN SOCIAL DE LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

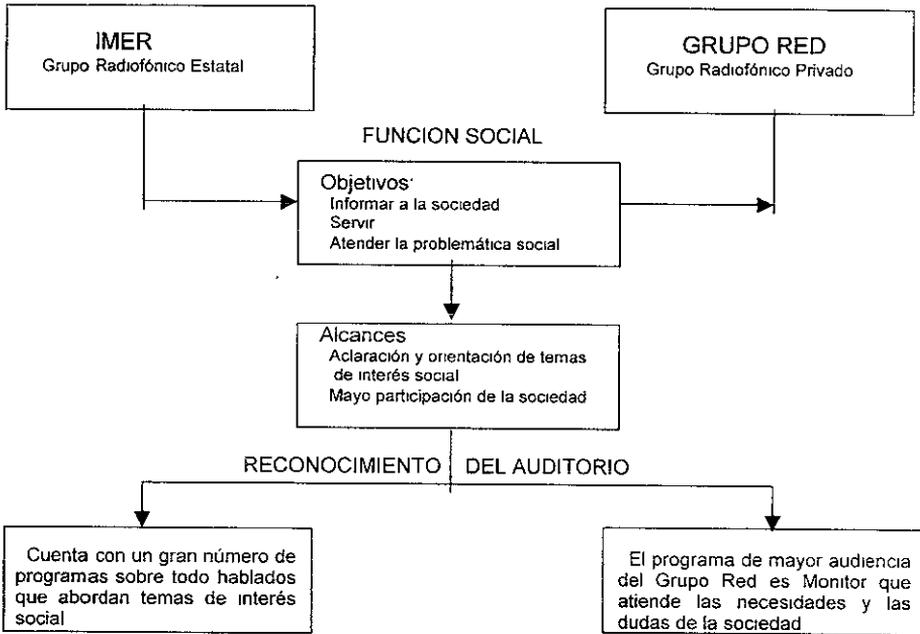
Desde la década de los ochenta, la radio se empezó a transformar en cuanto a su contenido y perfil; se incluyeron en la programación radiofónica más contenidos sociales con el propósito de atender las necesidades de la ciudadanía

Con base en la descripción hecha en el anterior capítulo acerca de la programación y desarrollo de dos cadenas radiofónicas, una estatal y otra privada, se puede determinar el perfil de la radio en años venideros, en cuanto a la función social ejercida por este medio de comunicación.

Es decir, que el propósito de este capítulo es exponer las tendencias que tendrá la radio en los años que vienen, en forma particular en la ciudad de México. De este modo, en primer instancia se ubica a la radio del Valle de México en el contexto de la ciudad más poblada del mundo, haciendo énfasis en su papel dentro de ésta.

Asimismo, en segunda instancia, es preciso mencionar la función de la radio en la ciudad de México, en cuanto a los problemas económicos que se suscitan dentro de la capital; además de los aspectos políticos y sociales que se están manifestando dentro de esta urbe.

LA FUNCION SOCIAL EN LA RADIO



El propósito de esta consideración acerca de los problemas, es externar la función social que probablemente se extenderá en la radio como consecuencia de las necesidades de los capitalinos.

Esta visualización, está basada en parte en la información obtenida a través de entrevistas a colaboradores del Instituto Mexicano de la Radio y de Radio Red, las dos cadenas de quienes se ha hablado en el capítulo anterior y en las cuales se encontró una función social establecida dentro de su programación.

4.1. LA CRECIENTE FUNCIÓN SOCIAL Y LA RADIO EN LA CIUDAD DE MÉXICO

La década de los noventa es testigo del crecimiento de la función social dentro de la radio, uno de los medios de comunicación de mayor impacto en la audiencia, debido a sus características sonoras y de transmisión que tiene. Dada esta situación y los distintos problemas que posee la sociedad, la radio se ha convertido en el foro preciso para la expresión pública.

De acuerdo con el Censo General de Población de 1995, en la República Mexicana existen poco más de 90 millones de habitantes, de los cuales 22 millones radican en el D F y el área Metropolitana¹⁰⁸; es decir, que cerca de una cuarta parte del total de la población mexicana, radica en la capital del país.

Ante el crecimiento desmesurado de la Ciudad de México y sus alrededores, se han generado nuevas problemáticas en todos los rubros, por lo que en consecuencia la propia sociedad capitalina se ha hecho más compleja.

La radio, como medio transmisor de cultura, diversión, música, y sobre todo como factor social, no ha quedado indiferente al proceso citado; día con día se han abierto nuevos espacios radiofónicos dirigidos a diversos sectores de la población, dentro de esos foros la propia audiencia tiene la oportunidad de expresar su opiniones, inquietudes y necesidades, esperando obtener alternativas o soluciones reales para sus problemas.

Algunos de estos problemas demandados por la ciudadanía capitalina, responden precisamente a la cantidad de personas que habitan en esta ciudad.

¹⁰⁸ XI CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA, INEGI, México, 1995, pág 2

En entrevista con la coordinadora de operaciones de Radio Red, la Licenciada Martha García Jiménez, ella comentó que en su grupo radiofónico "Hay una preocupación por darle al público servicio, información veraz y corroborada para que la información sea honesta también; yo creo que eso es lo básico. Actualmente las necesidades del público son más sociales por toda la crisis que estamos viviendo en el país, porque es una crisis de deshonestidad, desinformación, de mucha desconfianza, con desempleo; la gente está preocupada por resolver su entorno, por resolver sus problemas".¹⁰⁹

Con lo anterior se puede considerar que el principal asunto que preocupa a la audiencia capitalina es el social, ya sea el provocado por factores naturales o por la propia sociedad. Un caso por ejemplo dentro de estos problemas sociales es el vehicular.

