

00424
124



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN
MASIVA EN LA SOCIEDAD TLAXCALTECA
(ESTUDIO COMPARATIVO 1992 - 2002)**

**TESIS CON
FALSA DE ORIGEN**

T E S I S

**QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:
LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

P R E S E N T A :

MARÍA DEL CARMEN RAMÍREZ GARCÍA

ASESORA: LICENCIADA OLIVIA PINEDA ARZATE



MÉXICO, D.F.

2003



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

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

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

AGRADECIMIENTOS

A mis profesores y profesoras con gratitud por su vocación en el noble trabajo de enseñar y formar.

Especialmente al Doctor Adip Sabag, amigo dilecto.

A mi asesora de tesis: Mtra. Olivia Pineda Arzate, con admiración y reconocimiento por su valiosa orientación en esta tesis y dedicación al hermoso arte de la educación.

A los y las tlaxcaltecas.

A mis padres:

María Luisa y José

A quienes recordaré siempre por el cariño y educación que me brindaron en vida.

A mi compañero Alfonso y a mi hija Mari Carmen, por su apoyo solidario en las buenas y en las malas, con todo mi amor para ellos.

A mis hermanos:

José Alfredo, Ana Luisa, Elba y Javier y a toda la familia, por la felicidad compartida.

A mis amigos y amigas del alma, por su comprensión.

Con afecto a mis colaboradores y compañeros de trabajo.

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: RIVERA GARCÍA
MARIA DEL CARMEN

FECHA: FEBRERO 24 del 2003.

FIRMA: ma. del Carmen Rivera

INDICE

INTRODUCCIÓN	3
1. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL MARCO TEÓRICO	6
2. CONCEPTOS DERIVADOS DE LAS PREGUNTAS	12
CAPÍTULO 1 EL ESTADO DE TLAXCALA: PRIMERA ETAPA (1992)	14
1.1 COMUNICACIÓN Y DEMOCRACIA EN MÉXICO: UNA INTRODUCCIÓN GENERAL	14
1.2 SOCIEDAD Y POLÍTICA, TLAXCALA HACIA 1992.	36
1.3 SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN.	43
1.3.1 LA RADIO Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	48
1.3.2 LA TELEVISIÓN Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	64
1.3.3 LA PRENSA Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	70
1.4 EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN LA SOCIEDAD TLAXCALTECA (1992)	76
1.4.1 LA TELEVISIÓN	78
1.4.2 LA RADIO.....	78
1.4.3 LA PRENSA	79
CAPÍTULO 2 EL ESTADO DE TLAXCALA: SEGUNDA ETAPA (2002).....	81
2.1 SOCIEDAD Y POLÍTICA, TLAXCALA HACIA EL NUEVO MILENIO 2002.	83
2.2 SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN, AÑO 2002	84
2.2.1 LA RADIO Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	87
2.2.2 LA TELEVISIÓN Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	111
2.2.3 LA PRENSA Y LA SOCIEDAD DE TLAXCALA	122
2.3 EL IMPACTO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN LA SOCIEDAD TLAXCALTECA (2002).....	127
2.3.1 LA TELEVISIÓN	129
2.3.2 LA RADIO.....	132
2.3.3 LA PRENSA	134
CONCLUSIONES	137
ANEXOS.....	146
BIBLIOGRAFÍA.....	158

Introducción

Cualquier trabajo de investigación parte de una necesidad de conocimiento y esta a su vez, de una específica circunstancia de vida del sujeto que trata de acercarse a la realidad. Por lo tanto, ahondar en las características de un trabajo de investigación, implica apreciar la formación y las circunstancias específicas, vivenciales y académicas, que rodean al investigador.

En lo particular, considero que no es posible abordar un tema sin contar de antemano o desarrollar cierto tipo de identidad con él. En otras palabras, investigador y tema de investigación nacen juntos o se desarrollan mutuamente. Ello mismo sirve para abrir un esbozo a mi personal relación con el tema de la prensa en la entidad de Tlaxcala, su desarrollo y características esenciales a lo largo del tiempo, las mismas que a su vez se ligan con la política, la sociedad y la cultura del estado.

Personalmente, tras mi experiencia profesional en los medios de circulación nacional, como reportera de El Universal y Proceso, este último bajo los principios y la ética de Don Julio Scherer García, profesor también de la FCPyS de la UNAM, llegamos a Tlaxcala para formar parte en ese momento del único programa radiofónico de contenido político que existía en la entidad. Pudimos apreciar desde esa época, el profundo tradicionalismo de la sociedad tlaxcalteca, el privilegio que hace de lo propio sobre lo externo y vimos al estado como una entidad, si bien compleja, con un dinamismo cultural más bien lento que tiende a digerir las transformaciones sociales, políticas y económicas de una forma más pausada en relación con muchos otros lugares de la República.

Los cambios estructurales en lo económico y lo político a nivel nacional, impactan los procesos internos y pueden ser relativamente rápidos, tendientes a afectar la estructura social; sin embargo la cultura de Tlaxcala se encuentra aún en buena medida distante de los valores del mundo en vías de globalización y las sociedad más heterogéneas y complejas. En este sentido, más allá de las características que poseen los medios de comunicación como canales de transmisión de información, resultaba natural suponer que las específicas circunstancias de la sociedad de Tlaxcala, afectaría el impacto de los medios en el desarrollo de la cultura local y su visión de la realidad.

Tlaxcala contaba en ese tiempo con dos diarios principales: El Sol de Tlaxcala y el Heraldo de México en Puebla; el primero, un periódico que hasta la fecha predomina como la más importante fuente de información y opinión pública en la entidad. En tan sólo 10 años, esta realidad presentó una transformación sustantiva, al Sol de Tlaxcala se unió el diario Síntesis (actualmente el segundo periódico de circulación diaria más importante del estado), La Jornada de Oriente (suplemento para Tlaxcala), El Universal de Puebla (desaparecido en el 2002), así como una multitud de publicaciones de pequeña envergadura (algunas verdaderamente efímeras), con distintos intereses y muy corto alcance en cuanto a cobertura y calidad en la información que presentan.

En otras palabras, la oferta de información local se ha ido incrementando a lo largo del tiempo y lo mismo que la sociedad tlaxcalteca, los medios de comunicación se han visto involucrados en los procesos de alcance nacional que cambiaron la faz de México en el nuevo milenio: transformación económica, apertura política y participación ciudadana. El fenómeno de la oposición en México, fomentó la libertad de los medios de comunicación y juntos, oposición y empresas de comunicación, abrieron la senda democratizadora del país, sobre la base de una sociedad mayormente participativa y demandante.

Como parte de mi progresivo involucramiento en el ámbito de lo público, las relaciones políticas y las demandas sociales, nace desde hace más de 10 años la necesidad de emprender un estudio piloto que defina la relación entre los medios de comunicación y la sociedad en Tlaxcala. ¿Cuál era la situación que guardaba la prensa en ese lapso y cómo se ha transformado? ¿Cuál era la demanda informativa en aquella época y cuáles han sido sus cambios? Pero más importante todavía: ¿Cuál era la percepción de los tlaxcaltecos sobre los contenidos informativos en los medios de comunicación y cuáles son actualmente las necesidades de los ciudadanos de Tlaxcala?

Metodológicamente, el presente trabajo lo circunscribimos dentro de la corriente empírico-analítica y posee una base de investigación mediante encuestas realizadas por el método de cuotas, las cuales se efectuaron en dos periodos, una en 1992 y la otra en el 2002. Ambos estudios han tenido por objeto identificar los hábitos de consumo de medios electrónicos e impresos en el estado de Tlaxcala. El intervalo temporal de diez años permite apreciar la transformación del binomio "mass media-sociedad", al interior de un contexto estatal y nacional caracterizado por la transición democrática, la reforma política y de gobierno.

A fin de conocer la importancia y la influencia que tienen la prensa, la radio y la televisión sobre la población en el estado, llevé a cabo, con base en la información del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1990, una investigación en los 44 municipios de la entidad vigentes en 1992 y los 60 municipios que actualmente constituyen al estado. Conforme al método señalado (cuotas) he seleccionado inicialmente, dentro de todo el universo de la población, una muestra de 1350 personas que se depuró para ofrecer finalmente una muestra de 800 personas, cuyas características se detallarán en los respectivos capítulos.

Para realizar la investigación se aplicó un cuestionario integrado por 29 preguntas; de las cuales seis fueron abiertas y el resto estuvieron sujetas a alternativas de respuesta cerrada. Para medir el impacto que los medios masiva ejercen en el universo de trabajo, se hicieron, entre otras, las siguientes preguntas: con qué frecuencia, respectivamente, escucha la radio, ve la televisión y lee la prensa; qué estaciones, qué canales y qué periódicos prefiere; cuál es el horario en que habitualmente escucha radio, ve televisión y con qué periodicidad lee la prensa; qué programación es de su predilección en radio y en televisión; qué opinión tiene sobre la radio, la televisión y la prensa; a qué tipo de programas es más asiduo(a); qué índice de credibilidad existe sobre la información proporcionada por los medios de comunicación en el universo de los encuestados; entre otras.

1. Características Generales del Marco Teórico

En cuanto al marco teórico aplicado¹, tuve en cuenta las consideraciones de la teoría de los "Usos y Gratificaciones", la hipótesis "Agenda Setting" y ponderaciones sustantivas provistas por la teoría de las mediaciones sociales. En este sentido, es que concebí a los medios de comunicación como estructuradores de la realidad social, es decir, como filtro o mediación entre lo que sucede en la realidad y la imagen que se transmite a través de los medios masivos.

A través de las últimas décadas, el estudio de los medios de comunicación ha sufrido de varias transformaciones. Una de las principales nos lleva del estudio de los "efectos" o repercusiones de los "mass media", entendidos como cambios a corto plazo, a los efectos entendidos como consecuencias a largo plazo. Como lo afirma Mauro Wolf: "Se ha cobrado conciencia de que las comunicaciones no

¹ Generar un marco teórico al interior de un trabajo de investigación, en muchos casos resulta un "acto de fe" del alumno que expone una serie de conocimientos y se declara tácitamente como parte de una perspectiva de estudio, sin que en muchas ocasiones el resultado del trabajo se corresponda con los conceptos o hipótesis que implica el marco seleccionado. En mi caso, seleccioné dicho esbozo teórico por considerar que ofrece el enfoque más

median directamente el comportamiento explícito; más bien tienden a influenciar la forma con la que el destinatario organiza su propia imagen del ambiente"².

Lo anterior nos lleva a pensar en los medios como una ayuda para estructurar la imagen de la realidad social, a largo plazo, a organizar nuevos elementos de dichas imágenes, a formar nuevas opiniones y creencias. En otras palabras, el conocimiento de la realidad política, económica y social que la mayoría de los miembros de la sociedad posee, se adquiere actualmente con la mediación de los "mass media".

Siguiendo esta ruta conceptual y según autores como Noelle Neumann, entre la acción constante de los mass media y el conjunto de conocimientos sobre la realidad social, que da forma a una determinada cultura interviniendo en ella de forma dinámica, son importantes tres características de los medios de comunicación masiva:

- ✓ **La acumulación:** capacidad de los medios de comunicación de crear y sostener la importancia de un tema, se vincula a la repetitividad de la cobertura informativa.
- ✓ **La consonancia:** en los procesos productivos de la información los rasgos comunes y los parecidos tienden a ser más significativos y numerosos que las diferencias, lo que lleva a mensajes sustancialmente más parecidos que diferentes.
- ✓ **La omnipresencia:** el conjunto de conocimientos, opiniones, actitudes, difundido por la comunicación de masas, tiene por cualidad particular ser públicamente conocido³.

² Wolf, M., "La Investigación en la comunicación de masas", p. 158

³ Ibid, pp. 162-163

Todo lo anterior se resume en el hecho de que los medios de comunicación de masas establecen las condiciones de nuestra experiencia del mundo más allá de las esferas de interacciones en las que vivimos. De lo anterior, la hipótesis Agenda Setting sostiene que la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido. Además, la importancia que asigna el público a la noticia, refleja el énfasis atribuido por los massmedia a los acontecimientos, a los problemas, a las personas. Por lo tanto, la teoría misma plantea el problema de una continuidad a nivel de conocimiento entre las distorsiones que se originan en las fases productivas de la información y los criterios de importancia, de organización de los conocimientos, que los destinatarios de dicha información absorben y hacen propios.

En resumen, son dos aspectos fundamentales proporcionados por la teoría de la Agenda Setting los que se rescatan para el caso del presente trabajo:

- * Los temas que ocupan la atención de los medios terminan siendo los temas que ocupan nuestra atención, en otras palabras, la teoría de Agenda Setting (de "set", colocar o establecer, y "agenda" transparente al español), revela que la inserción de asuntos o temas particulares en la cobertura noticiosa afecta las percepciones públicas en cuanto a la importancia relativa de dichos asuntos.
- * La idea central de la Agenda Setting es que las prioridades y preocupaciones políticas del público, así como sus creencias acerca de los temas y eventos significativos, están determinados por la cantidad de cobertura noticiosa asignada a los distintos temas y sucesos. Los medios estructuran la agenda pública, y la forma como ellos lo hagan es determinante en la formación y evolución de la llamada "opinión pública".

Lo anterior se resume en la tradicional frase de Cohen: si bien es verdad que la prensa "puede no conseguir la mayor parte del tiempo decir a la gente lo que deben pensar, es sorprendentemente capaz de decir a los propios lectores en torno a qué temas deben pensar algo"⁴.

Por lo anterior, a la natural síntesis que pueden hacer los medios (tanto como los individuos) del contenido de una realidad compleja, se suma el interés privado-mercantil de las empresas comunicadoras y las distorsiones en el proceso de producción de la noticia. Así por ejemplo, para la lógica "empresarial" el sentido de la información y el tratamiento de los mensajes, parece colocar el mayor énfasis en la rapidez y rentabilidad comercial de la noticia, antes que en el valor social de la misma. Y de igual forma, las distorsiones promedio que puedan ocurrir a lo largo del proceso de producción informativa, revelan una serie de intereses sociales y políticos involucrados en el quehacer de los mass media.

Los intereses manifiestos para fijar la agenda de temas sobre los cuales la sociedad deba concentrar su atención, es variada y compleja, constituyendo así un reflejo de los intereses que conviven y se enfrentan al interior del espacio público: empresas de medios y consumidores de noticias; poder político y poder económico; grupos de interés nacional y local; etcétera. En este punto, los resultados de los estudios empíricos conllevan varias interrogantes: ¿cuál es el grado de credibilidad que la sociedad tlaxcalteca atribuye a sus medios de comunicación? ¿cuáles son los temas que predominan en la mente de los ciudadanos de Tlaxcala y si ellos son capaces de ser un reflejo de las transformaciones sociales y políticas que ha vivido el estado?

Como parte de lo anterior, he retomado dos enfoques principales para poner orden al estudio: en primer lugar, aquel que entiende las relaciones humanas como una lucha constante por el poder y la hegemonía; y en segundo lugar, el principio idealista del espacio público donde los intereses de poder son mediados por la

⁴ Ibid, p. 163

voluntad de consenso y el mutuo entendimiento. El punto medio entre estos dos horizontes, considero que define los claroscuros de la transición política, económica y social por la que ha transcurrido Tlaxcala de la mano del resto del país a lo largo de su historia reciente.

En este sentido existen para Tlaxcala una exposición diferenciada de la sociedad, no sólo a los distintos medios de comunicación (prensa, radio y televisión), sino a una distinta gama de intereses: empresas locales y empresas nacionales de comunicación. Esto último ha llevado directamente mi trabajo a señalar las características del consumo de medios en la entidad y en qué forma estos pueden participar potencialmente en la construcción de una agenda pública.

En mi opinión, en Tlaxcala no se puede hablar con precisión de una "agenda pública" sin antes considerar: (a) la división existente entre medios nacionales y locales; y (b) el consumo que los tlaxcaltecas hacen en general de la radio, la prensa y la televisión

Resumiendo, a través del marco teórico a que se ha hecho mención y las características de la investigación empírica que se ha detallado, el trabajo trata de exponer:

- (a) El impacto diferenciado que poseen los diferentes medios de comunicación entre la sociedad de Tlaxcala y por lo tanto, los medios preferenciales con los que los tlaxcaltecas adquieren su visión de la realidad política, económica y social; y
- (b) La percepción que los ciudadanos del estado poseen sobre los diferentes medios de comunicación y el tipo de contenidos a los que están expuestos.

A continuación se enlistan algunos conceptos básicos dispuestos a lo largo del trabajo y su correspondiente definición.

1. Realidad Mediática

Es la realidad que emana de los medios de comunicación a partir del filtro que realizan del entorno en general y se construye a través de los contenidos que maneja en su programación tanto informativa como de entretenimiento.

2. Agenda pública

Significa el conjunto de tópicos informativos sobre los cuales la sociedad construye parte importante de su realidad mediática. La proliferación de ciertos temas en menoscabo de otros, provoca que la sociedad, como se ha visto, se concentre en determinados aspectos de la realidad.

3. Opinión Pública

Para el caso específico de este trabajo, cerramos el término a los comentarios, juicios, análisis y contenidos en general ex profeso diseñados para dar sentido al conjunto de información que manejan los programas informativos.

4. Necesidades de Consumo

Requisitos implícitos en el auditorio para consumir la programación de un medio de comunicación. A partir de la teoría "usos y gratificaciones" se entiende que la atención hacia un contenido "mass mediático" debe generar una satisfacción que parte de la existencia de una necesidad; esta última se manifiesta como un requerimiento o demanda que impacta directa (rating) o indirectamente (malestar o aceptación social) la oferta de programación.

5. Expectativas de Gratificación

En términos simples se hace referencia a lo que la gente espera recibir de un programa para satisfacer su necesidad de ciertos contenidos. La satisfacción del auditorio por el contenido de un medio o de un programa se establece en relación directamente proporcional con las expectativas que nutre.

2. Conceptos derivados de las preguntas

(a) Entretenimiento (radio)

En el estudio de 1992 dentro de la pregunta, “¿Qué es lo que más le gusta escuchar en radio?”, aparece como respuesta recurrente “entretenimiento”, lo que no vuelve a ocurrir en el resto de las interrogaciones similares del mismo año o del 2002. En virtud de que en 1992 eran pocos los programas radiofónicos que mas allá de la programación musical buscaran entretener al público (concursos, entrevistas, programas de espectáculos, etc.) y dado que la tendencia general del consumo radiofónico (como se verá a lo largo de la investigación) se inclina hacia la música, hemos interpretado la respuesta “entretenimiento” como entretenimiento musical. Ello se ilustra, por ejemplo, con el hábito de escuchar cierto tipo de música para acompañar las actividades cotidianas o el ocio (actividades domésticas, lectura o relajamiento).

(b) Grados de satisfacción.

A lo largo del trabajo el público entrevistado respondió de diferentes formas para ilustrar sus grados de satisfacción o desagrado por los distintos medios. Estas respuestas fueron interpretadas de la siguiente forma en lo general:

- Sentimiento del auditorio hacia el medio
 - ✓ Muy satisfecho
Cumple cabalmente las necesidades y supera las expectativas de información o entretenimiento del público.
 - ✓ Satisfecho
Cumple las expectativas del auditorio al momento de consumir la programación de un determinado medio de comunicación, sin contar con la suficiente capacidad de innovación para superar las expectativas del público.

✓ **Insatisfecho**

No cumple las expectativas pero satisface las necesidades mínimas del auditorio de medios. No obstante y en un contexto de baja diversidad de contenidos (baja oferta), el público consume este tipo de opciones, pero en general tiende a buscar otras opciones para satisfacer sus demandas de entretenimiento e información.

✓ **Muy Insatisfecho**

No satisface las mínimas necesidades del auditorio que sintoniza los medios de comunicación.

A partir de estas definiciones derivadas del marco teórico, se da lugar al análisis de los datos recogidos por los estudios empíricos elaborados a lo largo de 1992 y el año 2002. Los resultados, se espera, puedan servir de base para investigaciones más específicas sobre la "realidad mediática", "la agenda pública" y en general la relación entre la sociedad tlaxcalteca y los medios de comunicación.