A principios de la década pasada, dos millones de automóviles circulaban diariamente por las calles de la Ciudad de México; en ese entonces los conflictos vehiculares comenzaban a constituirse en un problema serio dentro del contexto urbano. Por esas fechas Radio Red, comenzó a ofrecer los servicios de información vial en coordinación con la Dirección General de Policía y Tránsito del D.D.F., mediante un helicóptero que sobrevolaba la metrópoli e informaba a su auditorio —integrado sobre todo por personas que se transportaban en automóvil (auditorio que en la actualidad también escucha Radio Red con destino a su hogar o trabajo)— sobre las mejores opciones viales y su situación vehicular.

En este aspecto, durante la década de los ochenta, el informativo vial de Radio Red, se convirtió en un servicio indispensable para los automovilistas; en la

¹⁰⁹ García Jiménez, Martha Entrevista con Citada con anterioridad

actualidad, dado que el número de automóviles es de más de 4 millones¹¹⁰ Radio Red ha incrementado su cantidad de equipo técnico y humano, para ofrecer un buen informe vial. Así, la radiodifusora cuenta con "2 helicópteros en vuelos simultáneos de 6:00 a 10:00 a.m., y 5 motocicletas, con 5 reporteros viales".¹¹¹

Y puesto que no sólo son los problemas viales los que aquejan a la sociedad capitalina, Radio Red, dentro de su equipo técnico, también cuenta con "Una central de información, donde se programa todos los datos y las llamadas para informarse de lo que le sucede a la sociedad; un estudio móvil completo, que transmite desde cualquier punto, vía satélite, 12 unidades móviles con sus reporteros equipados con teléfonos celulares y un laboratorio ecológico móvil que mide la contaminación en todos sus aspectos, donde se nos solicite".¹¹²

Con lo anterior se puede observar que Radio Red, está equipada para servir a la sociedad, con los instrumentos técnicos precisos para hacerlo. Pero no sólo ha sido esta emisora la que se ha preocupado por ejercer su función social, sino que como se mencionó en el anterior capítulo, también el IMER ha presentado una nueva forma de ayuda y difusión para la sociedad.

Como se ha apuntado en este apartado, la creciente función social ejercida por la radio es la respuesta a lo que la sociedad necesita; por ello se pueden escuchar en el cuadrante radiofónico, nuevas emisiones referentes a los problemas ecológicos, viales, familiares, laborales, etc., con las que la ciudadanía encuentra respuestas, y soluciones a sus dudas

¹¹⁰ Automovilistas Censo de Población, INEGI, Op. Cit pág. 52

¹¹¹ BOLETÍN PROMOCIONAL DE RADIO RED. Para seguir adelante s/f Contraportada.

¹¹² Idem

La importancia de la función social que ejerce la radio se ha manifestado en la participación que tienen los habitantes capitalinos en este medio de comunicación, pues ya no sólo ellos escuchan la radio sino que también emiten mensajes de retorno hacia la propia emisora.

Es decir que hay una mayor participación de la radio, por parte de la audiencia, no nada más para externar su opinión sino también para aclarar sus dudas, para exponer sus problemas y para debatir con el propio locutor del programa que estén escuchando.

En referencia a los problemas de carácter social, muchos problemas que la sociedad denuncia en la radio han sido escuchados por distintas autoridades que posiblemente sean a las que les compete la resolución de éstos, y por lo tanto dan respuesta o solución a éstos con el propósito de que no sigan saliendo a la luz pública y que además no se les llame la atención por otras autoridades por no haber dado resolución a las vicisitudes expuestas por la ciudadanía

Con lo anterior se puede decir que la creciente función social de la radio, ha sido una respuesta a lo que la sociedad ha solicitado, necesita y tiene derecho: el ser escuchada y atendida.

Esto sobre todo considerando que la Ciudad de México es la entidad más poblada de la República Mexicana y por lo tanto la cantidad de problemas que tiene es mayor y con una constante periodicidad.

Cabe señalar que hace 10 años los programas de quejas y denuncias eran vistos como casos excepcionales dentro de la industria de la comunicación, esto sobre todo porque el perfil de los medios de comunicación era de entretenimiento,

diversión e informativo (sólo noticias que daban los noticieros) olvidándose de que la ciudadanía era parte integrante del sistema social, que tenía voz y voto en el acontecer diario.

La razón de que estos medios se hayan olvidado de la presencia de la audiencia como emisor, era parte de la pasividad de la sociedad ante lo que ocurría; sin embargo, conforme aumentaron los problemas en varios rubros, la necesidad de la audiencia fue externar su sentir, su situación y su parecer.

Muestra de ello fue el programa de Francisco Huerta en Radio ABC, llamado "Voz pública", que era un foro abierto a la opinión pública para que esta expresara sus opiniones y sus problemas. Este programa posteriormente pasó a la emisora XEW, hasta 1988, fecha en la que salió del aire.

A partir de la idea de Francisco Huerta, surgieron durante los últimos años de la década pasada distintos programas de denuncias que gracias a su contenido y función social ejercida, el público se apoyó en ellos encontrando auxilio en la resolución de dudas o problemas de tipo social. Trás el buen "rating" que obtuvieron las denuncias y dudas de estos problemas en la radio, algunas de estas emisiones empezaron a transmitirse en la televisión, como es el caso de ¿Y usted qué opina?, conducido por el periodista Nino Canún y que estaba caracterizado por ser un programa de debate, opinión y respuesta para los problemas de la audiencia.