Los medios son un filtro que da como resultado la construcción de la "realidad social". Del impacto que tengan los medios en la sociedad y de los intereses de las empresas que participan en esta construcción "mass mediática", resultará gran parte del universo de ideas y creencias de la sociedad en los más diversos aspectos de la vida cotidiana.

Los medios son nuestro principal contacto con la sociedad y por lo tanto, estudiar su impacto representa, en realidad, estudiar la forma como el mundo y su complejidad llega hasta nosotros.

Capítulo 1

El Estado de Tlaxcala: primera etapa (1992)

1.1 Comunicación y Democracia en México: una introducción general⁵

México posee una red de medios de comunicación masiva relativamente amplia y tecnológicamente avanzada. Comprender la función de estos medios masivos a su vez implica considerar el desarrollo del sistema político económico nacional. Ver los medios en ellos mismos, como mero producto del desarrollo tecnológico de un país no nos permite entender su lógica, y el conjunto de conexiones que guardan con el poder.

No resulta exagerado afirmar que el sistema político moderno, post-revolucionario no se hubiese sostenido sin el apoyo de los medios de información y la reproducción de los mismos. Nuestros medios informativos son una manifestación más del pacto político que ha dominado al país y del sistema de intereses que corresponden a sus inversionistas y propietarios. El proceso de democratización de los medios ha supuesto su apertura a otros grupos, otras voces que no sea el gobierno, los empresarios ni las distintas cúpulas de nuestro país.

El tema de la comunicación lentamente va tomando carta de ciudadanía en el conjunto de la población. Las denuncias públicas a determinados medios, las elecciones presidenciales de 88 y 94, el debate televisivo de mayo de 94, funcionan como elementos que van sensibilizando a la opinión pública y han funcionado como elementos "pedagógicos" en la formación de un receptor de los medios más activo y crítico ante ellos. La básica necesidad de democracia ha llevado a una serie de grupos y sectores de la población al campo de la comunicación social a través de la denuncia directa. En 1994 tenemos como ejemplo el veto del subcomandante Marcos a Televisa que exige profesionalismo y verdad por parte de los medios masivos. Sin embargo este conjunto de acciones

⁵ Lo que a continuación se cita, se desprende del artículo de Tanius Karam "Razón y Palabra", núm 18, mayo-julio 2000.

serían impensables sin la convergencia de dos factores : el desgaste del sistema político y la creciente demanda democrática por parte de grupos cada vez más diversos; justo la demanda democrática en materia de información es uno de los indicadores de las nuevas necesidades políticas de México y de su lento proceso de madurez. La comunicación, en este proceso, deja de ser vista únicamente como factor de entretenimiento, como algo que está ahí y poco o nada podemos hacer para transformarla. Ciertamente la actitud apática en materia de comunicación (y política) proviene de un régimen autoritario sin mucho hábito de dialogar con otros grupos en igualdad de circunstancias.

El análisis de las funciones de los medios informativos en México supone considerar fundamentalmente cómo han sido las relaciones entre los medios y el gobierno. La historia de las relaciones de los medios, conforme han ido tomando su lugar en el escenario social de México, poseen una historia de tensiones, de silencios entendidos y también de violaciones; repasarla puede ayudarnos a comprender la razón por la que los medios tienen sus concretas características sociopolíticas y sus mensajes en determinadas estructuras.

Las bases del periodismo moderno y sus características las podemos encontrar a partir de la Revolución. En el porfiriato por su parte, había una secuela nada envidiable en materia de libertad de prensa. Si bien en la primera fase de su periodo de gobierno, Díaz -como otros presidentes los serán en el priísmo post-revolucionario, fue tolerante con la prensa, se encontró frente a un periodismo de oposición vigilante y extraordinariamente combativo; en los ochenta, el gobierno, con sus primeros rasgos dictatoriales aplicó estrictos controles sobre la prensa. En 1880 el gobierno subvencionó en la ciudad de México a 30 periódicos con unos 40.000 pesos mensuales y en provincia a otros 27 periódicos oficiales; esto llevó , según Ruiz Castañeda a la "burocratización" de la prensa. Durante el porfiriato no solo se obligó a la prensa de oposición a callar por medio de la política de subvenciones sino que también estaban en el orden del día las presiones .

A partir de 1894 aparecieron en ciudad de México las primeras ediciones matutinas y vespertinas; los periódicos tienen todavía un tiraje reducido. En 1896 Rafael Reyes Spíndola fundó *El Imparcial*; el entonces Secretario de Hacienda y uno de los políticos más influyente del porfiriato José Ives Limantour ayudó a financiar este diario; otras subvenciones estatales que influyeron en el matutino durante el gobierno de Díaz así como las modernas rotativas permitieron que Reyes Spíndola se estableciera en el mercado. Frente a este periódico de masas que con la ayuda del gobierno llegó a tener un tiraje de 100 mil ejemplares, la prensa de opinión crítica quedó marginada y en comparación, perdió importancia. *El Imparcial*, que apareció hasta 1914, puede ser considerado como un precursor de la prensa actual que hace hincapié sobre todo en una información "pura", "objetiva" y "no partidista".

Ya en la época revolucionaria, la Revolución garantizó en su primera fase, la libertad de prensa. Surgieron periódicos con ideología revolucionaria y a la vez todavía se toleraron aquellos contrarios a Madero.

A partir de la presidencia de ésta fueron creados órganos oficiales de los respectivos dirigentes revolucionarios; así a Madero lo apoyaba el *Nueva Era*, a Huerta *El Imparcial* a Carranza *El Constitucionalista*, *El Demócrata*, a Villa *El Radical*, *Tierra y Justicia*. A partir de 1913-14 predominó en la prensa la tendencia a alinearse por un partido determinado. En 1916 revivió la industria periodística, en este año se funda *El Universal*, en 17 el *Excelsior*. Con estos dos diarios surge la gran prensa nacional, a la vez se impuso la producción industrial de prensa, los periodistas se convirtieron en asalariados y se creó una división del trabajo entre editores, directores, jefes de redacción, editorialistas, columnistas y reporteros.

En la Constitución de 1917, en el artículo 6º y 7º se garantiza la libertad de expresión y prohíben la censura siempre y cuando se atenga el respeto a la privacidad, la moral y la paz pública; también con la Constitución deviene la fuerte posición presidencial y la centralización del poder, sin embargo y aunque parezca paradójico como lo señala Smith : *Desde entonces todos aquellos que pudieran*

*seriamente aspirar el poder tendrían que adoptar una postura retórica en favor de los obreros y de los campesinos mexicanos*⁶

Los años veinte son políticamente una fase de transición política; el dominio de los caudillos que habían participado en la Revolución fue sustituido por un sistema político red instituciones. Durante las gestiones de Obregón y Calles algunos periódicos fueron censurados o clausurados. En 1926 se desarrolló un grave conflicto entre las relaciones prensa gobierno cuando los periódicos *el Excelsior* y *El Universal* siguieron una línea que no iba de acuerdo con el gobierno en lo que respecta a la disputa Iglesia y el Estado. Ellos apoyaron al movimiento de los cristeros; éste se oponía a que, con la nueva onstitución , se viera recortada la influencia social de la Iglesia y a que el gobierno siguiera una política anticlerical. Calles acusó de insurrección a los periodistas Félix F.Palavicini fundador del *El Universal* así como a los colaboradores de *El Excelsior* José Elguero y Victoriano Salado Álvarez, y ordenó su deportación a los Estados Unidos. Durante el conflicto cristero en 1927, los artículos periodísticos estuvieron sometidos a una censura que fue levantada al finalizar el conflicto.

Poco después Calles aprovechó conflictos internos en *El Excelsior* e hizo que el Banco de México lo comprara; además de una crisis de dirección se había desarrollado un problema laboral que llevó a la huelga y al cierre temporal en 1931; los trabajadores se opusieron a una clausura definitiva del periódico y fundaron en 1932 una cooperativa. La táctica de Calles, de cambiar los directivos de periódicos políticamente incómodos con el pretexto de un conflicto laboral, o cuando menos de obligarlos a acoger una línea acorde con el gobierno, la asumirán más tarde otros presidentes⁷.

A partir de 1929 tuvo lugar un cambio en la política estatal de prensa. Con la fundación del PNR se utilizó a la prensa para el proceso corporativo del sistema. Según Fernández Christlieb⁸, 1929 es el año crucial, no solo por la fundación del

⁶ Ibidem.

⁷ Ibidem.

⁸ Ibidem.

periódico *El Nacional*, órgano oficial del naciente Partido Nacional Revolucionario, hoy PRI, sino porque periódicos pertenecientes a la gran prensa se ven bruscamente obligados a entrar al cause oficial. Tal es el caso del *Excelsior* en 1929 en el sexenio de Calles, y en 1976 con Echeverría; o en 1944 *Novedades* con Miguel Alemán siendo este Secretario de Gobernación.

El presidente Cárdenas, por su parte amplió los instrumentos de control del Estado frente a la prensa. Con el establecimiento del Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad centralizó la información del Estado para la prensa. Sus sucesores habrían de pulir más aún este control: Ávila Camacho con la dirección General de Información, controlada por la Secretaría de Gobernación y Miguel Alemán con los departamentos de prensa de las Secretarías. A través del control estatal de la producción y distribución del papel, Cárdenas así como los gobiernos posteriores, descubrieron una potencial forma de influir sobre los medios de impresión. La fundación del monopolio del papel en México tiene antecedentes que a la vez ilustran la lucha competitiva entre los grandes periódicos de aquella época. Con Productora e Importadora de Papel S.A. (PIPSA) y el Departamento Autónomo de Prensa y Publicidad, Cárdenas creó dos nuevos canales a través de los cuales pudo ejercer influencia sobre los medios periodísticos.

En la gestión de Ávila Camacho, el entonces Secretario de Gobernación Miguel Alemán, propició en *Novedades* un golpe de mano con objeto de utilizar a ese periódico para satisfacer sus ambiciones políticas como candidato a la presidencia. *Novedades* había sido fundado en 1936 por Ignacio P. Herrerías, Alemán inició una campaña difamatoria contra *Novedades*, para ello se difundieron datos falsos acerca de la situación laboral en este periódico. Al igual que Calles intimidó al *Excelsior*, el presidente Alemán se apoderó, por el camino de los conflictos laborales, del diario *Novedades*, que a partir de entonces sería su vocero.

Durante el sexenio de Miguel Alemán se establecieron en el diario acontecer periodístico los "pagos extraordinarios". A la vez hubo represiones abiertas e

inclusive accidentes de los que eran víctimas los periodistas críticos. Sin embargo Alemán sintió estar destinado a introducir en 1952 el "Día de la Libertad de Prensa" celebrado hasta hoy el 7 de junio. También durante la gestión de Alemán se estableció en 1949 la primera escuela de periodismo (Carlos Septién); anotemos ya aquí que hasta principio de los setenta se descuidó la formación de los periodistas en México, los cuales se formaban en la práctica antes que en Academias o Universidades.

En lo que respecta a las agencias informativas, los medios masivo en México dependieron hasta 1960 de los servicios internacionales. En 1960 fundaron la agencia informativa Informex S.A. Dos años antes de la sucesión presidencial de 1970 surgieron otras dos agencias noticiosas nacionales. La primera de ellas, la agencia AMEX, se estableció en 1968 con un gran presupuesto y probablemente con el objetivo de apoyar a Emilio Martínez Manatou y Alfonso Corona del Rosal; en 1970, después de que ambos aspirantes de la derecha perdieron la lucha por la nominación, AMEX se disolvió. La segunda agencia fue Notimex S.A. tras la cual se encontraba el entonces secretario de Gobernación y posterior presidente de México, Luis Echeverría, quien aprovechó la agencia para la preparación de su campaña política como candidato presidencial. Notimex se convirtió, mientras tanto, en la mayor y más importante agencia noticiosa nacional.

De la época del presidente Díaz Ordaz se conocen repetidas represiones contra periodistas y publicaciones. La revista de izquierda *Política* había adoptado una actitud de rechazo contra el próximo presidente Díaz Ordaz ya antes de su elección. Cuando asumió en 1966 una actitud de confrontación más agresiva en su contra, elementos de seguridad compraron en diversas ocasiones las ediciones, o "estas" desaparecían" en la administración de correos. Supuestamente PIPSA también redujo o negó el suministro de papel. La presión gubernamental llevó finalmente a que cerraran el órgano; el antiguo director Manuel Marcué Pardiñas fue, un año más tarde víctima de una detención que expuso a la capital al terror durante el movimiento estudiantil.

Después de que *Excelsior* ejerciera su crítica contra la masacre de Tlatelolco , en 1969 se cometió un atentado dinamitero contra el edificio del periódico. El gobierno adjudicó el ataque a la izquierda, por lo que se arrestó a empleados del periódico comunista *La Voz de México* y el 26 de julio de 1968 las fuerzas de seguridad del Estado ocuparon y destruyeron la imprenta.

La política periodística del Estado en la fase poste-revolucionaria, sobre todo después de la fundación del PNR ha mantenido a los diarios dóciles al gobierno y carentes de crítica por medio de la centralización de informaciones, la prerrogativas fiscales y desde Alemán, la corrupción de los periodistas de prensa. Sólo en algunas revistas marginales se mantuvo un periodismo de opinión decidido. En lo que respecta a los grandes órganos de difusión de la capital, se puede decir como constante que todos vivieron "momentos políticos" que, por lo general, coincidieron con el apoyo de un fracción política o de un presidente. No hubo diario que sirviera de vocero de uno de los partidos de oposición poco desarrollados. El gobierno actuó con severas represalias contra las pocas voces disidentes.

Los periódicos ya establecidos disfrutaron de una libertad de información casi irrestricta durante la primera fase del sexenio echeverrista. Muy distinto fue el caso de la prensa alternativa, específicamente del semanario *¿Por qué?*; esta publicación fundada en 1968 fue en su época una de las fuentes de información más importantes del movimiento estudiantil. En 1974, la policía arrestó a los editores de la revista junto a otros colaboradores porque supuestamente tenían contactos con el guerrillero Lucio Cabañas; después de que la policía destruyó la redacción y confiscó archivos, la revista ya no volvió aparecer. La endeble tolerancia de Echeverría frente a los críticos del gobierno se transformó en 1976 cuando el diario *Excelsior* cada vez atacó más a la corrupción de dirigentes sindicales y gobernadores; sus artículos abordaban el tema desarrollo mexicano y de la manera de funcionar de la democracia nacional en un año en que el nuevo presidente había sido elegido como candidato contrario. En enero, el canal 13 suspendió sus anuncios en *Excelsior* y a la vez la televisión comercial y algunos

diarios capitalinos desarrollaron una campaña difamatoria en su contra. Paralelamente se introdujeron conflictos desde fuera a la cooperativa, con objeto de ponerla en entredicho públicamente.

El periodo de los gobiernos de Echeverría y López Portillo presencian significativos movimientos y modificaciones en el sistema informativo mexicano. Surge una creciente tendencia hacia la participación estatal en el sector de los medios y se formaliza el supuesto modelo "mixto" de comunicación. Por otra parte se consolida el poder casi monopolístico de la televisión privada y se ramifica su influencia a más variadas formas de expresión cultural y de entretenimiento. Periodo, por otra parte en que los intentos de reforma política y de ampliación de la participación de fuerzas alternativas llevan a un cuestionamiento sin precedente de la estructura y función de los mecanismos de información en el país del establecimiento del derecho a la información, cuyo significado práctico está aún por definirse.

En 1975 se promueve la primera iniciativa sobre el derecho a la información, un intento por regular las represiones a la prensa y por modernizar la legislación en materia de comunicación, la cual por su misma ambigüedad se prestaba a distintas interpretaciones. Esta iniciativa de ley se encontraba dentro del plan básico de gobierno estructurado por el Instituto de Estudios Políticos, Económicos y Sociales (IEPES) del PRI. Dicho pronunciamiento hablaba de que "el derecho a la información..., no es simplemente la libertad para información sino el derecho que los hombres tienen como receptores de información, además de esbozar un diagnóstico sobre la significación ideológica y política de los medios masivos. Esta preocupación del aparato oficial tiene como contexto inmediato la estructuración del Sistema Económico Latinoamericano (SELA) y su filial, el Sistema Informativo Latinoamericano, además se anunciaba para 1976 la reunión de la UNESCO sobre políticas gubernamentales de comunicación en Costa Rica.

En este breve repaso en las relaciones prensa-gobierno es fundamental el conflicto al interior del periódico *Excelsior* en 1976 y la fundación en noviembre del

mismo año del semanario *Proceso*, por parte de Julio Scherer y antiguos colaboradores del *Excélsior* y del servicio de información CISA. Un año más tarde, otro grupo ex colaboradores de *Excélsior* dirigidos por Manuel Becerra Acosta funda el *Uno más Uno*, periódico que durante el sexenio de López Portillo representó una fuente de información valiosa y crítica.

El sexenio lopez-portillista, de manera similar a su predecesor, mantuvo una política de comunicación muy tolerante al principio. No hay casos que reseñar de manera directa, pero la corrupción de periodistas por parte de las dependencias gubernamentales representó un ataque directo al ejercicio irrestricto de la libertad de prensa. Cuando a principios de 1982 afloró abiertamente la crisis económica y a la vez surgieron informes acerca de la mala administración y la corrupción en PEMEX, *Proceso* atacó de manera directa al presidente en turno. En esta ocasión, el gobierno usó como medio de sanción la suspensión de sus contratos de anuncios con la revista; en el mismo año, también enfrentaron represalias estatales la revista *Crítica Política*, contraria al gobierno, el programa radiofónico *Opinión Pública* y el centro de información CENCOS.

Toda la activa energía desplegada por el régimen lopez-portillista solo alcanzó en la práctica a plasmar ocho palabras en el texto constitucional: "El Estado garantizará el derecho a la información", porque, como el tiempo lo demostró, la reforma política fue "un cambio" para mantener el control de las elecciones. Al respecto afirma José Álvarez Icaza: *Es muy probable que la reglamentación del derecho a la información llegue únicamente hasta donde señalan las necesidades de modernización del discurso y del aparato gubernamental de comunicación. Sería ingenuo esperar un cambio radical en el régimen de concesiones, este no vendrá de arriba y menos en este momento.*⁹

En el régimen de López Portillo, en diciembre de 1982 la Cámara de Diputados aprobó una iniciativa de reformas al Código Civil, enviada por el jefe del Ejecutivo, en la que se tipificaba el delito de "daño moral". Los cambios en la legislación

⁹ *Ibidem.*

fueron resultado de una intensa movilización social en la que, se advirtió la virulencia que puede alcanzar en México una confrontación alrededor de las garantías individuales.

Desde el inicio de su gestión De la Madrid preconizó públicamente que la libertad de expresión es "una de las más preciadas de nuestro sistema democrático" y que esta se mantendría de manera irrestricta, libre de presiones y cortapisas. En sus discursos De la Madrid reiteró que "sin una prensa libre y responsable no hay verdadera democracia", que la libertad de opinión "no es objeto de regateos ni de negocio" ; pero en la realidad, numerosos hechos registrados indicaron muy deficientes condiciones en el desempeño de las tareas informativas; basta citar las estadísticas sobre el asesinato a periodistas: 6 fueron victimados en el periodo de Echeverría, 12 en el López Portillo, 24 durante la administración delamadrista y si seguimos encontrarnos más de 50 en el régimen salinista.

En 1986 se avasalló las instalaciones de Publicaciones Llergo S.A., editora de la Revista *Impacto* que en febrero de ese año había publicado un suplemento con el título "1985: un año trágico para México". Posteriormente la empresa fue embargada y se propició la renuncia del director gerente Mario Sojo y del subdirector Javier Ibarrola, terminado el operativo fue cooptada la empresa y entregada por "compra" a un prestanombres de la secretaria de gobernación.