Con base en el desarrollo que han tenido las emisiones radiofónicas durante las últimas décadas, particularmente las que son foros para la población, se puede decir que éstas se han convertido en la puerta para entrar a una

modernidad activa, en la que la población escuche, hable, se active y por lo tanto participe en lo que le interesa.

En el caso particular de la Ciudad de México, los problemas inherentes a una gran metrópoli hacen de ésta un asentamiento humano de alta complejidad social en donde la radio juega un papel determinante como medio de comunicación plural y abierto a las demandas de su población, contribuyendo a su desarrollo en forma más eficiente.

Particularizando las perspectivas de la función social de la radio en la Ciudad de México, se puede decir que éstas serán preponderadamente en atención a ciertos rubros, siendo uno de ellos el aspecto económico

4.2. PROBLEMAS ECONÓMICOS Y LA RADIO

Desde diciembre del 94, México en general ha padecido uno de los problemas que sin duda dejó huella en todos los estados de la República y en todos sus sectores de la población de México: la crisis económica.

Sí México ya tenía problemas económicos antes de esta devaluación del 94, sin duda, la crisis se acentuó y perjudicó a muchas personas dejándolas en una condición de vida inestable económicamente hablando, puesto que varias empresas cerraron sus puertas, causando desempleo y disminución en producción. Asimismo, los precios de los alimentos empezaron a aumentar como consecuencia de la disminución de producción.

Por otra parte se encareció la prestación de los servicios básicos para el hogar como la luz, el gas, el teléfono y las rentas de inmuebles; ante estas circunstancias, la sociedad comenzó a tener nuevas denuncias y necesidades que expresar a la opinión pública.

En este sentido, la radio fue uno de los medios de comunicación que prestó atención a lo que la ciudadanía exigía y necesitaba. Aún a tres años de este debacle económico y pese a que se ha ido estabilizando la situación económica del país, siguen existiendo demandas y necesidades por parte de la población, las cuales expresa a través de la radio.

Esto significa que como medio de comunicación la radio está ayudando a la ciudadanía en sus problemas económicos, situación en la que anteriormente la radio no se involucraba pero que debido a que es una necesidad de la sociedad este medio, está atendiendo el aspecto económico.

El primer punto en el que ejerce la radio su función social en cuanto a los problemas económicos es en ayudar a que la audiencia esté informada de qué es lo que sucede en este rubro tanto a nivel nacional como internacional; es decir, que le informa a los habitantes sobre cómo se mantiene la economía nacional e internacional para que a su vez la audiencia pueda conocer lo que sucede.

De esta forma, la sociedad no sólo conoce aspectos políticos sino además bursátiles, comerciales y económicos, que le pueden ayudar en su economía laboral o del hogar.

Del mismo modo, la audiencia puede denunciar abusos en los pagos por servicios domésticos a través de la radio; esto es porque existen programas que le dan espacios a la ciudadanía para que denuncien a quienes exageran o violan los precios establecidos.

La ciudadanía está al pendiente de denunciar a quien quiere abusar en el cobro de servicios o productos, y además de quejarse en la Procuraduría Federal del Consumidor, también lo hace en la radio, puesto que ni la prensa ni la televisión están interesados en este tipo de denuncias que prefieren se hagan cargo de ellas, las autoridades correspondientes

Cabe señalar que en la radio se abren espacios también para que economistas, contadores, administradores y profesionistas interesados en lo económico hablen sobre este tema y en particular sobre asuntos que intervengan en la economía nacional, así de esta forma la audiencia puede opinar, preguntar y conocer más acerca del aspecto económico

Dado que en la radio se abren cada día más espacios para las denuncias en todos los aspectos, se puede decir que en un futuro, el rubro económico, será uno de los temas más tratados en la radio; incluso quizás sea este medio el vínculo entre autoridades directamente involucradas en el caso, para que sean ellas quienes atiendan los problemas o denuncias de la ciudadanía, sobre todo porque seguirán los abusos en cuanto a los cobros de servicios o productos mientras que exista crisis económica

En otra perspectiva y debido a que la economía no sólo se presenta en el campo del hogar sino en muchos otros planos, se puede observar que se está presentando una economía abierta al terreno internacional, en donde varias empresas extranjeras están trayendo a México nuevo capital que incluye nuevas fuentes de trabajo para los mexicanos y una economía más participativa entre los empresarios nacionales y extranjeros.

Dado que la tendencia mundial está dirigida hacia una economía global, México no es la excepción, y ya se han dado cambios en la economía mexicana como consecuencia de la entrada en vigor de distintos tratados económicos como lo es el TLC

A todos estos cambios y tendencias está atenta la radio, y en la actualidad elabora emisiones en las que se analiza a la economía que está entrando al país. En un futuro, la radio también en este aspecto de la economía nacional generada por la entrada de transnacionales al país, hará emisiones que se especialicen en analizar a todas esas empresas, su trascendencia en México y la participación de la ciudadanía en estas, con la finalidad de tener un material que le interese no sólo al público nacional, sino al internacional también, para que de este modo

conozcan en el exterior el desarrollo que pueden tener las empresas que invierten en México.