El gobierno salinista, se ha caracterizado como uno de los más represivos. Toma el poder en las situaciones de mayor controversia en la historia post-revolucionaria y con una profunda crisis de credibilidad (la cual se hizo extensiva a los medios masivos). Desde el principio inició su administración con el ejercicio de la censura (en *Radio Educación* y *Canal 11*); así mismo hubo presiones e intimidaciones hacia reporteros de *Excélsior* y *La Jornada*. En este sexenio no son extrañas las noticias de periodistas golpeados por la policía antimotines. En materia de derecho a la información, el gobierno salinista no solo no registró avances sino que se produjeron sensibles atrasos. Sintetizando las cuestiones y preocupaciones en torno al derecho a la información, Álvarez-Icaza se interroga: *¿Qué quedó de casi*

60 años de "preocupación" gubernamental por la promoción del "derecho a la información". solo quedan las ocho palabras incrustadas en el artículo 6to constitucional por JLP...sin precisar cómo, cuando, dónde, para quienes, un impresionante volumen de papeles, ponencias, proyectos legislativos, editoriales, comentarios, etc.,etc., sobre el "derecho ala información" que a la postre no han tenido ninguna aplicación práctica, pero queda también un anhelo de llegar a encontrar la famosa "cuadratura" (expresión utilizada por el ex-diputado prístia y luego empresario de la radodifusión privada Luis M.Farías en los foros de consulta pública sobre la reglamentación del derecho a la información).¹⁰

La discusión en torno al derecho a la información es un indicador de las actitudes que han prevalecido por parte del gobierno en materia de información: buenas intenciones en el discurso por parte de la autoridad, represión directa o velada a directivos y trabajadores de medios.

En el sexenio salinista se detectaron 645 casos de agresiones a la prensa y durante el periodo zedillista se registraron 111¹¹. El número de agresiones muestra una tendencia preocupante y evidencia un marco de agresión y de falta de cumplimiento de las mínimas garantías reconocidas universalmente para el ejercicio de la libertad de prensa e información. Durante el régimen zedillista la relación con la prensa no estuvo exenta de tensiones no solo en cuanto a la violencia directa, sino a formas de persecución y mecanismos de advertencia como el fiscal¹².

Por lo que respecta a su relación con el Estado los medios de comunicación electrónicos han desarrollado, desde que surgieron en el espectro mexicano, un estrecho vínculo con los gobiernos en turno. La relación se expresa, por una parte de manera abiertamente política: por ejemplo, los directivos de la empresa privada más importante de televisión en el mundo hispanoamericano, Televisa , se han

¹⁰ Ibidem.

¹¹ Centro Nacional de Comunicación Social, 1996. Vid. www.fremac.org.mx/

¹² De lo anterior queda como potencial ejemplo, la públicamente conocida actitud "intimidatoria" por parte de la Secretaría de Hacienda contra el director general del periódico El Universal, Juan Francisco Ealy Ortiz.

declarado "soldados del PRI", "priistas convencidos"; además han sido simultáneamente altos funcionarios del gobierno. El caso más destacado es el de Miguel Alemán, quien al lado de Azcárraga y O'Farrill dio el mayor impulso a la televisión privada en el país.

En el caso de la radiodifusión, ciertamente surgió en un periodo conflictivo, en una época de crisis e inestabilidad política. Esto permitiría explicar que debido a que el Estado se encontraba atendiendo asuntos vitales y fundamentales se desatendió el área de las comunicaciones como la radiodifusión y la televisión. Al iniciarse la expansión de los medios de difusión electrónicos, diríase que México no tenía conciencia de su significado; los gobiernos como tal dejaron en manos privadas el vehículo más importante de comunicación social. No en balde al establecer hacia la mitad del siglo la televisión, el Estado decidió entregarla a la gestión de intereses privados; advertido tardíamente de la enorme fuerza de modelación representada por la televisión, es hasta en la última década cuando ha comenzado una búsqueda del tiempo perdido.

El primer factor que hizo posible la existencia de la radiodifusión privada en México fue, aunque parezca obvio afirmarlo, la garantía misma de la existencia de la propiedad privada consagrada en la Constitución de 1917. Para propiciar el desarrollo de la radiodifusión en el país era necesaria, según la concepción del Estado la participación de capitales privados (mexicanos) pues aunque no tenía la capacidad económica para instalar un número grande de estaciones y además carecía del aparato administrativo necesario. ¿Pudo el estado darle una orientación más democrática utilizándola para la educación, la difusión de la cultura, la información amplia de problemas nacionales, etc.? Parece que era difícil, dada la correlación de fuerzas existente que el Estado. La existencia de una radiodifusión o unos medios democráticos depende del avance de la sociedad y sus organizaciones civiles; en el caso del México de los 20's es claro que lo grupos progresistas no tenían la hegemonía, es más, la política del régimen era sumamente represiva con las manifestaciones independientes del campesinado y el proletariado. Además de no ser por algunas esporádicas manifestaciones de

interés que algunos militantes como José Allen (uno de los fundadores del PCM) tuvieron hacia la radiodifusión, las organizaciones revolucionarias no elaboraron en ese momento (ni durante mucho tiempo después) un proyecto relativo a los medios de difusión alternativos.

En los sesenta, la radio y la televisión exploraban ya en el campo de la experimentación tecnológica, pero no se aventuraban mucho más de la transmisión directa de acontecimientos deportivos, algunos espectáculos, como los toros y muy contadas ceremonias de trascendencia política, como las tomas presidenciales. Los segmentos o barras de noticias de radio y TV se nutrían con frecuencias de los propios periódicos, particularmente de los diarios, si bien algunas radioemisoras contrataban servicios de agencias informativas y mantenían contactos directos con las fuentes nacionales e información

Durante el gobierno López-mateista se promulgó la ya actualmente obsoleta y nunca respetada por los concesionarios de los medios *Ley Federal de Radio y Televisión*.

Es el 8 de enero de 1960 cuando se expide esta Ley, publicada por el *Diario Oficial* el 19 de enero del mismo año, aproximadamente 40 años después después de que la radio había generado sus primeras transmisiones en México y exactamente diez años antes la televisión había realizado su primera emisión oficial con motivo del IV informe de gobierno del entonces presidente Alemán. En consecuencia, dice Cremoux: "el instrumento jurídico vendrá a legitimar procedimientos y acciones arraigadas en los intereses que desde hace tiempo permitieron y desarrollaron un tipo de emisiones y no otros"¹³.

Durante el régimen Díaz-ordillista es cuando comienzan a vislumbrarse los signos del "agotamientos" del modelo de industrialización por sustitución de importaciones, el Estado mismo, al entrar en una crisis de legitimidad y hegemonía, comenzó a intentar participar nuevamente en los medios,

¹³ CREMOUX, Raúl, "La Legislación Mexicana en Radio y Televisión", Editorial Universidad Autónoma Metropolitana, México 1984.

especialmente en la radio y la televisión, lo que preparará el terreno para los cambios importantes en el sexenio echeverrista en materia de legislación y comunicación social.

El investigador Mejía Barquera presenta un buen resumen de lo que ha sido el funcionamiento de los medios "formales":

1. La radio y la televisión tal como funcionan hoy constituyen un elemento fundamental para la preservación del actual sistema político, pues aunque en ellas sea posible encontrar cuestionamientos y aun impugnaciones hacia ciertos actos del gobierno, la cantidad de mensajes de apoyo e incluso de propaganda favorable a la política gubernamental es siempre mayor. Estos mensajes dedicados al apoyo gubernamental son emitidos por todos los radiodifusores como por el gobierno mismo a través de sus emisoras. Así mismo, al estar estos medios prácticamente cerrados por la oposición política, el gobierno tiene que preocuparse por enfrentar solamente un tipo de crítica.
2. La existencia de un número mayoritario de estaciones de radio y televisión privadas permite al gobierno mexicana exaltar la idea de que en el país existe una situación democrática en el campo de la comunicación social, al tiempo que lo provee de un argumento para impugnar a los "regímenes totalitarios" en donde los medios son monopolizados por el gobierno.
3. Sin embargo es claro que lo que el gobierno entiende por democracia en la comunicación es la diversidad, por cierto solo aparente, de empresarios o empresas propietarias de esos medios y no la pluralidad de contenidos políticos y el acceso real a los medios de la más amplia gama posible de sectores sociales.

Al respecto de este último punto, en México, así como en el resto de las sociedades latinoamericanas el concepto de SC se interpreta en base a la conjugación de cinco procesos estructurales que indican la transformación de los últimos lustros. Estos cambios implican la transición de Estados autoritarios hacia

la implantación de democracias formalmente liberales; el cambio de modelo económico de la sustitución de importaciones e intervención estatal reguladora a un modelo de mercado neoliberal dependiente; la pérdida de poder y soberanía de los Estados ante la globalización económica y la influencia de organismos supranacionales; la constitución de actores colectivos¹⁴, desde el ámbito de la vida cotidiana, como una estrategia de sobrevivencia, autogestión de bienes colectivos y movilización de protesta contra las consecuencias más funestas de la crisis económica y la exclusión social y políticas; la desestructuración de los pactos corporativistas y de clases para el desarrollo nacional, en el que los actores y las clases sociales se subordinaban a un Estado paternalista y constituyente del sistema social y, como consecuencia, el deseo de autonomía de dichos actores frente al Estado. Así la sociedad civil entra en escena como la expresión de una pluralidad de actores colectivos y sociales que democratizan e interpelan al Estado, al mismo tiempo que, con su participación que se observa en los últimos años más activa, acelera procesos de diferenciación entre el estado, el sistema político y la misma sociedad.

El fenómeno de la sociedad civil mexicana ha sido complejo y hasta poco no considerado con frecuencia. En términos formales en el país ha existido un Estado de Derecho, las garantías individuales han estado consagradas en la Constitución, la propia Carta Magna define un régimen político representativo, democrático y federal, existe una legislación para la elección democrática de los gobernantes y hay una serie de derechos sociales consagrados en la Constitución que van de los laborales a los servicios básicos. Sin embargo en la realidad el derecho no ha sido siempre la norma que rige las relaciones de los mexicanos con el Estado; como es conocido y respaldado por abundante evidencia empírica y documental los derechos civiles han sido conculcados por la corrupción y la impunidad de las autoridades; el federalismo es negado por un centralismo presidencial que también ahoga los poderes legislativos y judicial, los procesos electorales son

¹⁴ Teniendo en cuenta lo señalado por Giovanni Sartori en su libro “¿Qué es la Democracia?”, entendemos sociedad civil como los grupos constituidos legalmente en torno a un bien común, por ejemplo: en torno a la salvaguarda de los derechos humanos.

frecuentemente fraudados por el gobierno y finalmente los derechos sociales obligatorios son escamoteados a amplios sectores de la población. Por lo tanto se puede decir que los mexicanos no son ciudadanos o no lo son plenamente o unos lo son más que otros. Esto es justamente lo que ha caracterizado al régimen político mexicano que es fundamental considerar cuando se estudian los sistemas de comunicación social.

Las llamadas Organizaciones No Gubernamentales (ONG's) nacen en la década de los años setenta, básicamente a partir de la lucha por los derechos humanos y las reivindicaciones políticas básicas en materia de justicia y democracia. Después del movimiento estudiantil de 1968 para muchos era evidente la pertinencia de contribuir a un cambio social y político en México, el mito de la paz social se vino abajo y el autoritarismo y las características del sistema afloraron con evidencia y dolor. El papel de los medios, en términos generales, fue claramente reproductor, sin embargo como experiencia nueva, la sociedad fue severamente reprimida en sus intentos por la construcción de un cambio democrático; por otra parte no existía una infraestructura ciudadana, autónoma, independiente y suficientemente articulada que acompañara al país a un cambio democrático. La construcción del espacio que desde hace algunos años solemos apellidar como lo "civil", lo ciudadano, lo no gubernamental, lo cívico, etc tardó tiempo en construirse, en manifestarse públicamente y en entenderse a sí mismo como actor protagónico en los problemas de interés público.

Paralelamente a estos fenómenos políticos, a partir de los setenta los fenómenos de la comunicación social adquieren tanto en el contexto nacional como internacional particular relevancia; ello significaba el rompimiento con las concepciones hasta entonces prevalecientes en torno a la función de los medios. En esos años se gesta el "descubrimiento" de dimensiones antes no contempladas en el área de la producción y distribución de ese recurso, cada vez más importante, llamado información. Surgen así las referencias a "desequilibrios informativos", desigualdad distribución de los "recursos de la comunicación", a las "brechas de comunicación", etc. En el contexto internacional se denuncia la

existencia de una estructura de flujos informativos que propicia nuevas formas de "colonización cultural", se percibe de la misma forma la integración de flujos de comunicación dentro de esquemas más amplios de "transnacionalización económica".

Una de la primeras demandas que logró consolidar espacios no partidistas, independiente para manifestarse después de 1968 fueron los derechos humanos. Aun cuando antes de los años setenta ya existían casos de desaparecidos y presos político, es en dicha década que esto se generaliza como una práctica oficial sistemática. Es en ese marco que en agosto de 1977 surge formalmente como una necesidad la primera organización de Derechos Humanos en el país. El *Comité Pro Defensa de Presos, Perseguidos, Desaparecidos y Exiliados Políticos*, compuesto básicamente por los familiares de las víctimas de las violaciones de los derechos humanos, inicia sus actividades luchan por la liberación de los presos políticos¹⁵.

En el caso de la comunicación social, el proceso ha sido muy lento y la acción civil por la toma de espacio o medios autónomos ha sido sumamente aislada, lo cual es entendible si consideramos el carácter represivo del estado por una parte y monopólico de los grupos propietarios . Las pocas experiencia que ha habido han sido poco difundidas y hasta el día de hoy no existe una historia de esos intentos compilados (no digamos, analizados) . Históricamente ha habido experiencia interesantes pero poco difundidas por desgracia, estos ejemplos muestran la prácticamente nula disposición de las autoridades. Los argumentos siempre son legales, técnicos, de espacio en la banda. Como ejemplo de ello tenemos el caso de la Universidad Autónoma de Puebla (UAP) que solicitó desde 1965 la concesión de transmisión, dicha gestión fracaso, posteriormente se volvió a iniciar la operación de trámites presentándose formalmente la solicitud en septiembre de 1974; los trámites se alargaron hasta 1980 cuando la Secretaría de Comunicaciones y Transportes (SCT) contestó que no se podía otorgar el permiso a la UAP en amplitud modulada, pero que en ese momento podrían ofrecer una

¹⁵ Centro de Derechos Humanos "Francisco de Vittoria", 1995.

frecuencia en FM; se argumentó que no había frecuencias disponibles en AM; la Universidad aceptó ir a FM, el oficio fue ignorado; en abierta contradicción a este hecho, poco después se otorgaron varias frecuencias a empresarios privados de Puebla para explotarlas comercialmente.

Otro triste ejemplo de la cerrazón gubernamental en este sentido es de la Universidad Autónoma de Guerrero; en 1981 la UAG no recibía el subsidio que le correspondía por parte del gobierno como respuesta al proyecto independiente del rector Wences Reza . En mayo de ese año González Ruiz tomó posesión de la rectoría y reivindicó el derecho de la casa de estudios de disponer de su propia radioemisora. Nunca le otorgaron el permiso; fueron las mismas argumentaciones: "Hay muchas radiodifusoras" cuando en realidad solo había una. En mayo de 1982 la XEUAG salió al aire mediante un amparo legal, se le acusó de estar interfiriendo emisoras de Guatemala y Estados Unidos; la señal quedó libre pero un día después la emisora sufrió agresiones. En 1984 hubo cambio de rector, nuevamente Wences Reza advirtió que la Universidad Pueblo Radio UAG debía funcionar. Poco después la Secretaría de Educación dejó ciertas condiciones para entregarle el subsidio y por su parte el gobierno estatal también la presionó. En 1985 el rector Wences, quien había sido reelecto, tuvo que ceder y para que sobreviviera la Universidad de Guerrero, el proyecto *Universidad - Pueblo* tuvo que suspenderse.

Podríamos añadir otros casos, difíciles y sujetos a mucha presión, como el de *Radio Teocelo* y *Radio Huayacocotla* en Veracruz; estos han sido proyectos de radio comunitaria que desde entonces han utilizado la banda comercial para incorporar procesos sociales a la comunicación. O bien , el caso del municipio de Juchitán que ganó el PSUM en 1984 y donde se intentó instalar el proyecto de una radio popular : *La Voz libre del Pueblo* , la cual también fue objeto de boicot por parte del gobierno; en ese mismo año la Coalición de Obreros, Campesinos y Estudiante del Istmo denuncia que el ejército ha destruido de Radio Ayuntamiento Popular que funcionaba en el edificio del palacio municipal .

Estas experiencias fueron significativas porque tocaron una de las fibras medulares del sistema: Medios de Comunicación fuera del control gubernamental. La reacción fue brutal, *Radio Universidad Pueblo* después de un tiempo de bloquearla económicamente se llegó al extremo de poner una estación para bloquear la frecuencia; con el tiempo tanto el proyecto de la UAG como el de Juchitán se vieron truncados por la intolerancia . Ya en los ochentas se establecieron espacios radiofónicos interesantes como los programas de Enrique Quintana, Paco Huerta o *Radio Educación* y *Radio Universidad*.

En la prensa escrita la historia ha sido diferentes en cuanto a la presencia de sectores de la sociedad civil ; en diferente tiempo y espacio algunos medios se han caracterizado por su apertura y por convertirse en portavoces de los sectores organizados e independientes del gobierno y los partidos políticos, como por ejemplo la revista *Proceso* en el sexenio lópez-portillista, la cual se ha consolidado como una de las revistas políticas más prestigiadas del país y fuera del control gubernamental; en los ochenta el periódico *Uno más Uno* y pocos años después que el gobierno interviene se forma *La Jornada* que, por momentos se ha constituido como un espacio especialmente sensible de la presencia de algunos sectores de la sociedad civil organizada.

Por el lado de los espacios informales, también ha habido un fuerte dinamismo: por ejemplo el periódico *Corre la Voz*, originalmente era un medio de inserción pagada en el periódico *La Jornada* y terminó siendo un medio de amplio tiraje; nuevamente el gobierno se dedicó a reprimir a sus voceadores para tratar de controlar la circulación, pero este periódico ha logrado mantenerse casi sin publicidad, se vende de mano en mano y se costea por lo que la gente paga.

En la década de los 90's se conocieron en la ciudad de México dos experiencias marginales *Televerdad* y *Radio Pirata* éstas fueron un intento de crear una estación alternativa sin prestar atención a los recursos burocráticos que pone la Secretaría de Gobernación para una concesión; tenían sus instalaciones en el corazón de la ciudad de México (Av.Reforma y Av. Insurgentes en la ciudad de

México) y funcionaba con una modesta antena que le permitía un radio de acción de 2 kilómetros. Los miembros de este "proyecto" provenían del partido de la Revolución Democrática, de la Asamblea de Barrios y algunos otros de organizaciones vecinales de la ciudad de México. Las constantes violaciones al local, la desorganización interna, la falta de difusión generaron en la destrucción del proyecto que tuvo más una influencia simbólica que impacto real. Esta experiencia inauguró también una forma de comunicación en la ciudad de México poco vista: el asalto de las hondas hertzianas (en este tipo de procesos México está sumamente atrasado en comparación con Chile o Argentina que tuvieron un impresionante crecimiento sobre todo en la época de las dictaduras). La lista de allanamientos y represiones se hace extensiva a las Agencia Informativas independiente como Centro Nacional de Comunicación Social o a productoras independientes como el *Canal 6 de Julio*.

Otra experiencia que vale la pena recordar es el intento de organización de la primera red nacional de Comunicadores populares. Esta red pretendía agrupar a diferentes ONG's, Centros del Producción de materiales audiovisuales independiente, colectivos con medios impresos más desarrollados. La Red logró dos reuniones nacionales (una en 1993 con la presencia de connotados investigadores latinoamericanos en el campo de la Comunicación Popular y otra en 94); en la segunda reunión se intentaron coordinar algunas acciones conjuntas pero no se concretaron. La falta de cohesión para delimitar tareas comunes, la desarticulación de la coordinación y el trabajo propio de cada colectivo han debilitado bastante la vida interna de esta Red.

El objetivo de las organizaciones que han entrado a la materia del análisis o producción de mensajes ha sido devolver el carácter comunicativo al ejercicio de la información pública en México, misma que se ha dificultado por el nivel concentración de los sistemas de información en el país. Un elemento estratégico para lograr tal objetivo es que las ONG's clarifiquen una política hacia la democratización de la comunicación social la cual debe implicar: la democratización plena y efectiva de emisión y recepción de información en

términos de pluralismo; la libertad real y objetivo de todos para ser tanto fuentes como destinatarios de la comunicación; la vigencia de la diversidad y de la soberanía en la comunicación a nivel nacional e internacional y la conversión de las sociedades hoy limitadas a receptoras de mensajes en sociedades productoras de ellos.

El grupo *Comunicadores por la Democracia*, se formó en 1993, y constituyó un ejemplo de profesionistas de la comunicación, tanto se sectores de la ciudadanía como de diferentes extracciones partidistas; individuos todos, sensibilizados ante nuevas áreas y con la inminente necesidad de agruparse en el clima de hostilidad hacia los trabajadores de los medios que caracterizó el régimen salinista; el grupo presentó y firmó una propuesta concreta sobre la transformación en medios democráticos y plurales de prensa, radio, T.V. La iniciativa propuso crear un consejo plural de comunicación social y autónomo y con personalidad jurídica que se encargue de llevar adelante propuestas sobre derechos y obligaciones profesionales y ciudadanos. Entre otras de las iniciativas más importante se encuentran : modificar el criterio de otorgamiento de concesiones de Radio y T.V. , con participación del mencionado consejo que debe revisarlas y autorizarlas anulando la facultad unilateral que hasta ahora tiene únicamente el poder Ejecutivo. También menciona la reformulación de una Ley Federal de Comunicación Social que abarque los diferentes medios, asimismo utilizar parte del 12.5 % del tiempo-en Radio y T.V. de que dispone el gobierno federal para que los ciudadanos ejerzan sus derechos políticos en materia de expresión pública. Entre otras de las acciones emprendidas por este grupo se destaca el acto celebrado en el Ángel de la Independencia el 7 de junio de 1995, Ciudad de México, para recordar a los 100 periodistas asesinados en los últimos 20 años. Este acto resaltó la importancia a la libertad de expresión y la contrastó con el clima de violencia que prevalece en México.

Como conclusión podemos decir que la democracia, en todos niveles pasa por la fractura del monopolio, la redistribución de éste y por un control social y legal diferente al actual. El otorgamiento de concesiones debe seguir otros criterios

diferentes a los actuales los cuales siguen favoreciendo a toda costa la concentración y marginando la oposición. En 1994 lamentablemente el monopolio informativo continúa: 5 familias siguen controlando el 80% de la televisión y 2 el 50% de la Radio a nivel nacional. En realidad el costo político y social que la sociedad paga la colusión entre el partido de estado y monopolios de radio y televisión que están al servicios de sí mismos es altísimo. Si bien sabemos desde hace tiempo que los medios no determinan la vida social, sin ellos no es posible la transición a la democracia. Cabe señalar que toda democratización de los medios tiene como contraparte la democratización de la sociedad, la cual pasa por la modificación de hábitos políticos (voto, articulación a grupos) e informativos (en México no se imprimen más de 3 millones diarios de periódicos).

Gracias a su funcionamiento monopólico como instrumento político en México, los medios masivos han sido la herramienta del gobierno y de los grupos empresariales para imponer a la mayoría las orientaciones necesarias a la perpetuación del poder. Por desgracia a los nuevos empresarios no parece interesarles realmente la democratización del país: en 1993 el entonces reciente propietario de la televisora TV Azteca Salinas Pliego, afirmó no creer en la democracia, pero en el sentido que lo decía Winston Churchill quien no creía en ella, pero por lo pronto había que apoyarla hasta que no existiera un sistema mejor. A una pregunta sobre qué haría TV Azteca por la democracia, contestó: *Antes que nada, la televisión es un medio de entretenimiento y esparcimiento. Para que un sistema democrático funcione, debe haber mayor educación y progreso económico. yo creo que la televisión nada tiene que ver*¹⁶.

Los pormenores de esta relación entre el gobierno y los medios de comunicación, abre para la actualidad un nuevo e importante capítulo a través del acuerdo (decreto) del 10 de octubre de 2002 del Presidente Vicente Fox y la Secretaría de Hacienda y Crédito Público. El Nuevo Reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión modifica la forma de pago del impuesto creado por ley en 1968; pago que conforme a un decreto presidencial de 1969 se hacía en especie: 12.5%. El

¹⁶ Semanario Proceso 873, 26 de julio 1993, p. 6

nuevo acuerdo reduce la cifra anterior a 18 minutos para la T.V. (1.25%) y 35 para el caso de la radio (2.43%), en horario de 06:00 a 24:00 hrs.

No puede sobrevivir una democracia hasta que el poder de los medios y en especial de la televisión sea plenamente descubierto por la población, en este sentido -esperamos- el proceso de democratización que muy lentamente se asoma en México toque total y realmente a los medios masivos.

1.2 Sociedad y Política, Tlaxcala hacia 1992.

La historia política de Tlaxcala muestra una estrecha y singular correspondencia con la historia política del país. No podía ser de otro modo, habida cuenta su cercanía con el centro político, económico y militar de la nación y del carácter centralista del ejercicio del poder público que ha sido señal distintiva del México independiente, no obstante la legislación vigente y la constante profesión de fe federalista de que se nutre el discurso oficial.

Si bien en Tlaxcala se han reflejado, a su manera, las diversas señas de identidad de la política mexicana, no debe suponerse que ello sea algo "natural" y que siempre hubiera sido así. En sus más remotos orígenes, antes de la llegada de los españoles, Tlaxcala ya estaba organizada como una república –formación política que no era común, en esa época, en el mundo- lo que significaba un notable grado de avance respecto de la organización como imperio o monarquía de las sociedades contemporáneas (vecinas o no, distantes o no), y en la que se intentaron, de manera parcial, mecanismos democráticos –aunque plebiscitarios- de gobierno.

Durante la Colonia, Tlaxcala disfrutó de algunos privilegios, entre otros la capacidad de integrar un Ayuntamiento con indios, si bien presidido por un peninsular. Lo importante es que estos privilegios no sólo le fueron anulados, una vez consumada la Independencia, sino que tuvo que emprender una dura batalla política y jurídica por preservar su pervivencia como entidad con sello propio,

derivado de la historia, la cultura y la tradición. No faltó quien, por una equivocada lectura de la historia, pretendiera fraccionarla y anexar las partes a diversas entidades. La lucha encabezada por el diputado federal Mariano Sánchez culminó en diciembre de 1856 cuando el Congreso de la Unión promulgó la declaratoria que convertía a Tlaxcala en un Estado Libre y Soberano.

El Diputado Sánchez había pedido a los legisladores su apoyo a los tlaxcaltecas que luchaban porque se “respetara el soplo de vida que conserva una civilización de las más antiguas e ilustres de nuestro país”¹⁷. En octubre de 1857 fue promulgada la primera Constitución Política del Estado.

México vivía una época de inestabilidad, turbulencia, invasiones, guerras, a la que Tlaxcala no pudo ser ajena. Sus primeros sesenta años de vida como Estado soberano coinciden con las luchas intestinas en el país y con el advenimiento al poder de Porfirio Díaz: su correlativo en Tlaxcala sería Próspero Cahuantzi, (gobernó entre 1885 y 1911) que “pacificó al Estado” y lo mantuvo bajo su riguroso control. A la caída de Díaz corresponde la caída del cacicazgo local de Cahuantzi. Entre 1911 y 1918 se suceden, como en otros estados del país, diversos e inestables gobiernos militares, cuya permanencia dependía de la evolución y giro que asumiera la lucha entre los diversos grupos revolucionarios.

Desde entonces se han sucedido los gobiernos constitucionales. Este período, que podría llamarse como de la estabilidad constitucional, sería conveniente subdividirlo, a su vez, en cuatro grandes etapas¹⁸:

1. **De 1918 a 1932**, “Del Constitucionalismo al Socialismo”, que inicia con los efectos en Tlaxcala de la promulgación de la Constitución de 1917 y termina con el fin del cacicazgo de Ignacio Mendoza que gobernó al amparo del Partido Socialista Tlaxcalteca (heredero del Partido Liberal

¹⁷ Enciclopedia de Tlaxcala, Tomos 15 y 16.

¹⁸ Ibidem.

Constitucionalista Tlaxcalteca). Es importante recordar que hasta 1929 no se constituyó el partido que habría de aglutinar a todas las fracciones triunfantes de la Revolución Mexicana, y no sería deseable la hipótesis que al nacimiento del PNR en el ámbito nacional hubiera correspondido el declive local del PST.

2. **1933 a 1946**, "Del socialismo a la instalación del partido de estado", que inicia con el fin del cacicazgo de Mendoza y concluye con la conversión del PRM en PRI. Durante la fase de transición del PNR en PRI, que también fue la de su consolidación como fuerza política hegemónica en el ámbito nacional, se propició la formación de grupos políticos locales que combatieran las formas antiguas; Tlaxcala no fue la excepción. Por supuesto que el cambio de un tipo de cacicazgo a otro ni fue sencillo ni muchos menos terso. Desde la ciudad de México se estimuló la llegada al gobierno del Estado de Adolfo Bonilla, que tenía el encargo de perseguir a los mendocistas y a los socialistas. A cambio, intentó implantar su propio esquema de poder caciquil, lo que tampoco satisfizo al "centro" que de alguna manera se valió del descontento popular para impulsar una candidatura, la de Isidro Candia, que no era del grupo político de Bonilla.
3. **De 1947 a 1974**, "De la instalación al auge del partido de Estado", que arranca con el cambio en la Constitución por el que el período gubernamental sería de seis y no de cuatro años y termina a mediados de los setenta cuando algunos movimientos sociales rompen el equilibrio establecido.
4. **De 1975 a 2000**, que empieza precisamente con el ascenso al poder de Emilio Sánchez Piedras y termina con la derrota del PRI en las elecciones presidenciales de julio de 2000, pero que había sido precedida, en Tlaxcala en 1998 en los comicios por el gobierno del Estado.

A lo largo de todo este proceso de desarrollo político, si bien Tlaxcala no se abstrae del cambio que está ocurriendo en toda la sociedad mexicana, el avance de la oposición para propiciar una alternancia política se consolidaría hasta 1998. A lo largo del país; sin embargo, el proceso de caída del priismo gobernante adquiriría matices más claros 10 años antes, durante las elecciones federales de 1988, cuando resultó inédita la diferenciación en las percepciones sociales, el alcance de inconformidad pública, y las distancias entre los actores políticos. Una inercia de crecimiento opositor que impactaría fuertemente las subsecuentes relaciones políticas de Tlaxcala.

A nivel nacional, las diferencias entre las élites económicas y políticas, cuyo detonador fue la crisis económica de 1982, se agudizó en 1987, con la formación al interior del Partido Revolucionario Institucional (PRI) de una fuerza política denominada "Corriente Democrática", la cual mostró una oposición abierta a la dirigencia de ese partido y a la política gubernamental; las diferencias que sostuvo esa corriente crecieron, hasta abrirse el camino para el rompimiento y la fractura.

En un duelo de posiciones, diferencias y extremos, algunos con motivos, otros no, los integrantes de la "Corriente Democrática" deciden retirarse y son separados de las filas del PRI y, junto con un grupo de partidos y asociaciones políticas formaron el Frente Democrático Nacional, que logró presentarse ante la opinión pública, al menos en 1988, como una alternativa política de dimensiones nacionales.

Esta afirmación descansa sobre el hecho de que las elecciones de 1988 arrojaron las cifras más bajas en la historia electoral del PRI. Por citar un dato, en 1964 el PRI obtuvo el 83% de la votación, cifra que muestra el dominio electoral de ese instituto en aquellos años del crecimiento sostenido. Para 1988 el PRI sólo obtuvo el 50.35% de la votación total, es decir, apenas alcanzó la mayoría absoluta para la presidencia de la República.¹⁹

¹⁹ "Las elecciones de 1988 fueron el acontecimiento que puso en rojo los controles del partido {el PRI}. Por primera ocasión en toda su historia, el partido oficial observó una brusca caída electoral y resintió el cuestionamiento más severo a su legitimidad política. Desde 1964 el PRI ha resentido una paulatina pero firme

El gobierno Federal maniobró para recuperar espacios perdidos y para imprimir nuevos signos a una legitimidad deteriorada. Uno de los instrumentos de política social que más apoyo presupuestal y publicitación recibieron fue el Programa Nacional de Solidaridad que para los primeros días de 1992 sería parte de la Secretaría de Desarrollo Social (SEDESOL). Lo anterior se vio reforzado por una mejora paulatina de los indicadores macroeconómicos, la captación de divisas y de capitales extranjeros, los cuales llegaron a un punto récord; se desarrollaron una serie de programas de infraestructura para la industria; se construyeron autopistas y carreteras; y se trató de impulsar a las exportaciones.

Además, en este proceso de "legitimación" gubernamental se puso en marcha una nueva reforma electoral (1990-1991), presentada, al igual que la de 1986 como una reforma política; sus resultados generales fueron la aparición del Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales (COFIPE) y del Instituto Federal Electoral (IFE).

Por otra parte, durante ese sexenio se modificó una de las líneas ideológico-políticas más importantes, y sobre la cual se había gobernado hasta el gobierno de Miguel de la Madrid. En efecto, los diferentes gobiernos habían hecho de la justicia social el eje articulador de la Administración Pública y del discurso político. Sin embargo desde el Ejecutivo federal se llama a la "Reforma a la Revolución", a las reformas de los artículos 3º, 127, 130, y 27 de la Constitución, y al cambio ideológico político en el PRI del nacionalismo revolucionario al liberalismo social, oscilando entre la solidaridad comunitaria y un viraje hacia una concepción del "Estado mínimo".²⁰

declinación electoral que lo llevó a perder el 35 por ciento de la votación total, según estimaciones de Juan Molinar; mientras que en 1964 obtuvo el 83.3 por ciento de la votación, según las discutibles cifras oficiales, en 1988 se derrumbó al 50.35 por ciento según la votación total." Loyola, Rafael y León, Samuel, "El Partido Revolucionario" ., p.70.

²⁰ Sobre la concepción del Estado Mexicano y su papel en la economía se han hecho algunas apreciaciones como la siguiente: «...En México, más Estado significó tener menos capacidad para responder a los reclamos sociales de nuestros compatriotas y, a la postre, más debilidad del propio Estado (...) La tesis que asocia estatismo con progreso surgió en el mundo ante el fracaso del ultraindividualismo de los años veinte, por la autorregulación fallida del mercado y la gran depresión que le siguió (...) Los aciertos notables de la intervención estatal en el pasado (...) fueron por una tendencia a responsabilizar al Estado, de manera casi exclusiva, de la gestión de toda la economía mixta (...) Un Estado que no atendía al pueblo por estar ocupado

Finalmente, al proceso electoral de 1991, se llega a la mitad de los siguientes factores:

- 1) Un ejercicio de la Administración Pública Federal publicitado a través de los medios de comunicación con un alto grado de eficacia política, que mostraba los signos de la recuperación económica del país, subrayando los resultados macroeconómicos.
- 2) Un Ejecutivo Federal cuya imagen alcanzaba mayores espacios en las opiniones públicas del país, en lo cual el Programa Nacional de Solidaridad ocupaba especial centralidad.
- 3) Una creciente capacidad de maniobra del país en los nuevos escenarios internacionales; México se tornó por momentos en ejemplo de los resultados positivos de la desregulación, la liberalización económica y la estabilidad en las variables macroeconómicas, todo esto en el contexto de las negociaciones del Tratado de Libre Comercio (TLC) entre México, Estado Unidos y Canadá.
- 4) Un realineamiento de las fuerzas políticas que respondían a la convocatoria del Partido Revolucionario Institucional (PRI), a la capacidad de concertación del presidente del CEN de ese partido y al llamado para renovar la vocación política de sus militantes.
- 5) Una izquierda sujeta a fuertes embates y presiones desde el poder Ejecutivo, a un manejo inmerecido por parte de algunos medios de comunicación y al

administrando empresas (...), un Estado extenso, abrumado, termina siendo un Estado débil (...) La economía, más abierta a la iniciativa y a la inversión no estatal se conducirá, sin duda, para servir los objetivos nacionales de la soberanía y de la justicia... "Estas frases parecen un eco con débiles ideas nuevas de lo explorado por R. Reagan en el Informe Económico Presidencial de febrero de 1982: "... mi primer y más importante objetivo ha sido mejorar el desempeño de la economía reduciendo el papel del gobierno federal en todas sus muchas dimensiones (...); debemos dejar a la iniciativa privada todas las funciones que los individuos pueden desempeñar privadamente." Bedoy, Humberto G., «Proyecto socioeconómico neoliberal», en Fernández, David, et al, *Neoliberales y Pobres, el debate continental por la Justicia*, Cinep, Centro de Reflexión Teológica, Centro Gumila, Centro de Reflexión y Acción Social, Colombia, 1993, pp. 136-137.

rechazo abierto de sectores afines al gobierno; asimismo, presa de las indefiniciones ideológico-políticas y estratégicas de las fuerzas opositoras que articularan el Frente Democrático Nacional (FDN), y de un desgaste en la capacidad de movilización y convocatoria alcanzado en 1988. Este conjunto de factores, algunos de ellos ominosos, motivó la paradoja de que la contribución a la democracia y a la apertura política que realizó el Partido de la Revolución Democrática (PRD), no tuviera una traducción abierta en las urnas.

- 6) Una creciente comprensión social del nuevo lenguaje gubernamental, que tras seis años de crisis económica comenzaba a mostrar sus primeros resultados y avances. La apertura política de la ciudadanía era la mejor condición de posibilidad para asignar nuevos significados a la gestión de gobierno. El cambio en los códigos de significación e interpretación social permitió que el discurso del gobierno en materia de políticas públicas se afanzara y fue también ese cambio en los códigos tradicionales del sistema político los que motivan a una participación creciente de la ciudadanía.

Para Tlaxcala, sin embargo, como para el resto de México, estaría fincado el antecedente liberalizador de las fuerzas sociales. Los medios de comunicación, si bien aliados del Revolucionario Institucional, comenzaban a ver en la oposición a una fuerza política real distanciados de la antigua realidad que los concebía como "partidos satélites" y rostro democrático para la legitimación del régimen monopartidista.

De acuerdo con mi experiencia personal en estas fechas, el desarrollo de la oposición como fuerza real y las exigencias políticas para dar viabilidad al proceso de apertura comercial impulsado desde el gobierno Federal, sirvieron para romper el monopolio mediático del Revolucionario Institucional.

La sociedad no volvería a ver igual al PRI: por un lado, porque había comenzado a hacerse viable la idea de su derrota y la posibilidad de un cambio efectivo; y por otra

parte, porque existía una demanda social real que servía a los fines de esta oposición, manifestaciones y movimientos de distintos sectores sociales, que, además de protestar contra las cuestiones políticas, también lo hacían por la pérdida del poder adquisitivo, y el desempleo pues los recursos productivos y financieros internos no eran suficientes pese a la significativa entrada de divisas del exterior.

Tal era la manifestación de sociedades en movimiento, de búsqueda de espacios formales e informales para la participación política, de reivindicaciones que las respuestas gubernamentales no alcanzaban a cubrir y en síntesis se trataba de un nuevo mosaico político nacional caracterizado por la heterogeneidad, la fragmentación y la diversidad. Las fuerzas políticas, las universidades y las organizaciones autónomas fraguaban nuevas definiciones, cuyo alcance se comienza a comprender en la segunda mitad de los años noventa.

Para Tlaxcala, de hecho, la concreción de estas luchas y este proceso de apertura se vería cristalizado en 1998, cuando Tlaxcala deja de ser un estado eminentemente priísta y cede la titularidad del Ejecutivo a un candidato surgido de una alianza de oposición: Alfonso Sánchez Anaya.