Lo anterior apunta a que la radio se convierta en una transmisora de noticias y análisis acerca de las circunstancias económicas en los que se están desarrollando las empresas extranjeras, para que así se motiven otros países en invertir en México y por lo tanto, la economía nacional se incremente

Asimismo, la radio se perfila como uno de los medios de comunicación que debido a su rapidez y cobertura, pueda ayudar a que toda la República esté enterada y analice la situación económica que atraviesan todas sus ciudades; esto con la intención de que se interrelacionen las economías de cada estado del país, para ayudarse mutuamente y por lo tanto ampliar los éxitos económicos

En cuanto a la economía que puede manifestarse alrededor de la industria radiofónica, es preciso señalar que la radio a partir de los contenidos radiofónicos que está difundiendo, será una creciente industria, lo que permitirá el que se generen más empleos como consecuencia de la apertura de nuevas emisoras, y también que el valor de las estaciones crezca debido a su infraestructura basada en la tecnología más avanzada y en su desarrollada cobertura

Esto significa que la radiodifusión será una industria que al igual que lo fue en la década de los veinte, vuelva a considerarse un medio de comunicación con amplio y fiel auditorio, debido a que es el único que hasta el momento permite una participación real del público en varios géneros radiofónicos; dado sobre todo porque a la radio le interesa ejercer su función social en todos los rubros que aquejan o satisfacen a la sociedad

En sí, los problemas económicos tanto del país como en forma particular de los radioescuchas, tendrán un foro de expresión en la radio, incluyendo en la programación de ésta, emisiones que se enfoquen a los distintos aspectos económicos que surjan a partir de cómo se presente la economía a nivel nacional e internacional, siempre y cuando esta última incida en forma directa con la problemática de México.

4.3. PROBLEMAS SOCIALES Y LA RADIO

Como consecuencia del crecimiento de la población en la Ciudad de México particularmente, los problemas sociales, reflejo también de los problemas económicos en ciertas ocasiones, seguirán creciendo; por ello la radio continuará ejerciendo su función social en forma especial ante los problemas de este tipo

La radio como medio de comunicación continuará su búsqueda en la solución de problemas que la ciudadanía reclame; así como también incrementará la comunicación con autoridades competentes para la solución de estos percances sociales y con la propia sociedad para que sea ella misma quien diga que es lo que necesita y así analizar en qué forma se le puede ayudar

Con anterioridad, en esta investigación se comentó la contribución de la radio al problema vehicular de la Ciudad de México, situación que la radio atenderá durante muchas décadas más, debido a que en lugar de disminuir, aumenta el número de automóviles que circulan en la capital mexicana y que además no sólo trae problemas de tránsito, sino de contaminación y de vialidad.

Y no puede negarse que uno de los problemas sociales más importantes para la ciudadanía es la contaminación ambiental puesto que la ciudad de México es considerada la capital con mayor deterioro ambiental a nivel mundial. Y esto se debe a que su ubicación y condiciones físicas evitan una rápida dispersión de los contaminantes que emite la gran cantidad de autos que circulan en ella.

La radio en este sentido, ha participado de manera importante en la batalla contra la contaminación, pues dentro de sus espacios se transmiten consejos u observaciones para los automovilistas, como: utilizar menos el automóvil, darle

mantenimiento técnico a éste como la afinación por ejemplo, y además, le informa a la ciudadanía sobre las condiciones y calidad del aire, notificándole también sobre los efectos de los contaminantes en su organismo. Es decir, creando conciencia social.

Se puede decir que los informes sobre los índices de contaminación emitidos por la radio, se han convertido para este medio, en un servicio tan importante y a la vez común como informar la hora o la temperatura.

Asimismo, la radio informa constantemente sobre los operativos o resoluciones que han tomado las autoridades correspondientes, para contrarrestar a la contaminación, esto con el interés de servir a la ciudadanía de punto de enlace con las autoridades, ante este problema social. Aquí se señalan los planes de contingencia, y las disposiciones oficiales para disminuir los IMECAS, como los planes de verificación automotriz por ejemplo.

Debe aclararse que la radio está lejos de poder resolver este problema, pero con sus constantes emisiones en donde trata el tema, de cierto modo hace conciencia en la ciudadanía y en las autoridades correspondientes para que tomen decisiones y ejerzan acciones que disminuyan la polución atmosférica, para ayudar así a la ciudadanía.

Y puesto que la inseguridad social es uno de los problemas que se han acrecentado en la ciudad de México durante los últimos años, la radio también ayudó a la ciudadanía en este aspecto, pues le ha auxiliado al darle información sobre qué hacer en caso de ser asaltado, ultrajado, o robado. Le ayuda a encauzar su problema con las autoridades competentes e incluso les aconseja

sobre cómo mantenerse seguro en esta ciudad que cada vez se vuelve más insegura.

En este aspecto se puede decir que la radio es un foro de denuncia y de ayuda para quienes no saben a dónde acudir para presentar su denuncia; con este foro, incluso la radio está presionando a las autoridades a que detengan este giro de violencia e inseguridad en el que se vive en la capital

Del mismo modo, las personas que prefieren hablar a una estación de radio para denunciar sus problemas sociales, que ir ante las autoridades, pues piensan que no encontrará la ayuda necesaria, están forzando a que el gobierno se presione a sí mismo pues saben que no es conveniente dejar de cumplir promesas o de dar solución a los problemas sociales, menos ahora que se ha abierto un campo político plural, y que pone en peligro la inestabilidad de intereses políticos para futuros períodos de votación.

Esto significa que a ninguna autoridad le conviene salir a la opinión pública por sus negligencias, sobre todo cuando existen intereses políticos de por medio que se deben cuidar

De esta forma, la ciudadanía actualmente tiene en la radio, un medio que es su foro de denuncia, que a diferencia de la televisión o la prensa, le permite comunicar sus percances a la opinión pública, en el momento que lo considere conveniente.