1.3 Sociedad y Medios de Comunicación.

En 1992, casi a dos años del final de la administración del presidente Carlos Salinas de Gortari y de acuerdo con los resultados del estudio, el 69% de los encuestados en el estado de Tlaxcala²¹ señalaba que las cosas en el país estaban empeorando, el 21% contestaba que seguían igual y sólo un 6% tenía la impresión de que las cosas estaban mejorando. Estos resultados contrarrestan directamente con las altas cifras de popularidad que la administración de Salinas de Gortari manejó durante el último tercio de su gobierno e hipotéticamente pueden entenderse:

²¹ De acuerdo con los resultados de mi estudio.

(a) Como la percepción particular de los tlaxcaltecas hacia el gobierno federal, a partir del impacto diferenciado de la gestión salinista en las distintas entidades federativas y especialmente en Tlaxcala.

(b) Como resultado de la mediación de las empresas comunicativas frente a la gestión salinista, las críticas y principalmente los resultados del modelo neoliberal aplicado en México.

De acuerdo con mi experiencia y los elementos teóricos provistos por el enfoque "Agenda Setting", (a) y (b), resultan ser en realidad parte el uno del otro. Es decir, esta percepción particular que los tlaxcaltecas entrevistados parecen tener del gobierno Federal en 1992, es resultado –desde luego, entre otros aspectos–, de la mediación de las empresas comunicativas hacia la gestión salinista en el momento de la investigación. Ello habla por sí mismo de un impacto real que poseen los medios de comunicación en la sociedad y que podría resumirse en los siguientes puntos:

- × Los temas que ocupan la atención de los medios terminan siendo los temas que nos ocupan, en otras palabras, la teoría de Agenda Setting, revela que la inserción de asuntos o temas particulares en la cobertura noticiosa afecta las percepciones públicas en cuanto a la importancia relativa de dichos asuntos.
- × La idea central de la Agenda Setting es que las prioridades y preocupaciones políticas del público, así como sus creencias acerca de los temas y eventos significativos, están determinados por la cantidad de cobertura noticiosa asignada a los distintos temas y sucesos. Los medios estructuran la agenda pública, y la forma como ellos lo hagan es determinante en la formación y evolución de la llamada "opinión pública".

Sin embargo, la estructuración de la agenda pública en Tlaxcala depende de la exposición diferenciada de los tlaxcaltecas a empresas nacionales y locales de prensa, radio y televisión. Por lo tanto, la cobertura informativa que ocupa la atención de la sociedad se divide en dos grupos y cada uno de los "mass media", como se verá, poseen diversos niveles de impacto en materia de agenda pública. Si bien la cuestión de los contenidos particulares que integran la "agenda" tlaxcalteca es motivo de uno o varios estudios específicos en el tema²², mi experiencia personal me lleva a considerar como muy importante esta exposición diferenciada de la sociedad de Tlaxcala a los distintos medios de comunicación. Esto último me ha llevado directamente a enfocar mi trabajo en señalar las características del consumo de medios en la entidad y en qué forma estos participan en la construcción de una agenda pública.

Sobre este último punto, me ha sido de particular importancia la visión teórica que se denomina "usos y gratificaciones"²³, la cual supone que la sociedad "consume" un determinado contenido o medio, a partir de una expectativa de gratificación. Es decir, la sociedad usa los *mass media* con una finalidad. Este hecho en concreto, ligado a mi experiencia en Tlaxcala, me lleva a formular la idea de que en la entidad la "realidad mediática" puede variar de acuerdo con la exposición al medio.

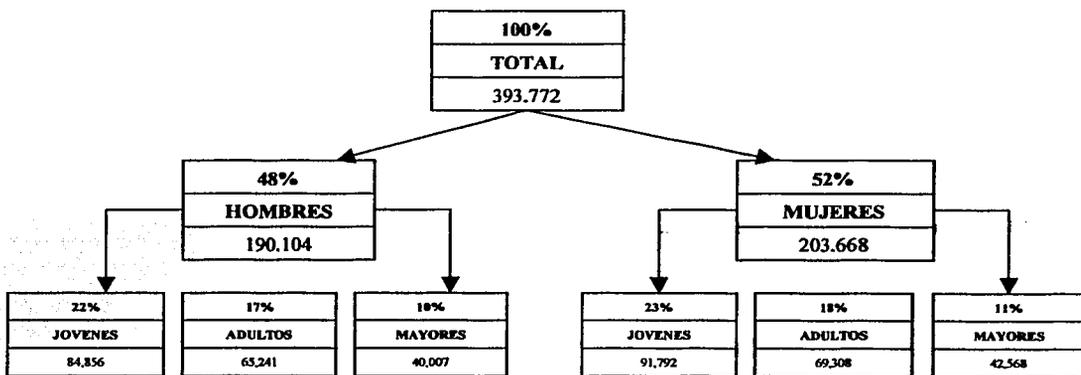
Por lo tanto, en Tlaxcala no se puede hablar con precisión de una "agenda pública" sin antes considerar:

²² Las investigaciones que estudian cómo los medios seleccionan los contenidos a los que dedican sus mensajes, qué es y qué no es noticiable, reciben el nombre académico de Agenda-Setting, y pretenden dilucidar qué es prioritario en la agenda de los medios masivos, cómo se construyen las noticias y cómo éstas a su vez conforman una realidad mediática que termina diciéndonos qué es lo realmente importante para nosotros. Vid. Medina Hernández Ileana, "Moda, Sensacionalismo y Agenda-Setting".

²³ "Comparado con los clásicos estudios sobre efectos, el enfoque de usos y gratificaciones toma como punto de partida al consumidor de los medios más que los mensajes de éstos, y explora su conducta comunicativa en función de su experiencia directa con los medios. Contempla a los miembros del público como usuarios activos del contenido de los medios, más que como pasivamente influidos por ellos. Por tanto, no presume una relación directa entre mensajes y efectos, sino que postula que los miembros del público hacen uso de los mensajes y que esta utilización actúa como variable que interviene en el proceso del efecto. Por otra parte, el enfoque de usos y gratificaciones aporta una perspectiva más amplia para la exploración de la conducta individual frente a los medios, al unir la a una búsqueda continua de las formas en que los seres humanos crean y gratifican las necesidades". Vid. Katz Eliu, Blumler Jay G. y Gurevitch Michael, "Usos y Gratificaciones de la Comunicación de Masas", consultado en Moragas Spa, Miquel, Sociología de la Comunicación de Masas, Tomo III, pp. 127-171.

- (a) La presencia de una dualidad en los contenidos mediáticos de la radio, la prensa y la televisión, a partir de su distinción como medios de comunicación nacionales y locales;
- (b) El consumo que los tlaxcaltecas hacen en general de la radio, la prensa y la televisión, derivado de sus necesidades (o demanda) de entretenimiento e información. A continuación se presentan los resultados del estudio elaborado en 1992, los cuales han sido agrupados con base en los distintos medios masivos y la forma en como fueron abordados a través de las preguntas del cuestionario²⁴.

Con base en la información del Censo Nacional de Población y Vivienda de 1990, del total de habitantes (761 mil 277) se tomaron en cuenta los mayores de 18 años (100%) a partir de los cuales se fue segmentado por rangos de edad y género, respetando las categorías presentes en el Censo y agrupándose de la siguiente forma.



Como se aprecia, el total de población registrada se dividió, primero, en porcentaje de hombres y mujeres, y posteriormente en jóvenes (población de 18 a 30 años de edad), adultos (31 a 50 años de edad) y mayores (más de 50 años), respectivamente para cada género.

²⁴ Ver Apéndice para mayores referencias del cuestionario.

De esta forma, la encuesta se aplicó en los 44 municipios que componían al estado de Tlaxcala en 1992. Conforme al método señalado (cuotas) he seleccionado inicialmente, dentro de todo el universo de la población, una muestra de 1350 personas que se depuró para ofrecer finalmente un total de 800 cuestionarios, distribuidos de acuerdo con los porcentajes correspondientes a cada segmentación, lo que arrojó los siguientes resultados: 172 cuestionarios a hombres-jóvenes, 133 a hombres-adultos, y 81 a hombres-mayores; 186 a mujeres-jóvenes, 141 a mujeres-adultos y 86 a mujeres-mayores.

A lo largo de la década de los años noventa, los grupos de población representados en dicha muestra recibieron los efectos de una serie de transformaciones sociales y políticas de envergadura nacional y local. Por ello es que pretendo elaborar a lo largo de la presente exposición algunos de estos cambios, aquellos que desde mi punto de vista aparecen como los más representativos.

El cruce de la información empírica con la información social y política que se destaca, puede ser de gran relevancia para apreciar las características del escenario donde impactaron dichos cambios, los atributos de la sociedad que los gestó, así como para acceder a una ponderación más amplia de sus efectos a largo plazo, las transformaciones a que dieron origen y los cambios con los que pudieron verse relacionados. A continuación se ilustra la tabla de segmentación con base en la cual se diseñó la distribución de cuestionarios.

Hombres			Mujeres			
Jovenes	Adultos	Mayores	Jovenes	Adultos	Mayores	
9323	16363	7105	9462	17901	7572	
7100	19043	8478	7632	20430	9121	
34424	14427	7334	37265	14972	7615	
27447	12476	5873	30159	13073	6173	
6562	2932	4012	7274	2932	4272	
0	0	3203	0	0	3151	
0	0	1991	0	0	2152	
0	0	1296	0	0	1536	
0	0	467	0	0	518	
0	0	195	0	0	335	
0	0	53	0	0	123	
84856	65241	40007	91792	69308	42568	393772
21.55%	16.57%	10.16%	23.31%	17.60%	10.81%	100%
172	133	81	186	141	86	800

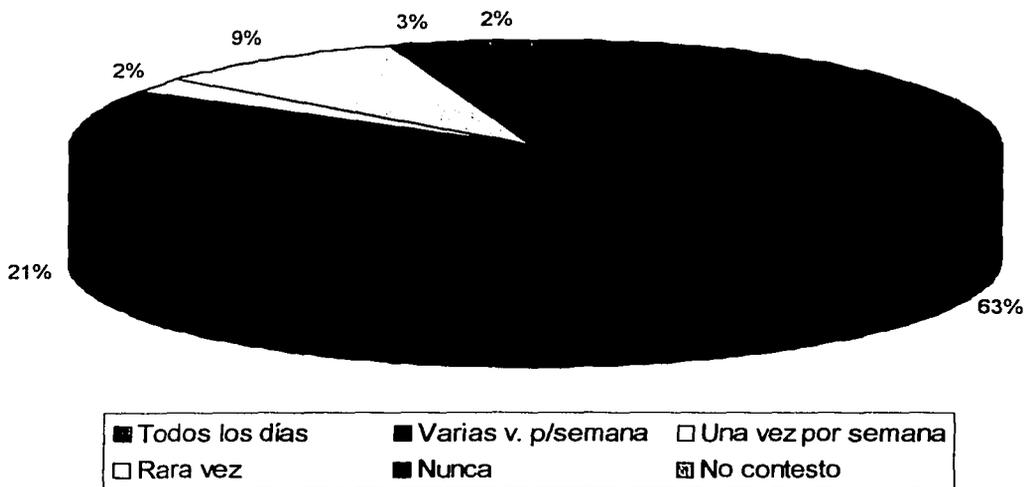
1.3.1 La Radio y la Sociedad de Tlaxcala

¿Para qué “usan” los Tlaxcaltecas la radio? ¿Con qué finalidad? ¿Qué expectativas guían o determinan el consumo radiofónico en la entidad? En primera instancia, Tlaxcala aparece como una entidad de considerable consumo radiofónico. Más del 90% de los encuestados señaló contar con aparato radiofónico y el 63.43% del total dijo escuchar la radio todos los días de la semana, de lo cual resulta posible detallar lo siguiente:

- ✓ El mayor porcentaje de consumo radiofónico diario se encuentra en las mujeres con el 67.23%, frente a los hombres quienes presentaron un 59.48%.

- ✓ Entre las mujeres, el mayor porcentaje de audiencia diaria en radio se presentó en la población entre los 18 y 30 años de edad (78.57%), seguido de los adultos con el 61.90% y las mujeres mayores de 50 años con el 53.25%.
- ✓ El orden previo se repite en el caso de los hombres, ubicándose en los jóvenes el mayor porcentaje de audiencia diaria con el 64.63% de las respuestas, seguido de los adultos (60.50%) y los mayores (48.05%).

¿Cuándo escucha radio?



De la relación anterior, los horarios de mayor audiencia se encuentran en lo general por las mañanas desde las 06.00 hasta las 10:00 hrs., ubicándose la hora pico entre las 07:00 y las 8:00 hrs., y descendiendo progresivamente hasta el fin de las transmisiones en punto de la media noche (1.52%) (ver cuadro 1). En cuanto a las estaciones, los mayores niveles de audiencia se concentran, de acuerdo con el estudio, en:

1) **X.E.T.T. (Radio Tlaxcala)** (26%)

Desde el 9 de septiembre de 1989 es parte del sistema de Radio, Cine y Televisión del Estado de Tlaxcala (CORACYT), su contenido se concentra en la música popular en español, principalmente tropical y ranchera, así como espacios informativos enfocados casi en sus dos terceras partes a la información de la entidad.

2) **X.E.H.T. (Radio Huamantla)** (14%)

Emisora concesionada de capital privado, con programación eminentemente musical pero igualmente destacando la música popular en español. Posee su propio sistema informativo que igualmente presenta su énfasis en la información de la entidad.

3) **X.H.X.Z. (F.M. Centro de Apizaco)** (13%)

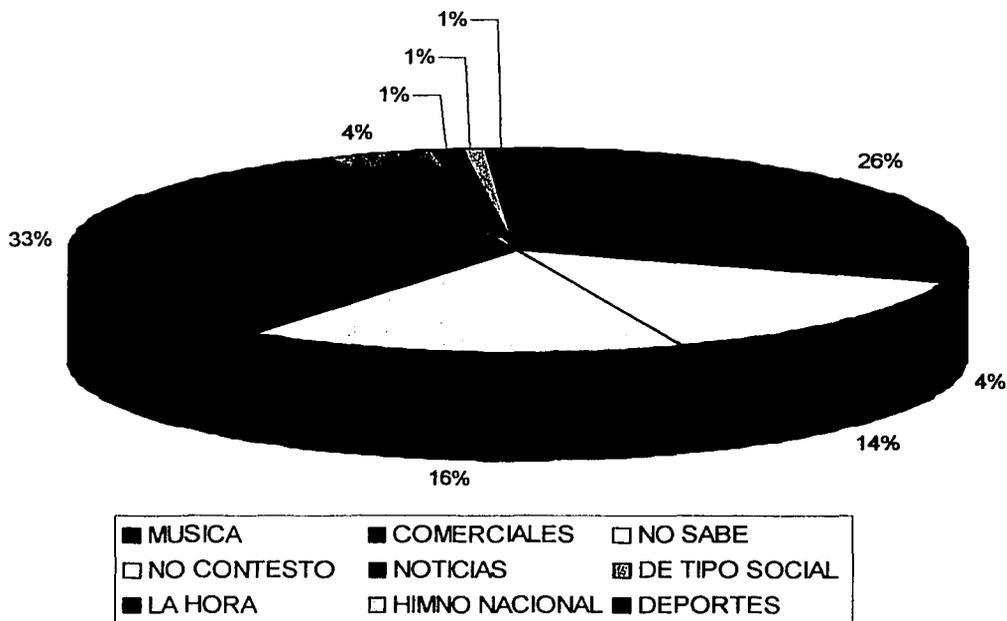
Presenta similares características a los anteriores casos, se trata de una frecuencia concesionada y de capital privado. En lo relativo al perfil de su programación destaca también la música popular en español y posee su propio sistema informativo con tendencia al privilegio de la información local.

La fuente de la cobertura informativa a la que están expuestos los tlaxcaltecas a través de la radio, como se puede apreciar, es eminentemente estatal. Por consiguiente, los intereses de las empresas radiofónicas nacionales no impactan directamente en la construcción de la realidad mediática de la entidad, como los intereses de las empresas locales de radiodifusión. Por otro lado, abordando el aspecto de los contenidos preferenciales, el 60% de los encuestados señaló que "lo que más le gusta oír en la radio" son programas de entretenimiento, mientras que el 29% se declaró a favor de las noticias. Sin embargo, al momento de indagar "lo último que recordaba haber escuchado en la radio", en primer lugar aparecieron las noticias (33%) y en segundo lugar la música (26%).

1.3.1.1 ¿Qué es lo último que recuerda haber escuchado en la Radio?

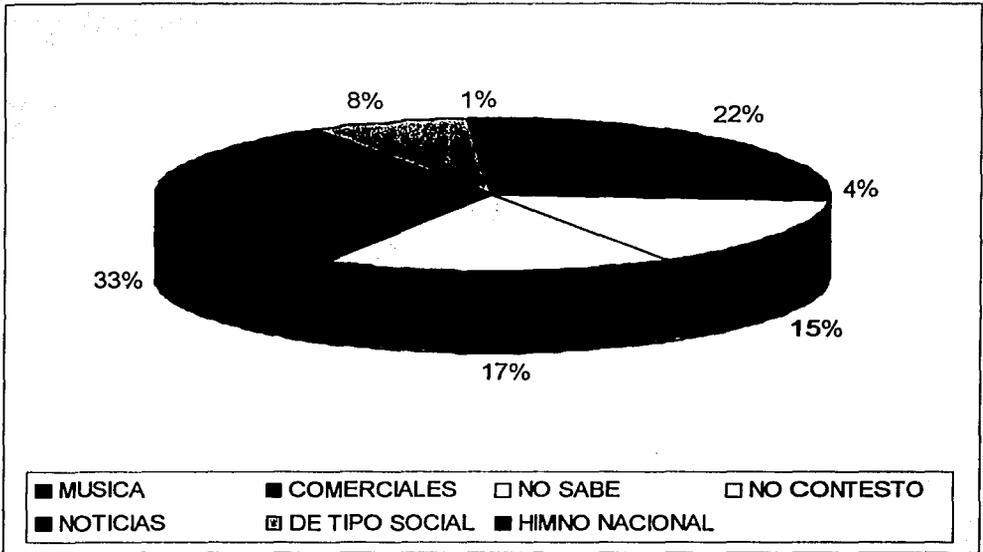
Del total de población encuestada, el 33 por ciento dice recordar las noticias como su última experiencia radiofónica, mientras que el 26% señaló que la música, el 16 por ciento no contestó, el 14% no sabe y con cuatro por ciento cada uno quedaron los comerciales y los contenidos de tipo social.

¿Qué es lo último que recuerda en Radio?



Del total de hombres y mujeres a quienes se interrogó al respecto de "lo último que recuerdan haber escuchado en la radio", las noticias y la música se establecen en ese orden de importancia como las dos principales opciones de respuesta en hombres y mujeres mayores de 18 años.