También en la radio se escuchan demandas de carácter comunitario, en donde se atienden problemas de servicios públicos como drenaje, iluminación, policía, servidores públicos, en sí, todo aquello que le compete al Estado otorgar.

Es decir, que en la radio, se denuncian actualmente varios problemas que aquejan a la sociedad por lo que los programas de denuncia social han proliferado en el cuadrante como consecuencia de los distintos y frecuentes problemas que se manifiestan en la capital como: la ineficiencia del transporte, la corrupción policial, de los oficinistas burocráticos, etc

Ante ello se puede decir que la radio en pocos años, verá consolidada su función social pues la ciudadanía necesita solución a cientos de problemas existentes y este medio le puede ayudar a saber cómo encontrarla.

También, se extenderá en la radio, el interés porque exista una realimentación con la ciudadanía aún mayor a la que actualmente hay. Los radioescuchas al observar que sus demandas y problemas sociales pueden ser atendidos por la radio, continuarán escuchándola y a la vez, se integrarán cada día más personas con problemas sociales a este medio, como parte de su auditorio

Al mismo tiempo, las emisoras radiofónicas al percatarse de que aumentan sus "ratings," continuarán ejerciendo la función social a través de nuevos programas de análisis y denuncias destinados a colaborar con la expresión pública, lo que significa el aprovechamiento radial y la función social aplicada a las realidades situacionales.

Lo anterior ubicado dentro del marco social del país, tendrá también aceptación por parte de las autoridades correspondientes quienes al querer que la población crea en ellas, nuevamente, después de tantos percances que se han

suscitado en estos últimos años, darán y prestarán atención a lo que la sociedad demanda a través de la radio

4.4. PROBLEMAS POLÍTICOS Y LA RADIO

La transición democrática nacional que se está viviendo en estos últimos años del siglo veinte en México, ya ha causado un gran impacto en la sociedad, y en este aspecto, los medios de comunicación sobre todo la radio, ha sido uno de los factores claves en la aceleración de este proceso.

Cabe recordar que los primeros debates políticos sucedieron en los medios de comunicación y en la radio se vivieron como hace muchos años se vivió la primera transmisión radial.

La radio ha servido a grupos de las más variadas ideologías políticas a que se desarrollen con mayor libertad en este medio que en ningún otro. Hasta hace algunos años los grupos políticos en el poder encontraron en este medio un importante baluarte para la manifestación de sus consignas, utilizándolo para la difusión de sus mensajes propagandísticos y el proselitismo de sus candidatos en sus campañas electorales

En esos tiempos la aparición de los partidos políticos de oposición estaba sujeta a los lineamientos impuestos por el gobierno, debilitándolos y presentándolos como grupos de oposición sustentados por el mismo gobierno para justificar la existencia de la democracia nacional.

Sin embargo, el incremento de la participación ciudadana en los procesos electorales, la mayor tolerancia oficial a los grupos políticos de oposición y el creciente respeto a la libre expresión de las ideas, han sido los factores sociales en la transformación política de la radio en los últimos años.

En la actualidad, y desde 1988, es posible escuchar en este medio de comunicación a los propios candidatos de los partidos políticos que contienden por alguna senaduría, diputación o gubernatura o posiblemente por la Presidencia de la República. Estos candidatos acuden a las emisiones radiofónicas a externar sus plataformas y programas políticos, a la vez que para la ciudadanía representa el poder conocer las distintas opciones políticas para elegir en las votaciones.

Con ello puede decirse que la radio apunta a ser un foro que permite a diversos organismos políticos difundir su plataforma, con la finalidad de que el auditorio sepa y conozca las vertientes políticas que existen, como lo hace actualmente, sólo que en un futuro lo hará en forma permanente, debido a que crecerán los organismos políticos y también el interés de las personas por saber sobre ellos, en forma diaria.

Debido a que se está transformando la democracia en México, el mundo entero estará al pendiente de los cambios que se susciten en el país, tanto con quien está en el poder como el partido político que se postule como un candidato más para ocupar cargos importantes dentro de la República.

Esto último, respondiendo a la idea de que los países extranjeros económicamente tienen sus ojos puestos en México y por lo tanto deben estar al pendiente de lo que acontece en este país, para a la vez velar por sus intereses.

Por otra parte la radio se consolidará también en el rubro político debido a que la ciudadanía pedirá foros de expresión en los que pueda manifestar sus ideales y necesidades, será lo más importante y así saber que ideología política se ajusta a éstos.

Al igual de necesitar expresarse, el auditorio precisará de emisiones en las que se analice la política ejercida en México, con el propósito de visualizar el rumbo del país en el que vive. También espacios en los que se analice a los distintos organismos políticos, pues la ciudadanía está cansada de que quienes ejercen la política del país se aprovechen de sus puestos para malgastar los impuestos que pagan. Lo mismo sucede al pensar que existen organismos políticos que gastan el dinero que sale de los impuestos para las campañas electorales que llevan a cabo.

Es decir, que la sociedad ya no está dispuesta a aceptar que una buena cantidad de los impuestos que pagan, vayan a dar a organismos políticos que no representan ninguna opción para las demandas que ésta tiene.

En este caso, la radio está preparada para concientizar a la sociedad de que debe participar en la política del país, por lo menos estando informada de qué es lo que sucede en este rubro; y ésto lo consigue la radio, al dar espacios destinados a este aspecto tan importante.

Si hasta hace menos de una década, según Navarro Benítez, se consideraba que no existían espacios destinados para las corrientes políticas y que en 1988, de las 3 mil horas a la semana de transmisiones radiofónicas, los partidos políticos tuvieron acceso solamente a 60 minutos¹¹³, en la actualidad los programas transmitidos en la radio y que se refieren a ese tema son hasta 3 veces más de tiempo que en la década pasada.

¹¹³ Navarro Benítez, R. EL CANAL DE LAS ESTRELLAS . Y LAS BARRAS, UAM, Xochimilco y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., 1992, pág. 263.

Lo anterior significa que en la actualidad no es obligatorio para las emisiones el difundir o tocar el tema político dentro de sus transmisiones, sino que ellas mismas ya lo consideran parte de su contenido diario, pues la ciudadanía quiere y precisa enterarse sobre el tema

Con base en ello, se puede decir que la radio, ejerce su función social, continuará incluyendo en su programación el aspecto político y esto puede decirse sobre todo ahora que por primera vez se ha elegido gobernante para la ciudad de México, y además, ha ganado el candidato de un Partido Político que no es del poder.

A partir de diciembre de 1998, la radio incluye en su contenido, información referente a la política que ejerza Cuauhtémoc Cárdenas, actual gobernador del Distrito Federal, pues es en él en quien confía el pueblo ciudadano para que solucione sus problemas sociales y económicos. Sin duda todo un caso que en la radio y quizás en otros medios se analice por lo menos de aquí hasta el año 2000.

En forma general, el futuro de la democratización del país, originará todo un proceso de concertación entre las fuerzas políticas, la participación de los medios de comunicación será determinante en esta etapa; por su parte, la prensa y la televisión incluirán una apertura democrática en forma lenta en tanto que la radio que ya la ejerce, la consolidará y estará al pendiente de este asunto, con mayor experiencia y con mayor capacidad de análisis, esto debido a que cada vez la ciudadanía pedirá que acudan a la radio especialistas en el tema (como hasta ahora), pero que les contesten en las emisiones sus dudas e inquietudes.

De este modo, la radio desempeñará su función social, siendo un foro abierto a la expresión de ideas, sea cual sea su orientación puesto que la radio se

ha caracterizado por ser imparcial y plural, con lo que contribuye a que la sociedad se vuelva crítica y opte por conocer lo que concierne al marco político y democrático. Eliminando favoritismos y por lo tanto reactivando la acción social, con rumbos cien por ciento democráticos, en donde la ciudadanía salga beneficiada y en sí, la radio cumpla su función social.

CONCLUSIONES

CONCLUSIONES

La radio como medio de comunicación, ha desempeñado un papel muy importante dentro de la sociedad mexicana; en sus inicios la radio se consolidó como un medio que a través de la transmisión de la voz, llevaba entretenimiento e información a la audiencia.

Las radionovelas, los programas de concursos, los noticieros y las crónicas deportivas, eran los formatos radiofónicos más conocidos, al igual que los programas musicales. Todas estas emisiones respondían a la necesidad de los propios concesionarios de comercializar los espacios radiofónicos para que se anunciaran diversos comerciantes.

Es decir que durante los primeros años de la radiodifusión el contenido de la radio respondía a los propios intereses de los concesionarios; sobre todo por vender espacios para que los anunciantes ofrecieran sus productos y servicios; y para que fuera atractivo para los vendedores, los programas de radio tenían que contar con un buen número de radioescuchas, consiguiéndolo con emisiones que entretuvieran y divirtieran al auditorio.

Sin embargo la existencia de otro importante medio como es la televisión, así como la propia transformación del país, aunada al crecimiento de la población mexicana, han sido factores para que la radio durante los últimos años haya tenido que cambiar su contenido.

A la par del desarrollo de México, la radio se ha mantenido dentro del gusto de la población, pese a la presencia trascendental de la televisión, quien ha

logrado obtener la preferencia de la población debido a sus características audiovisuales.

El lugar ocupado por la radio en el gusto del auditorio se debe a que desde hace una década, este medio dejó de dar tanta importancia al entretenimiento (función que la televisión ejerce con toda su fuerza y que trata de explotar al máximo de su capacidad) y se enfocó en servir a la población, a través de programas que atienden las necesidades de ésta

La radio desde 1985, fecha en que ocurrieron los sismos de septiembre empezó a ejercer una función social que realmente se ha extendido a la mayor parte del contenido radiofónico. Dicha función social la han ejercido ciertas radiodifusoras, en toda la extensión de la palabra, pues elaboran producciones radiales consecuentes a las necesidades de la sociedad.

Es importante señalar que durante la elaboración de esta investigación, se pudo encontrar una real función de participación ejercida por la radio, sobre todo en las emisoras del Instituto Mexicano de la Radio y en el Grupo Red, pues en visitas a estas radiodifusoras se pudo constatar que la programación sobre todo en el programa Monitor de Radio Red, está estructurada con base en lo que la sociedad demanda por medio de llamadas que llegan al lugar.

Esta comprobación que se da, gracias a las visitas hechas a las emisoras tomando en cuenta las entrevistas realizadas a colaboradores de ambos grupos radiofónicos, no es necesario que tenga que ir todo lector de esta tesis a corroborarlo, basta con escuchar el programa o llamar alguna de las estaciones de cualquier de estas dos cadenas para denunciar algún problema y se verá la pronta resolución dada por la emisora.