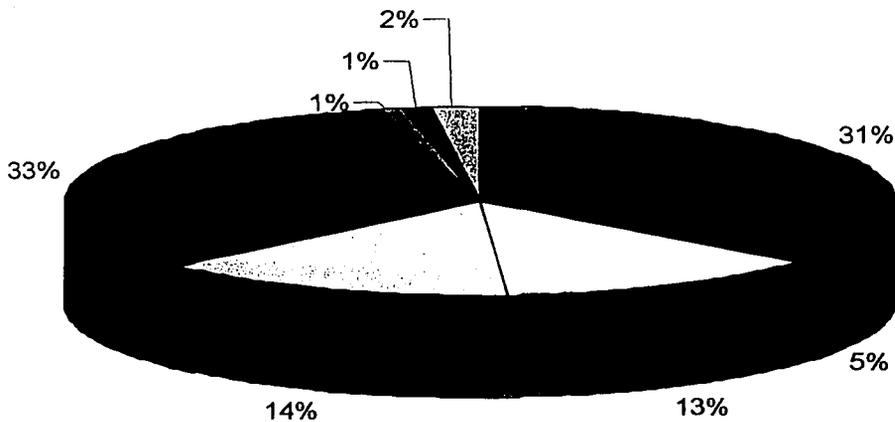
Última Experiencia Radiofónica de los Hombres



MUSICA	22%
COMERCIALES	4%
NO SABE	15%
NO CONTESTO	17%
NOTICIAS	33%
DE TIPO SOCIAL	8%
HIMNO NACIONAL	1%

	HOMBRES				MUJERES				TOTAL
	JOVENES	ADULTOS	MAYORES	TOTAL	JOVENES	ADULTOS	MAYORES	TOTAL	HOMBRES Y MUJERES
6 hrs.	8.88%	12.97%	10.81%	10.95%	9.81%	6.85%	6.09%	7.66%	9.71%
7 hrs.	9.27%	12.97%	10.81%	11.08%	14.24%	12.18%	12.17%	12.87%	11.75%
8 hrs.	8.88%	12.97%	10.81%	10.95%	12.97%	12.18%	14.35%	12.98%	11.71%
9 hrs.	7.14%	12.97%	10.81%	10.37%	11.39%	9.90%	7.83%	9.89%	10.19%
10 hrs.	6.76%	3.20%	3.60%	4.51%	8.23%	7.61%	5.65%	7.34%	5.58%
11 hrs.	5.02%	3.20%	3.60%	3.93%	5.70%	7.11%	6.09%	6.38%	4.85%
12 hrs.	5.60%	3.20%	3.60%	4.12%	5.06%	6.09%	6.96%	5.96%	4.81%
13 hrs.	4.63%	3.20%	3.60%	3.80%	2.85%	4.31%	4.35%	3.83%	3.81%
14 hrs.	5.21%	4.44%	4.66%	4.76%	4.75%	5.58%	7.39%	5.74%	5.13%
15 hrs.	5.98%	4.44%	4.66%	5.02%	4.11%	4.06%	5.22%	4.36%	4.77%
16 hrs.	4.63%	4.44%	4.66%	4.57%	6.33%	3.55%	3.48%	4.47%	4.53%
17 hrs.	3.86%	4.44%	4.66%	4.31%	4.11%	2.28%	3.91%	3.30%	3.00%
18 hrs.	4.25%	3.55%	3.81%	3.86%	3.48%	2.54%	3.04%	2.98%	5.50%
19 hrs.	3.28%	3.55%	3.81%	3.54%	3.16%	2.28%	2.17%	2.55%	3.15%
20 hrs.	4.05%	3.55%	3.81%	3.80%	2.22%	3.05%	3.91%	2.98%	3.49%
21 hrs.	3.28%	1.07%	3.81%	2.64%	0.63%	2.03%	1.30%	1.38%	1.17%
22 hrs.	2.12%	1.07%	1.91%	1.67%	0.00%	1.52%	1.30%	0.96%	1.40%
23 hrs.	2.32%	1.07%	1.91%	1.74%	0.00%	1.52%	0.00%	0.64%	1.32%
24 hrs.	2.70%	1.07%	1.91%	1.87%	0.96%	1.30%	0.44%	0.96%	1.52%
No contesto	2.14%	2.63%	2.75%	2.51%	0.00%	4.06%	4.35%	2.77%	2.61%
	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%	100.00%

Última Experiencia Radiofónica de las Mujeres



■ MUSICA	■ COMERCIALES	□ NO SABE	□ NO CONTESTO
■ NOTICIAS	■ LA HORA	■ HIMNO NACIONAL	■ DEPORTES

MUSICA	31%
COMERCIALES	5%
NO SABE	13%
NO CONTESTO	14%
NOTICIAS	33%
LA HORA	1%
HIMNO NACIONAL	1%
DEPORTES	2%

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

Por su parte, en lo relativo a la población joven del estado (de 18 a 30 años), los hombres recuerdan por igual los contenidos noticiosos que la música (24%), mientras que las mujeres recordaron preferentemente a las noticias sobre la programación musical con una diferencia entre una y otro del 7 por ciento (37-30%).

Dentro del sector de las personas consideradas adultas (de 31 a 50 años), los contenidos informativos sobrepasan en gran medida cualquier otro tipo de programación. Así por ejemplo, en el caso de las mujeres, el 40 por ciento recordó como su última experiencia radiofónica los programas informativos, frente a un 33% que señaló los contenidos musicales; por su parte, en el caso de los hombres el 49% recordó los informativos y apenas el 21% reportó la música.

Sin embargo, la tendencia anterior decae sensiblemente en el caso de los adultos mayores, donde el fenómeno que se presenta es la indefinición. Así pues, en el caso de las mujeres mayores de 50 años, los programas informativos alcanzan apenas el 7 por ciento de los entrevistados, mientras que la música desciende hasta el 27% y en cambio, los rubros que presentan un incremento considerable son "No Sabe" (20%) y "No Contestó" (19%), que juntos constituyen al 39% de las mujeres encuestadas. Por su parte, los hombres advierten un comportamiento que consolida la tendencia a favor de los contenidos informativos, los cuales alcanzan el 33% de las preferencias de los mayores de 50 años, mientras que la música se sitúa en el 18% de los encuestados. De forma similar a las mujeres mayores, los rubros de "No Sabe" (15%) y "No Contestó" (30%) se incrementaron hasta alcanzar juntos al 45% de los entrevistados.

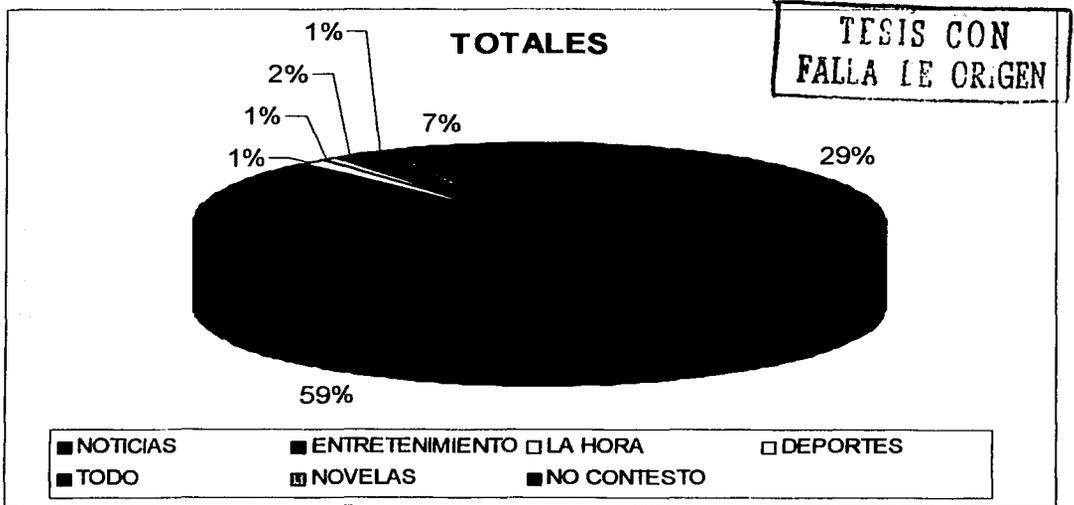
En términos generales, como puede apreciarse, los contenidos noticiosos en radio se encuentran más presentes en la mente de los tlaxcaltecas que la música (la cual aparece en segundo lugar), haciéndose más marcada esta tendencia entre los hombres entre 31 y 50 años y diluyéndose en el caso de los adultos mayores, principalmente en las mujeres.

1.3.1.2 ¿Qué es lo que más le gusta escuchar en la Radio?

En lo relativo al consumo radiofónico de la entidad, el total de la muestra encuestada se manifestó abiertamente por el entretenimiento (60%), mientras que las noticias (rubro mayoritario en la pregunta anterior), alcanzó el segundo lugar

en importancia con el 29% de las respuestas. Lo anterior podría obedecer, hipotéticamente, a dos elementos principales:

1. El término entretenimiento es más incluyente que el de música, pues comprende a ésta y a los programas que en general tienen por objeto ocupar el tiempo libre del auditorio o servirle de compañía en sus actividades diarias. En este último sentido, incluso las noticias pueden cumplir para algunos un fin de entretenimiento. Ello sin embargo, denota que la primera necesidad del auditorio al encender la radio consiste en obtener distracción antes que información. En otras palabras, la información resulta conscientemente una necesidad secundaria.
2. El hecho de que las noticias ocupan directamente solo un 20 por ciento del gusto de los radioescuchas, pero al mismo tiempo son las que más recuerdan, hipotéticamente implicaría que un alto porcentaje del auditorio de entretenimiento tiene contacto con los noticiarios y que en general, las noticias poseen mayor impacto en la mente de los radioescuchas frente al resto de los programas.



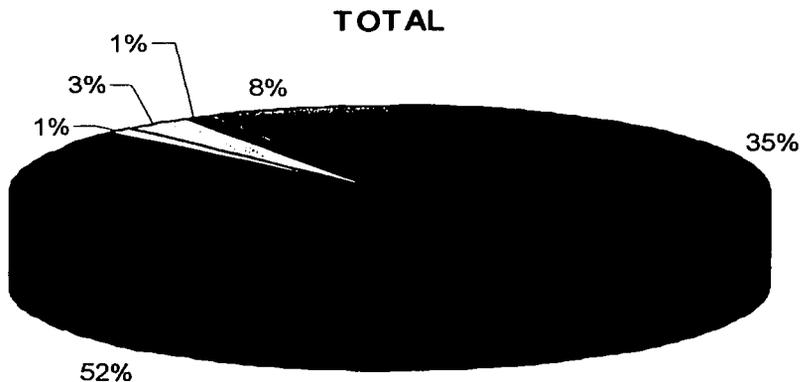
Preferencia Radiofónica de la Población Estatal

Por otro lado, frente a las dos cuestiones que se analizan, existen características distintivas en el comportamiento de hombres y mujeres de distintas edades:

1. **En lo hombres** existe una tendencia relativamente homogénea entre ambas preguntas: en el caso de los jóvenes aparece un 48% de preferencia por el entretenimiento radiofónico contra un 40% para el caso de los informativos, mientras que en la pregunta anterior las cifras arrojaron igual porcentaje para la música y las noticias (24% cada uno); en segundo lugar, los adultos transitaron de una mayoría que recordó preferentemente los informativos frente a la música (49%-21%) a una proporción mayor que admitió preferir los programas de entretenimiento a las noticias (57%-38%); y finalmente, en el caso de los adultos mayores, la tendencia que dice recordar como última experiencia radiofónica a las noticias frente a la música (33%-18%), para el caso de esta nueva interrogante termina por inclinarse contundentemente a favor de los contenidos de entretenimiento (50%-26%).
2. **En las mujeres** quienes se ubican entre los 18 y 30 años de edad, señalaron preferir los programas de entretenimiento por una decisiva mayoría del 68% contra solamente un 28% que marcó los programas noticiosos, mientras que en el caso de la pregunta anterior, la diferencia fue mucho más discreta (37% noticias-30% música); en segundo lugar, las mujeres adultas que en el la pregunta anterior incrementaron en un 3 por ciento su porcentaje de recuerdo para ambos tipos de programación, en la siguiente oportunidad se mantuvieron en idéntico porcentaje a las jóvenes (68%), contrayéndose la tendencia por las noticias apenas en un 1 por ciento (de 28 a 27%); finalmente, en el caso de las mujeres mayores de 50 años, la proporción a favor del entretenimiento como preferencia radiofónica se contrae un 16% frente a las mujeres adultas y las jóvenes, lo que sin embargo, es mucho menos significativo en comparación con la pregunta

anterior donde el recuerdo preferencial de noticias cae hasta el 20% de las encuestadas y en su lugar la música alcanza el primer lugar con un 27%.

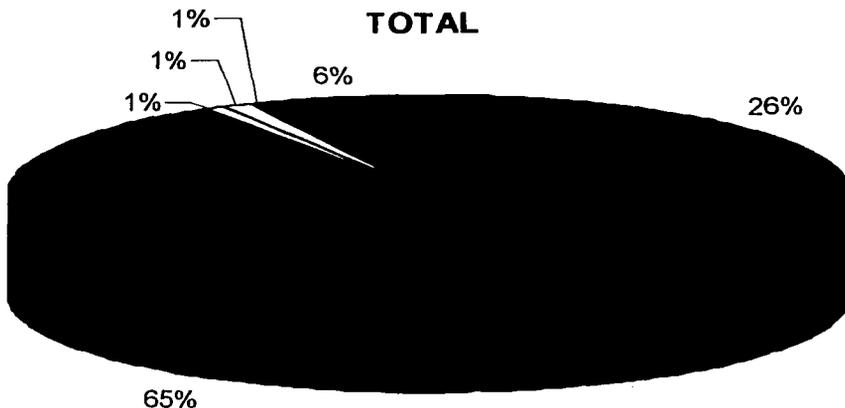
Preferencia Radiofónica de los Hombres



■ NOTICIAS ■ ENTRETENIMIENTO □ DEPORTES □ TODO ■ NOVELAS □ NO CONTESTO

Preferencia Radiofónica de las Mujeres

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



■ NOTICIAS ■ ENTRETENIMIENTO □ LA HORA □ TODO ■ NOVELAS □ NO CONTESTO

A partir de lo anterior, por lo tanto, se pueden marcar las siguientes conclusiones.

- a) De los dos casos anteriores se aprecia como el gusto radiofónico de las mujeres parece ser mucho más estable al del hombre, manteniéndose de hecho constante la preferencia por los programas de entretenimiento en idéntica proporción de los 18 a los 50 años.
- b) Las preferencias de los hombres, sin embargo, parecer ir desarrollándose con el tiempo, tal vez en virtud de la dinámica de su rol social. Así es como durante la juventud existe una tendencia equilibrada que no privilegia en forma determinante ni al entretenimiento ni a las noticias, en cambio, a mayor edad, los hombres marcan y estabilizan sensiblemente su preferencia hacia los programas de entretenimiento.
- c) Finalmente, es común a ambos géneros como se ha mencionado, preferir los programas de entretenimiento pero marcar los noticiarios como la última experiencia radiofónica que recuerdan. Ello, como hemos insinuado en principio, puede deberse a lo "ambiguo" del término entretenimiento frente a un mayor nivel de presencia de las noticias en la mente del auditorio, o bien, a un cliché a la hora de responder el cuestionario, lo cual resultaría significativo del valor social de estar informado(a).

De lo anterior, por lo tanto, tenemos presentes dos posibilidades: i) el "entretenimiento" es un término ambiguo (donde pueden estar incluidos los mismos noticiarios) y en cambio, las noticias vienen a destacar en la mente del auditorio por su impacto en la realidad social; y ii) el estar informado puede ser un valor social que se refleja en la presencia que adquieren las noticias en la mente de los entrevistados al momento de responder al cuestionario.

- d) A partir de estos resultados y los expuestos al inicio del apartado (ver 1.2.1), puede señalarse lo siguiente: ***Puesto que las tres frecuencias***

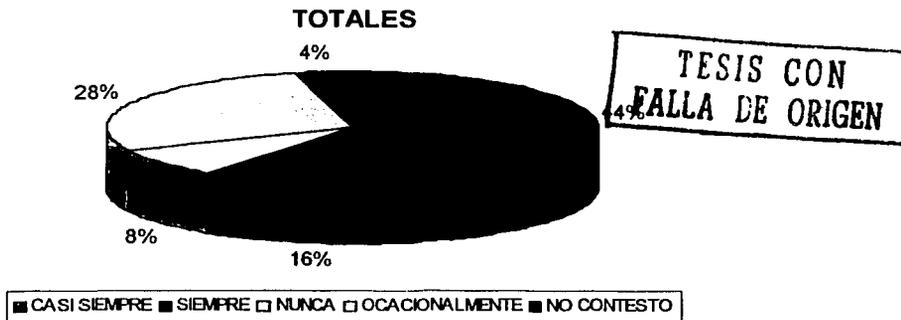
radiofónicas preferidas por los tlaxcaltecas encuestados fueron Radio Tlaxcala, Radio Huamantla y F.M. Centro de Apizaco, y las tres hacen privilegio de la música popular en español y los noticiarios que hacen prioridad de la información local, es posible inferir a estos como las prioridades de consumo de programación radiofónica en Tlaxcala.

1.3.1.3 Calificación de los Contenidos Radiofónicos

Tras lo anterior, el cuestionario aplicado buscó sondear la calificación de los tlaxcaltecas sobre el contenido de la programación a la que se encuentran expuestos dentro de las frecuencias, horarios y gustos señalados por ellos mismos en las preguntas previas. De esta forma se obtuvieron los siguientes resultados:

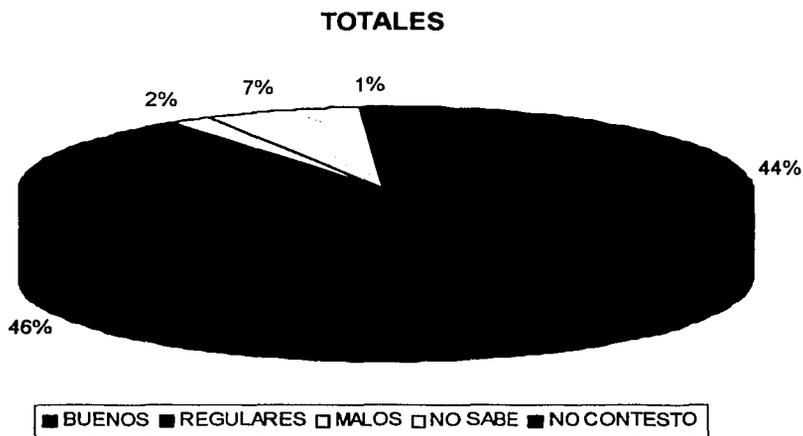
(a) *¿Dicen la Verdad los Noticiarios Radiofónicos?*

El 44% del total de los encuestados (tanto hombres como mujeres), atribuyó relativa credibilidad a la programación informativa en radio respondiendo "casi siempre"; en tanto, un 16% brindó completa credibilidad a la información radiofónica frente a un 28% que respondió "casi siempre". Solo un 8% de los encuestados restó total credibilidad a lo informativos respondiendo que "nunca" dicen la verdad. Los mayores porcentajes de auditorio en señalar que solo ocasionalmente la radio dice la verdad fueron los hombres-jóvenes (31%) y los hombres mayores de 50 años (30%), mientras que los grupos con mayor credibilidad relativa hacia la radio fueron las mujeres jóvenes (47%) y principalmente las adultas (49%).



(b) *¿Cómo considera Usted a los programas radiofónicos?*

En lo que respecta a la programación general de la radio en la entidad, el 46% de los encuestados la calificó de "regular", mientras un 44% la consideró de "buena" calidad. En este sentido, los hombres de 18 a 50 años al igual que las mujeres de 18 a 30, tendieron a calificar claramente a los contenidos radiofónicos en general como "regulares", mientras que los hombres mayores de 50 años al igual que las mujeres de 31 a 50 años fueron más condescendientes calificando como "buena" la programación radiofónica.

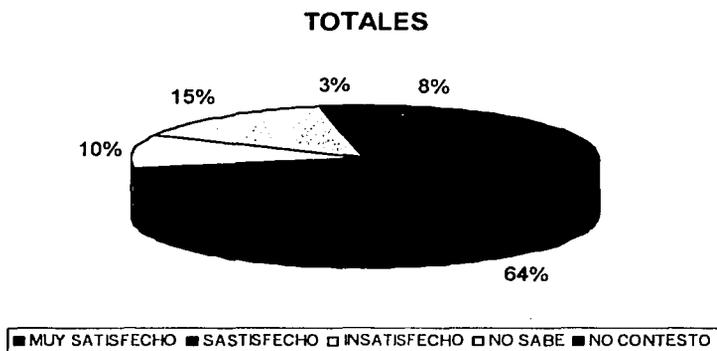


Por lo anterior, **los sectores más críticos hacia la radio son los más jóvenes, proporción que disminuye conforme avanza la edad. El cambio de opinión más temprano sucede en las mujeres.**

**TESIS CON
FALLA LE ORIGEN**

(c) ¿Si Usted escucha los programas radiofónicos, se siente?