Con ello se puede decir que el principal objetivo de las emisoras de estos grupos es atender en forma real a la ciudadanía, ejerciendo así una función que beneficia a la sociedad.

La radio en la Ciudad de México ha cambiado considerablemente, dado que la vida en este lugar cada vez se vuelve más problemática, consecuencia del crecimiento demográfico y de los problemas económicos.

En sí, la función establecida por este medio, es un aspecto importante pues se está consolidando la realimentación con la sociedad, proceso importante dentro de la comunicación y que permite que haya mayor participación y conciencia social en cuanto a los problemas y factores que inciden en la vida misma de la humanidad

En conclusión, con esta investigación descriptiva acerca de la función social de la radio se han podido obtener varias conclusiones:

- El primer capítulo acerca de la corriente funcionalista y los antecedentes de la radio, ha permitido conocer los aspectos teóricos para entender lo que significa funcionalismo y por lo tanto poder comprender lo que implica ejercer una función por parte de los medios de comunicación, en especial, en la radio. Asimismo, el describir a este medio desde su aparición en la vida del hombre, hasta llegar a México, y el desarrollo que ha tenido en este país, permite observar el contexto en el que se encontraba la radio antes de ejercer su función hacia la comunidad, con el fin de comparar la diferencia que ha vivido este medio antes y después de ofrecer una labor humanitaria.

- En el segundo capítulo se ha podido conocer el significado de la función social, del que realmente se puede decir que en lo estipulado por la Ley de Radio y Televisión de 1960, es una función obligatoria, pero que fue hasta 1985 cuando se empezó a ejercer como consecuencia de lo que la ciudadanía requirió en esos momentos de desastres. A la vez, como consecuencia de las distintas necesidades que la sociedad fue manifestando en varios aspectos, se tuvo que instituir su objetivo como parte del contenido radiofónico.
- En el tercer capítulo se concretó el estudio de la función social, al describir la programación radiofónica de dos cadenas: el Instituto Mexicano de la Radio (organismo público) y Grupo Red (organismo privado), con el propósito de encontrar los contenidos informativos, políticos, económicos y sociales con los que cuentan ambos grupos, y a la vez determinar la mística que ejercen. Cabe señalar que en este capítulo, se pudo corroborar la hipótesis de que "El carácter social de la radio en la Ciudad de México, es el resultado de la necesidad propia de los ciudadanos por estar no solamente entretenidos con la programación musical, sino además por su interés en estar enterados de diversos aspectos de tipo económico, político y acerca de los problemas propios de la gran ciudad". Lo anterior se dice porque a través de las visitas a las instalaciones de ambos grupos, así como con las entrevistas hechas a colaboradores de estos organismos, se pudo detectar que la idea de la radio, es la respuesta a lo que la sociedad precisa conocer y saber, sin caer en dejar de lado el entretenimiento, y la información noticiosa, que ya son inherentes a los medios de comunicación.
- Y por último, en el cuarto capítulo se pudieron dar algunas perspectivas acerca de la creciente actividad social en la radio de la Ciudad de México, basadas en

la descripción de la programación de las emisoras antes citadas y que han sido las que mayor presencia han tenido ejerciendo ésta en la capital.

Dada la alta audiencia que han ganado Radio RED y Radio IMER, algunas emisoras capitalinas han copiado este esquema de carácter social con la finalidad de aumentar su auditorio, ya que la cooperación mutua es un menester en la sociedad actual.

El presente trabajo de investigación aporta al campo de comunicación una idea de la importancia que existe dentro de cualquier medio de comunicación masiva, el mantenerse como un canal de expresión social pues en el último caso, la sociedad es el receptor de las transmisiones de estos medios y por lo tanto necesita existir una realimentación en los mensajes, para que ambas partes obtengan beneficio. El hacer un análisis sobre la función social ejercida por Radio RED y el IMER, permite subrayar su aportación a la sociedad y su desarrollo como emisoras radiofónicas, una del sector privado y otra del estatal.

Como conclusión propia de quien investiga, puede decirse que la radio, medio de comunicación que se tenía catalogado como un canal meramente de entretenimiento, puede ser un canal de gran enlace entre la sociedad en conjunto, pues permite, a través de la comunicación (que actualmente está ejerciendo) una globalización capitalina, difícil de darse por cualquier otro medio, dado el acelerado ritmo de vida que existe en la ciudad y que la radio enfrenta gracias a que puede estar presente instantáneamente en cualquier lugar en donde haya un aparato receptor radiofónico.

La función social va en aumento en la radio, gracias a que las demás emisoras aparte de radio RED y el IMER han visualizado el incremento del interés social por participar en los medios de comunicación sobre todo en la radio, y por lo

tanto, emisoras como formato 21, radio Universidad, radio Educación, y algunos otros programas del grupo radio centro han incluido dentro de sus contenidos, asuntos tales como:

Familiares, de salud, de orientación social, de educación, etc.

En sí, la radio, de seguir ejerciendo su ramificación global como lo hace hasta el momento, puede aumentar las emisiones de este tipo, logrando que este medio sea trascendente dentro de la vida de los capitalinos y del país en general.

La importancia de que la problemática poblacional se haga presente en la mayoría de las emisiones radiofónicas, reside en el hecho que este medio, que está al alcance de cualquier nivel socioeconómico, ya que dado el bajo costo del aparato receptor, puede informar con mayor rapidez y globalidad a todos los ciudadanos sobre lo que acontece a su alrededor y por lo tanto la comunicación radiofónica se estaría ampliando en todos los sectores, uniendo a la sociedad en conjunto, para resolver problemas complejos que pueden existir en una gran urbe.