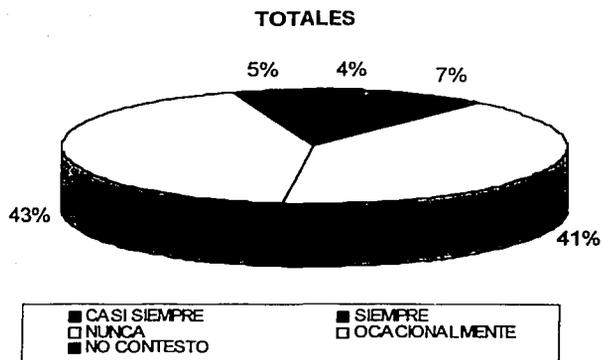
No obstante la calidad "regular" atribuida mayoritariamente a los contenidos de la radio un 64% de la población dice sentirse "satisfecho" de lo que escucha, mientras un 10% se declara abiertamente "insatisfecho" y solamente un 8% dice sentirse "muy satisfecho".



De lo anterior, los hombres mayores de 50 años destacaron con el porcentaje de población "muy satisfecho" mas considerable (39%) y en general, los hombres de 18 a 50 años así como las mujeres de 18 a 30, resultaron los grupos más insatisfechos por lo que escuchan en la radio. **Nuevamente el sentido crítico aparece en relación directamente proporcional a la edad y decae en las mujeres en época más temprana.**

(d) ¿Escucha Programas Políticos en Radio?

Finalmente, el nivel de atención hacia los programas políticos en la radio resulta sensiblemente bajo, pues un 43% del total de los encuestados declaró oír estos contenidos "ocasionalmente" y un 41% señaló que "nunca" escucha programas políticos en radio.



Comparativamente, las que menos escuchan programas políticos resultan ser las mujeres (el 44% señaló que nunca y el 24% que ocasionalmente) y principalmente las mujeres mayores a 31 años. Mientras que en los hombres, el mayor porcentaje admite escuchar "ocasionalmente" programas políticos en radio (44%) y al parecer el interés se incrementa con la edad, ya que mientras la mayoría de los jóvenes de 18 a 30 años (48%) admite que "nunca" escucha programas políticos en radio, a partir de los 31 el mayor porcentaje se corresponde con los que atienden este tipo de programación "ocasionalmente" y se mantiene hasta los adultos-mayores.

Por lo anterior, **la población permanece relativamente informada, en virtud del contacto hacia los noticieros y de los cuales parece preferir los contenidos de información general local, sin embargo, no se siente atraída hacia el contenido de la información política. Este inciso a su vez parece tender la hipótesis del rol social a favor de los hombres, quienes en promedio dicen atender ocasionalmente en mayor proporción (y conforme avanza la edad) los contenidos políticos en radio en relación con el promedio de las mujeres, cuyo interés decrece sensiblemente con la edad.**

1.3.2 La Televisión y la Sociedad de Tlaxcala

¿Para qué "usan" los Tlaxcaltecas a la televisión? ¿Con qué finalidad? ¿Qué expectativas guían o determinan el consumo televisivo en el estado? Tlaxcala aparece como una entidad de considerable consumo televisivo. No obstante existan ligeramente menos personas con televisión (85%) que con aparato radiofónico (90%), el consumo televisivo al día es aparentemente mayor al de la radio en el estado, siendo este último del 63.43% del total de ciudadanos encuestados contra un 83% que declaró ver televisión.

En general los datos no presentan grandes diferencias en el nivel de exposición a la televisión entre los diferentes grupos de personas, rescatándose solamente las siguientes precisiones:

- ✓ El porcentaje de audiencia televisiva en la entidad es prácticamente el mismo entre hombres y mujeres, variando solamente un 2 por ciento entre uno y otro grupo (84% mujeres y 82% hombres).
- ✓ Entre las mujeres, el mayor porcentaje de audiencia se presentó, al igual que en el caso de la radio, entre la población de 18 a 30 años de edad con el 87% de atención televisiva.
- ✓ El consumo televisivo parece disminuir con la edad tanto para el caso de hombres como para las mujeres, siendo los mayores de 50 años quienes poseen el menor porcentaje de consumo, descendiendo de cifras superiores al 80% hasta el 71% para los hombres y el 79% para el caso de las mujeres.

De lo anterior, los canales con mayor preferencia por parte del público televidente en Tlaxcala son los siguientes:

- **Canal 2 XEWTV (37%)**

Programación de entretenimiento, telenovelas y noticiarios de contenido nacional.

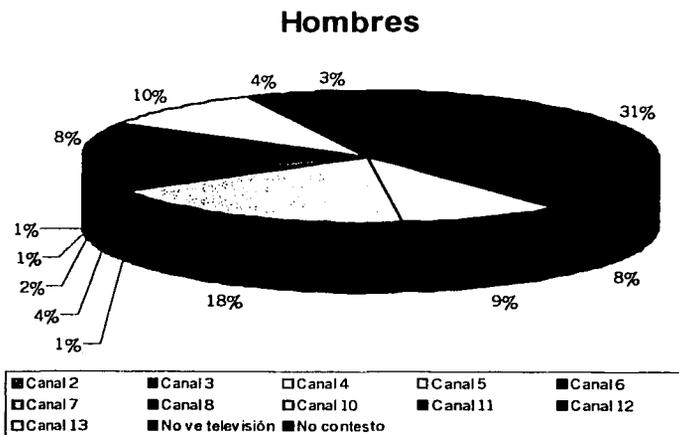
- **Canal 5 HXGC (17%)**

Programación de entretenimiento, principalmente infantil y juvenil.

De lo anterior, la diferencia de consumo entre hombres y mujeres vuelve a ofrecer resultados que vuelven a hacer énfasis en las características del rol social que guardan hombres y mujeres:

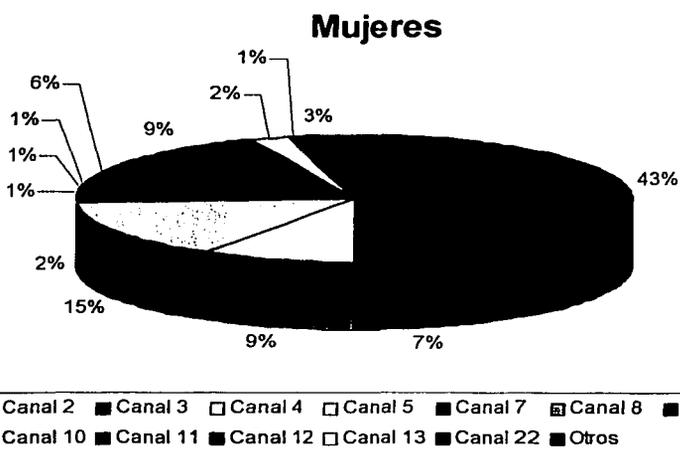
a) Características del Consumo Masculino:

<u>Hombres de 18 a 30 años:</u>	<u>Hombres de 31 a 50 años:</u>	<u>Hombres mayores de 50:</u>
Canal 2 (29%)	Canal 2 (32%)	Canal 2 (34%)
Canal 5 (22%)	Canal 5 (16%)	Canal 5 (12%)
Canal 13 (12%)	Canal 4 (10%)	Canal 12 (10%)
	Canal 13 (10%)	



b) Características del Consumo Femenino:

<u>Mujeres de 18 a 30 años:</u>	<u>Mujeres de 31 a 50 años:</u>	<u>Mujeres mayores de 50:</u>
Canal 2 (40%)	Canal 2 (45%)	Canal 2 (45%)
Canal 5 (18%)	Canal 5 (13%)	Canal 4 (11%)
Canal 4 (10%)	Canal 12 (10%)	Canal 5 (10%)
Canal 11 (10%)		
Canal 12 (10%)		



Como se aprecia, existe una marcada tendencia hacia el consumo de la programación del Canal 2, principalmente en las mujeres quienes presentan mayor estabilidad en sus preferencias a lo largo del tiempo. Los hombres, por su parte, presentan una mayor dispersión en sus gustos, no obstante y con el tiempo, ellos también tienden a concentrarse en el Canal 2.

Como parte de lo anterior, resulta relevante el hecho de que la televisión regional (Televisión de Tlaxcala y Televisa Puebla) no figura dentro de las preferencias del auditorio televisivo. No existían de hecho, sistemas de noticias locales (en Tlaxcala) que aprovecharan las ventajas y recursos del medio audiovisual del que provee la televisión. Lo que trae como consecuencia que la gama de entretenimiento y noticias a las que se encuentran expuestos los tlaxcaltecas a través de la T.V. sean contenidos de visión nacional e internacional.

Por lo tanto, se hace evidente que la demanda de información local se nutra a través de la radio y la prensa del estado, lo que hace que no obstante la televisión sea el medio de mayor penetración por excelencia, los temas de la agenda y la opinión pública local se formen a través de la radio y de la prensa. En otras palabras, en esta etapa, la televisión no participa en la construcción de la agenda pública local; la imagen de la realidad local y la opinión pública tlaxcalteca corre a cargo de la radio y los medios impresos.

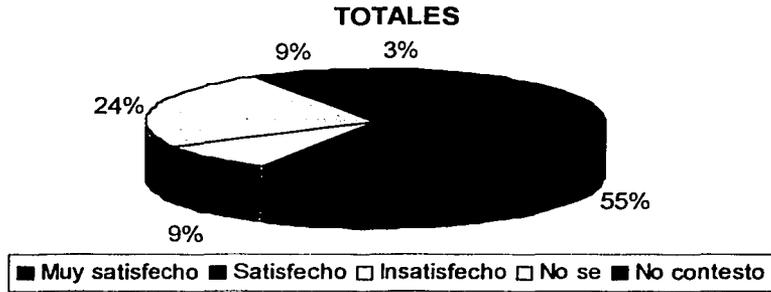
En este último punto participan de manera significativa dos aspectos importantes, en mi opinión, de la realidad estructural mexicana: 1) la inversión en materia de comunicación televisiva, cuyo costo tiende a incrementarse significativamente a raíz del desarrollo tecnológico (vía satélite y tecnología digital), hace de éste un medio de difícil acceso para la inversión estatal; 2) Televisa y Televisión Azteca con sus repetidoras, representan las dos visiones de la realidad que predominan en el país, con el consecuente déficit en el desarrollo de este medio para una gran parte de las regiones de México.

Ello mismo hace que no hayamos llevado el estudio de la televisión y sus contenidos al mismo nivel de detalle que el caso de la radio. Sin embargo, se presentaron algunos puntos de evaluación sobre los contenidos transmitidos a través de la televisión.

1.3.2.1 Calificación de los Contenidos

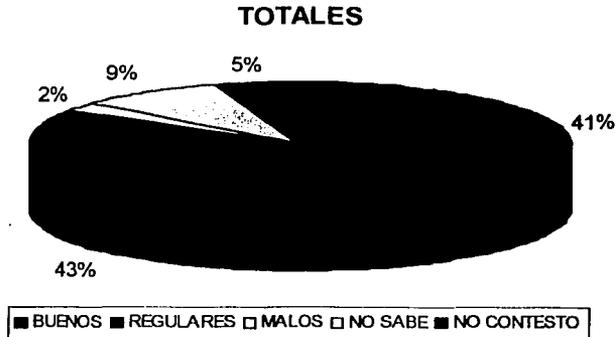
(a) *¿Si usted ve los programas de televisión que se hacen en Tlaxcala, se siente?*

En un 55% los tlaxcaltecas dijeron sentirse "satisfechos" por la programación de la entidad, pero un 24% declaró no tener opinión al respecto, hecho que indica lo austero de la presencia de producción estatal entre los televidentes.



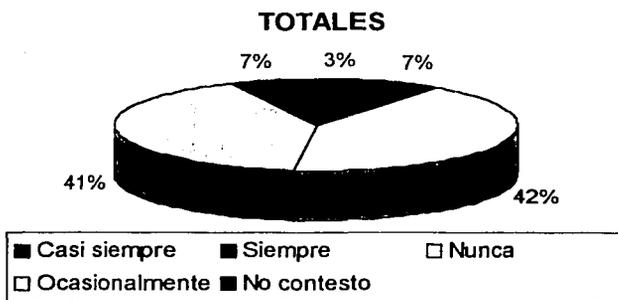
(b) *¿Si usted observa los programas de televisión en general diría que son...?*

Sin embargo, en cuanto a la televisión en general, los tlaxcaltecas encuestados en un 43% califican de regulares los programas que observan mientras el 41% señala que son "buenos", siendo los más críticos los hombres y las mujeres de 18 a 30 años de edad.



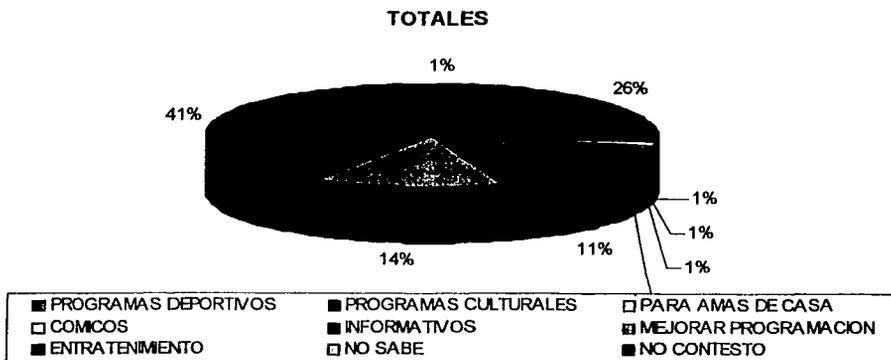
(c) ¿Observa programas políticos en televisión?

La atención hacia los programas políticos en televisión es definitivamente bajo y tiende a la nulidad con ligeramente mayor determinación que en el caso de la radio. El 42% de los tlaxcaltecas encuestados señaló que "nunca" observa programas políticos en televisión y el 41% dijo hacerlo "ocasionalmente". Un hecho más que soporta el peso exiguo de la televisión en la formación de opinión pública en la entidad.



(d) ¿Si tuviera la oportunidad de hacer un programa de T.v. qué haría usted?

En cuanto a las inquietudes de programación que declararon tener los tlaxcaltecas encuestados, destacaron los programas culturales con el 26% y los de entretenimiento con el 11%. Un 14% de los encuestados no presentó opinión al respecto.



Como se aprecia, la televisión es un espectro que poco impacto posee para la formación de la agenda y la opinión pública local. No obstante, por su relevancia nacional, la penetración de un tema local en la agenda de los medios nacionales potencialmente le hace susceptible de alcanzar particular relevancia y grado de impacto en el contexto interno de Tlaxcala.

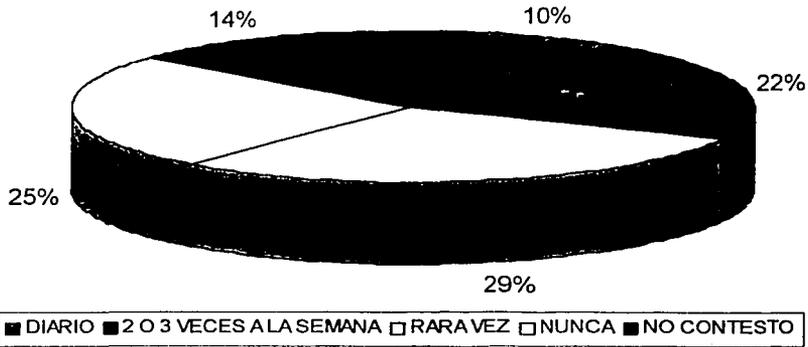
1.3.3 La Prensa y la Sociedad de Tlaxcala

Conforme al rol en el que se ha visto que participan la radio y la televisión en la entidad, es consecuente delegar, en coherencia con el planteamiento de la agenda setting, una mayor participación de la radio y prensa estatal hacia la esfera de lo público, pero correspondiendo la prioridad en los efectos a corto plazo a la radio antes que a la televisión. En este sentido el papel de la prensa es esencial para medir el nivel de involucramiento informativo de la sociedad de Tlaxcala hacia su propia vida política, económica y social.

No obstante lo anterior, conviene subrayar que si bien resulta ser la prensa e incluso la radio, los medios prominentes para el análisis de la agenda pública tlaxcalteca, ello mismo no vale para decir que como medio de comunicación la prensa o la radio ocupan un lugar superior al de la televisión. Tlaxcala es parte de la sociedad audiovisual y como se verá, el consumo de publicaciones no es superior al de programación radiofónica ni mucho menos de T.V. La televisión continúa siendo el medio privilegiado por la sociedad tlaxcalteca. Ante ello, lo que cabe señalar es que existe una demanda de información local que no se nutre de la televisión.

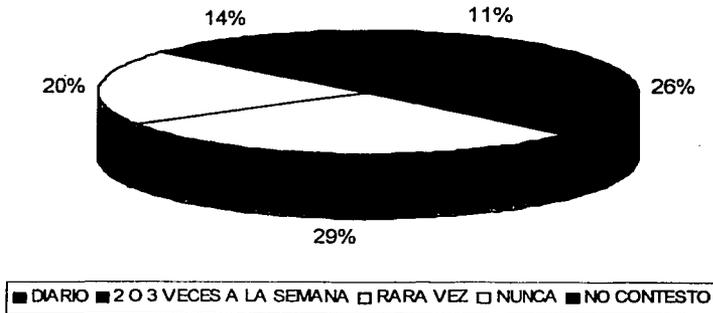
Para el periodo que se estudia, sin embargo, las cifras no resultan ser muy elocuentes puesto que el 84% de los tlaxcaltecas encuestados reporta no tener suscripción a algún periódico y sin embargo, en relación con la pregunta "¿Usted recibe el periódico?", el 29% contestó que rara vez mientras respondió que nunca; solamente un 10% de los encuestados dijo recibir diariamente el periódico y un 22% tener contacto con él 2 o 3 veces por semana.

¿Usted Recibe el Periódico? (Totales)

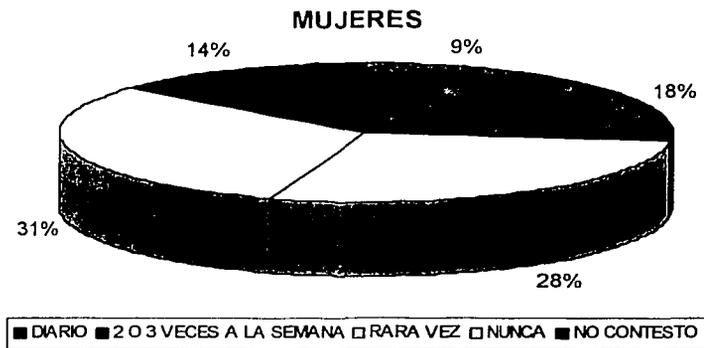


Con relación a lo anterior, los hombres, como reflejo de su participación social tradicional, aparecen como los mejor informados frente a las mujeres. Del total de hombres encuestados, el 29% dijo recibir el periódico rara vez, el 26% dos o tres veces por semana y el 11% de forma diaria, mientras que un 20% declaró nunca recibir el periódico.

HOMBRES



Por su parte, del total de mujeres encuestadas, el 31% respondió que nunca recibe el periódico, el 28% rara vez, el 18% dos o tres veces por semana y solo un 9 por ciento señaló que diariamente recibe el periódico.



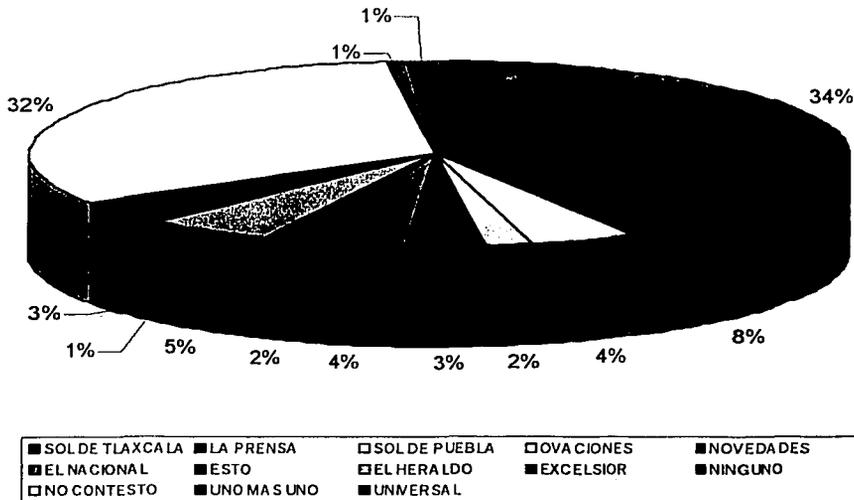
Lo anterior representa que mientras los hombres reciben el periódico de "rara vez" a "2 o 3 veces a la semana", las mujeres tienen contacto con él "nunca" o "rara vez". Lo que sustenta una vez más la idea del rol social tradicional al interior de Tlaxcala y sin embargo, se revela también que la demanda prioritaria es hacia la información local. De lo anterior sólo cabe destacar algunas cuestiones particulares.