BIBLIOGRAFÍA

Alva de la Selva, Alma Rosa. RADIO E IDEOLOGÍA. 3a. edición, Ed. El Caballito, México, 1989

De Fleur, M. L. y Rokeach, S. Ball. TEORÍAS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. 4ª reimpresión, Ed. Paidós, México, 1989.

Fernández Christlieb, Fátima. LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN MASIVA EN MÉXICO. Undécima edición, Ed. Juan Pablo, México, 1996.

Lazarsfeld y Merton, citados por Blake, Reed y Haroldsen, Edwin en TAXONOMÍA DE CONCEPTOS DE LA COMUNICACIÓN, Ed. Nuevomar, 4ª reimpresión, México, 1988.

McQuail, Denis CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN COLECTIVA, Jaime Goded, UNAM, 1976

Mc Quail, Denis INTRODUCCIÓN A LA TEORÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, Ed. Paidós, Buenos Aires, Argentina, 1983.

Merton, R. K. Social Theory and Social Structure. Citado por De Moragas, Miguel SOCIOLOGÍA DE LA COMUNIDAD DE MASAS.

Navarro Benitez, Raúl Y T.V ¿QUIÉN ERES?, 1ª edición, México, 1991.

Paoli, José Antonio. COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN. PERSPECTIVAS TEÓRICAS, Ed. Trillas, 4ª reimpresión, México, 1987.

Piccini, Mabel y Nethol, Ana María. INTRODUCCIÓN A LA PEDAGOGÍA DE LA COMUNICACIÓN, Ed. Trillas, UAM, México, 1990.

Rebeil Corella, María Antonieta, et. Al. PERFILES DEL CUADRANTE 1a reimpresión, Ed. Trillas, México, 1991

Romo Gili, Ma. Cristina INTRODUCCIÓN AL CONOCIMIENTO CULTURAL Y PRÁCTICA DE LA RADIO. 3a. reimpresión, Ed. Diana, México, 1990

Serna Martínez, Clemente Citado por Darién, Mariana. EL PERIODISMO RADIOFÓNICO COMO FORMADOR DE LÍDERES DE COMUNICACIÓN EL CASO JOSÉ GUTIÉRREZ VIVO Tesis. UNAM, 1990.

Wolf, Mauro. LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, Ed Paidós, 2ª reimpresión en México, 1992.

Vilar Josefina. Et. Al EL SONIDO DE LA RADIO. ENSAYO TEÓRICO-PRÁCTICO SOBRE PRODUCCIÓN RADIOFÓNICA. Ed. Plaza y Valdés, UAM Xochimilco, México, 1988.

HEMEROGRAFÍA

Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal, A. C. ESTUDIO DE HÁBITOS Y SINTONÍA DE RADIO Y CONSUMO EN EL D.F., México, D.F., 1985.

Artículo 6º. CONSTITUCIÓN POLÍTICA DE LOS ESTADOS UNIDOS MEXICANOS, Ed Porrúa, 115ª edición, p. 12.

Boletín Promocional de Radio Red Para seguir adelante s/f. Contraportada.

Carrillo, Armando Jefe de Producción del IMER Entrevista con. México, 1997.

Diccionario Larousse Ed Larousse, México, 1996

En Cifras Datos publicados en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO. Primavera de 1996, año 1, Vol I México.

En Cifras. Datos publicados en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO. Vol. I, No. 3. Otoño de 1996.

García Jiménez, Martha. COORDINADORA DE OPERACIONES. En Radio Red, Entrevista con México, D F , 1997

Hernández Ibarra, Ma del Carmen. Historia Emocionante: Radio Red Información publicada en la COLUMNA HERTZ EN RADIO, del periódico Novedades, México 14 de abril de 1986.

Instituto Mexicano de la Radio. DOCUMENTO INTERNO. s/f.

Instituto Mexicano de la Radio PROGRAMACIÓN DEL IMER. DOCUMENTO INTERNO. s/f.

La función social de la radio. Ponencia de la Asociación de Radiodifusores del Distrito Federal A.C., ante el Foro Regional de Consulta Pública en Materia de Comunicación Social de la LVI Legislatura de la Cámara de Diputados. Publicada en Revista EL UNIVERSO DE LA RADIO. Vol. I, Año 1, Primavera de 1996.

Litvak King, Jaime. Antropología de la Radio en México. Ensayo publicado en REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN. No. 42, Año 8, Noviembre de 1995-Enero de 1996.

López Veroni, Felipe. EL SENTIDO CULTURAL DE LA RADIO. Ensayo publicado en Revista Mexicana de Comunicación, Año ocho, No. 42 Noviembre de 1995, enero de 1996.

Navarro Benítez, R. EL CANAL DE LAS ESTRELLAS.. Y LAS BARRAS, UAM, Xochimilco y Programa Cultural de las Fronteras, México, D.F., 1992.

Navarro E. Liza. "A y B de la Radio" Artículo publicado en EL UNIVERSAL Universo joven. México, 1998.

Pi Orozco, Luis Ernesto. Enlazar con el sonido. Artículo publicado en REVISTA MEXICANA DE COMUNICACIÓN. No. 42, Año 8, Noviembre de 1995-Enero de 1996.

Romo, Cristina. LA RADIO VIGENTE EN EL UMBRAL DEL SIGLO XXI. Ensayo publicado en revista EL UNIVERSO DE LA RADIO, Vol I. No. 1. Primavera de 1996

XI CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN Y VIVIENDA, INEGI, México, 1995.