1.3.3.1 Calificación de los Contenidos

(a) *¿Cuál es el nombre del periódico que lee?*

Del total de tlaxcaltecas entrevistados, el 34% declaró leer "El Sol de Tlaxcala" y el 32% no respondió a la pregunta, lo que puede dar indicio del interés de los tlaxcaltecas con el contenido de la prensa o su indiferencia potencial hacia la misma. En este particular no existe diferencia sustancial entre hombres y mujeres, ni tampoco entre la sociedad de distintas edades, la tendencia a señalar "El Sol de Tlaxcala" o no responder fue ampliamente mayoritaria y constante a todos los entrevistados.

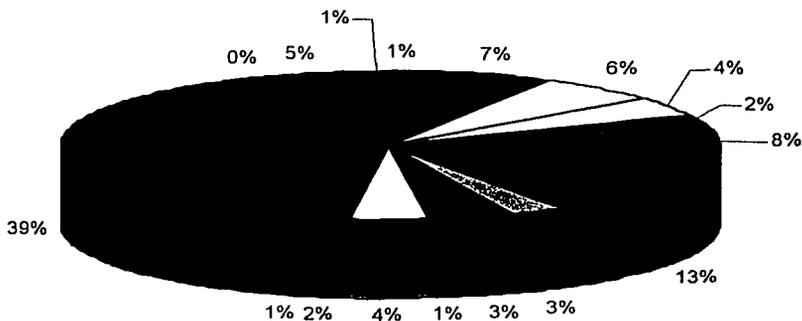
TOTALES



(b) ¿En su opinión cuál es el mejor periódico?

No obstante lo anterior, al momento de indagar sobre el mejor periódico la tendencia anterior se contrajo en lo relativo a señalar a "El Sol de Tlaxcalá" (13%) y en cambio, se mantuvo constante o bien se incrementó en el caso del porcentaje que no respondió la pregunta. Ello bien pudiera representar que si bien "El Sol de Tlaxcala" se lee y con ello se muestra una demanda por información local, también es evidente que los tlaxcaltecos no lo consideran buen periódico y por lo tanto es viable pensar que no nutre sus expectativas de información estatal.

TOTALES

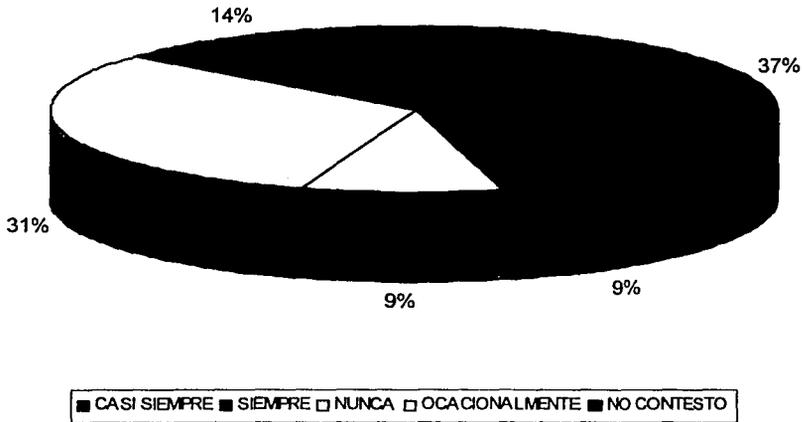


■ NO SABE	■ EL HERALDO	□ NACIONAL	□ NOVEDADES
■ OVAACIONES	□ LA PRENSA	■ EL SOL DE TLAXCALA	□ EL SOL DE PUEBLA
■ EXCELSIOR	■ ESTO	□ EL NOVEDADES	■ UNO MAS UNO
■ UNIVERSAL	■ NO CONTESTARON	■ ALA RMA	■ NINGUNO
■ TODOS			

(c) ¿Se dice la verdad en los periódicos?

Aunado a las apreciaciones previas en torno de la calidad de los diarios con los que se tiene contacto en la entidad, la credibilidad que se les otorga va de moderada a alta. Del total de entrevistados, el 37% señaló que casi siempre los periódicos dicen la verdad, un 31% señaló que lo hacen ocasionalmente y un 18 por ciento se distribuyó equitativamente en los extremos "siempre" (9%) y "nunca" (9%). De todos ellos tanto hombres como mujeres tuvieron opiniones similares.

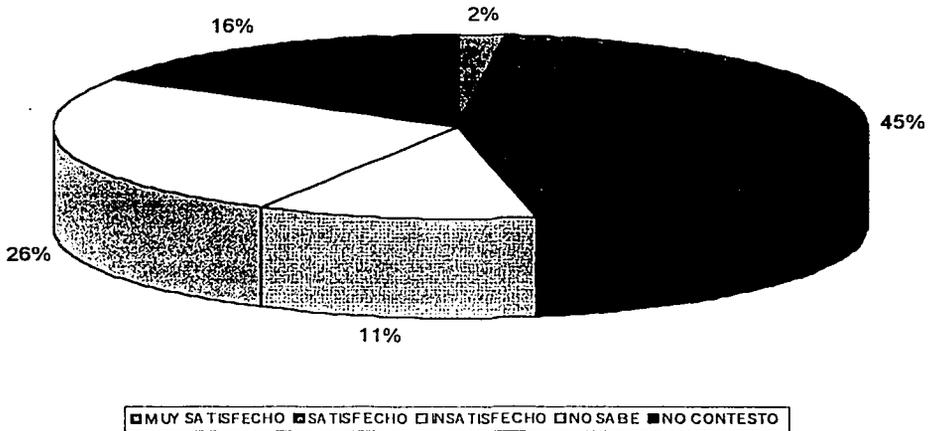
TOTALES



(d) *¿Si lee los periódicos que se editan en Tlaxcala, qué siente?*

Finalmente, en cuanto a la satisfacción o nivel de gratificación que sienten los tlaxcaltecas por el contenido de la prensa que se publica en la entidad, la opinión generalizada es consecuente con la credibilidad promedio, ya que un 45% dice sentirse "satisfecho", mientras un 26% dijo "no saber" y un 16% se reservó la posibilidad de contestar. De total, solamente un 2 por ciento dijo sentirse "muy satisfecho" y un 11% se declaró abiertamente "insatisfecho" de lo que lee en los diarios. Nuevamente la distribución entre hombres y mujeres resulta similar, destacando solamente los hombres jóvenes y adultos, quienes respectivamente se sintieron "satisfechos" por el contenido de la prensa en un 53 y 51 por ciento de los entrevistados dentro de cada grupo.

TOTALES



1.4 El Impacto de los Medios de Comunicación en la Sociedad de Tlaxcala (1992)

Nuestra memoria es efímera, la información es tanta que sólo podemos acordarnos de lo que los medios nos recuerdan todos los días. Lo importante en este sentido consiste en lo que estos medios nos dicen y lo que nos dejan de decir, y este filtro depende la específica circunstancia de los "mass media" como empresas con intereses en lo económico, lo político y lo social.

En este sentido, la cobertura informativa de los medios locales, específicamente como hemos visto, la radio y la prensa, no dependía en 1992 tanto de una "demanda" de noticias por parte del auditorio, como de la capacidad de las empresas para cotizar su publicidad principalmente hacia el sector público. Por consiguiente, la cobertura informativa estaba determinada por los intereses del sector público y su coincidencia con el sector privado (concesionarios) en términos de capitalización.

Como fue mi experiencia en esa época, los contenidos informativos de la radio y de la prensa para la formación de la agenda pública, estaban altamente estandarizados siendo prácticamente una repetición de los boletines oficiales provistos por las instituciones del gobierno. La profesionalización y dignificación del oficio periodístico estaba muy lejos de ser una realidad. El criterio industrial moderno de empresa (periodística), determinado por la calidad y el éxito en la competencia privada por captar la atención de una sociedad demandante de información local, era prácticamente inexistente.

La realidad mediática de los tlaxcaltecos dependía directamente de la mediación de tres emisoras de radio y un diario de circulación estatal. En este sentido, muchos temas importantes no aparecían en el espectro de la agenda pública. La capacitación de los periodistas locales, por ende, sufrió por la falta de competencia y compromiso con el auditorio. El compromiso se establecía a otros niveles y eran estos quienes a través de su relación con los medios fijaban los temas mas relevantes del contenido de la agenda mediática.

La sociedad por su parte, como fue notorio en el estudio, admitía lo "regular" del quehacer de los medios. A veces, el exceso de mensajes sobre un mismo tema nos satura, nos vuelve paranoicos, pero también el silencio absoluto nos hace olvidar. Por exceso o por defecto la realidad se desvirtúa, se deforma hasta perder su esencia y convertirse en otra realidad construida y mediatizada por los flujos informativos. Sólo parece real lo que se legitima mediáticamente, el resto de la realidad no es, no existe.

De acuerdo con los resultados de este primer estudio realizado en 1992, el impacto diferenciado de los medios de comunicación en Tlaxcala, se presenta como sigue.

1.4.1 La Televisión

La televisión mantiene como el medio con mayor auditorio, no obstante, sus contenidos no se encuentran vinculados directamente con la tradición, las costumbres y la información doméstica que produce la entidad en materia económica, política y social. Ello tiende a producir directamente un impacto en la imagen de realidad de los tlaxcaltecas quienes están mas expuestos con los valores, costumbres y formas de vida externos, así como con la información del resto del país y del mundo. Ello a largo plazo tendría que alterar las formas de vida de los tlaxcaltecas, no obstante, a partir de las características de consumo detectadas, predominan fuertemente los roles tradicionales ligados al hombre y a la mujer. Hacia esta última se puede apreciar todavía la tendencia a un rol de vida eminentemente hogareño, centrado en el consumo de programas de entretenimiento, mientras que en el hombre esta tendencia se infiere hipotéticamente con mayor intensidad conforme avanza su edad y hasta que rebasa los 50 años.

Por otro lado, la demanda de información doméstica es obvio que no se nutre a través de los contenidos de la televisión, por lo cual, la agenda y la opinión públicas dependen en mayor medida del consumo informativo de la radio y la prensa en la entidad. La televisión local resulta ser prácticamente inexistente, nutriéndose casi en su totalidad de programación nacional. Las televisoras del centro del país ocupan los principales espacios sin noticias que aborden la cotidianidad tlaxcalteca de manera adecuada. La televisión es un medio de entretenimiento exclusivamente.

1.4.2 La Radio

Dentro del perfil de los medios electrónicos, su oportunidad y agilidad en el acceso a la información, la radio posee un impacto superior al de la televisión en la construcción de la agenda informativa local. En cuanto a los contenidos, sin

embargo, el mayor consumo se dirige hacia el entretenimiento, especialmente hacia la música y dado el perfil de las estaciones con mayor audiencia, esta parece ser popular y con privilegio a la programación en español.

Los horarios con mayor número de radioescuchas son durante la mañana, lo que privilegia los informativos de esta hora y cede la tarde, consecuentemente para el consumo televisivo. Por otro lado, en cuanto a los contenidos, los sectores más críticos hacia la radio son los jóvenes, proporción que disminuye conforme avanza la edad, siendo el cambio de opinión más temprano en las mujeres. Es decir, nuevamente el sentido crítico aparece en relación directamente proporcional a la edad y decae en las mujeres en época más temprana. Por consiguiente, el gusto radiofónico de las mujeres parece ser mucho más estable al del hombre, manteniéndose de hecho constante la preferencia por los programas de entretenimiento en idéntica proporción de los 18 a los 50 años. Fenómeno similar sucede en la televisión y se pone de manifiesto con el desarrollo del auditorio femenino del Canal 2.

En cuanto al nivel de impacto informativo, la población permanece relativamente informada, en virtud del contacto hacia los noticiarios y de los cuales parece preferir los contenidos de información general local, sin embargo, no se siente atraída hacia el contenido de la información política. Este inciso a su vez parece tender la hipótesis del rol social a favor de los hombres, quienes en promedio dicen atender ocasionalmente en mayor proporción (y conforme avanza la edad) los contenidos políticos en radio en relación con el promedio de las mujeres cuyo interés decrece sensiblemente con la edad y su presumible incorporación al rol doméstico y comparativamente pasivo.

1.4.3 La Prensa

El consumo informativo de la prensa se concentra en un solo periódico (El Sol de Tlaxcala), pero la percepción que se tiene de él no resulta completamente

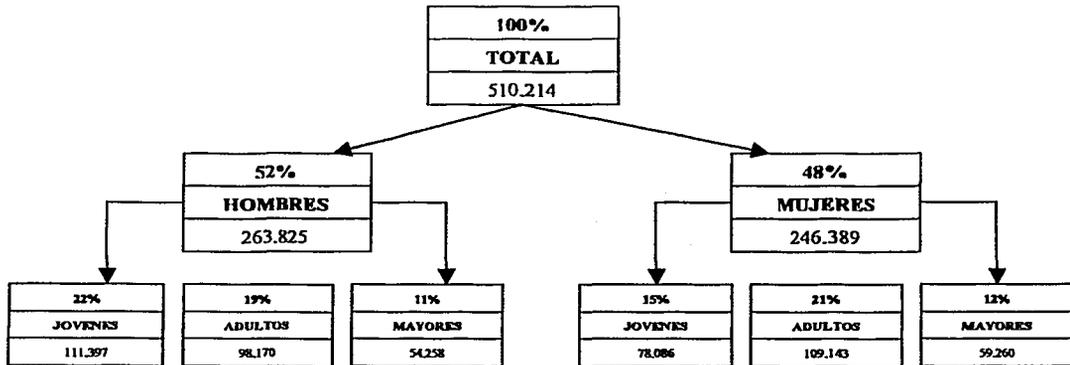
favorable: la sociedad dice sentirse satisfecha por los periódicos, pero no les brinda completa credibilidad. No obstante ello, la tradición informativa en prensa se concentra en este diario. En específico en cuanto al consumo de la prensa, los hombres aparecen como mejor informados frente a las mujeres en una clara tendencia de informarse a través del periódico de "rara vez" a "2 o 3 veces por semana", frente a las mujeres que declaran "rara vez" o "nunca" tener contacto con la prensa.

En este sentido, la agenda y la opinión pública estatal depende de la radio y de la prensa, siendo necesario recurrir a los estudios teóricos o empíricos más específicos para indagar el grado de importancia preciso que puede tener uno u otro dentro de Tlaxcala. Ello puede realizarse a través de estudios que analicen la agenda temática de la radio y la prensa, seguido de un cruce con estudios de opinión para determinar cuáles contenidos se han afirmado en la mente del auditorio en su visión de la realidad. Asimismo, se infiere que la falta de competencia y la formación de un mercado cautivo al interior del estado por parte de "El Sol" pueda participar en el bajo consumo de periódicos y darle importancia singular a la comunicación interpersonal entre quienes leen los periódicos y transmiten las noticias al restos, ya sean estos informadores de radio o simplemente personas de la comunidad.

Capítulo 2

El Estado de Tlaxcala: segunda etapa (2002)

Con base en la información del Censo Nacional de Población y Vivienda del año 2000, del total de habitantes (962 mil 646) se tomaron en cuenta los mayores de 18 años (100%) a partir de los cuales se fue segmentado por rangos de edad y género, respetando las categorías presentes en el Censo y agrupándose de la siguiente forma.



Siguiendo el mismo proceso aplicado en 1992, el total de población registrada se dividió, primero, en porcentaje de hombres y mujeres, y posteriormente en jóvenes (población de 18 a 30 años de edad), adultos (31 a 50 años de edad) y mayores (más de 50 años), respectivamente para cada género.

Para esta nueva ocasión, la encuesta se aplicó en los 60 municipios que componen actualmente al estado de Tlaxcala. Conforme al método señalado (cuotas) he seleccionado inicialmente, dentro de todo el universo de la población, una muestra final de 800 cuestionarios, distribuidos de acuerdo con los porcentajes correspondientes a cada segmentación, lo que arrojó los siguientes resultados: 175 cuestionarios a hombres-jóvenes, 154 a hombres-adultos, y 85 a hombres-mayores; 122 a mujeres-jóvenes, 171 a mujeres-adultos y 93 a mujeres-mayores.

En primera instancia, los grupos de población representados en la muestra revelan una diferencia significativa frente al primer estudio realizado en 1992; en diez años la población de Tlaxcala se masculinizó, incrementándose el número de jóvenes varones de 86 mil 856 a 111 mil 397 y disminuyendo el número de mujeres entre 18 y 30 años de edad de 91 mil 792 a 54 mil 258. En total, la población de hombres mayores de edad creció en 10 años de 190 mil 104 habitantes hasta 263 mil 825 y las mujeres por su parte, transitaron de 203 mil 668 habitantes en 1992 hasta los 246 mil 389 en el año 2000. En términos porcentuales, lo anterior invirtió la proporción vigente en 1992 que mostraba en la entidad una composición demográfica con 48% de hombres y 52% de mujeres, llegando a ser precisamente la contraria en el año 2002, con un 52% de hombres y 48% de mujeres.

A continuación se ilustra la tabla de segmentación con base en la cual se diseñó la distribución de cuestionarios para el año 2000.

Jovenes	Adultos	Mayores	Jovenes	Adultos	Mayores	
11107	24078	10057	11384	27783	10944	
8821	28977	11097	9988	32318	11772	
45652	23243	9496	5347	25458	10514	
37296	17540	7743	42064	18894	8839	
8521	4332	6038	9303	4590	6339	
0	0	4700				4885
0	0	2544				2764
0	0	1531				1835
0	0	623				769
0	0	361				467
0	0	68				132
111397	98170	54258	78086	109043	59260	510214
22%	19%	11%	15%	21%	12%	100%
175	154	85	122	171	93	800

2.1 Sociedad y Política, Tlaxcala hacia el nuevo milenio 2002.

En las postrimerías del siglo XX la globalización de la economía mundial, la movilidad de personas y capital, y la penetración mundial de los medios de comunicación se han combinado con el propósito de limitar la libertad de acción de los Estados. Estas tendencias han estimulado un vivo debate sobre si el Estado puede retener algo de esa libertad de acción que se asociaba en otros tiempos a la soberanía. En consecuencia, el concepto clásico de Estado como entidad en cierto modo cerrada, cuyas transacciones internas son mucho más intensas que sus actividades interestatales, parece ceder frente a nuevas formas de colaboración e integración interestatal más flexibles y a la participación más activa y autorregulada de intereses privados que se rigen por la competencia y los valores del mercado.

Las características concretas de esta transición hacia el surgimiento de Estados Globales en lo político, debe encontrarse reflejada en el marco aquello que hoy se denomina cotidianamente "Reforma del Estado". Por otro lado, el concepto de globalización se ha venido utilizando para describir los cambios en las economías nacionales, cada vez más integradas en sistemas sociales abiertos e interdependientes, sujetas a los efectos de la libertad de los mercados, las fluctuaciones monetarias y los movimientos especulativos de capital. Los ámbitos de la realidad en los que mejor se refleja la globalización son la economía, la innovación tecnológica y el ocio.

En todo este proceso se encuentra implicada una nueva realidad social, la cual ha sido denominada "**sociedad de la información**", la cual ha sido derivada de la denominada revolución de la información, una de las principales fuentes de la globalidad que se refiere a los cambios fundamentales en la elaboración y el uso de la información producidos a finales del siglo XX.

El estado de Tlaxcala no se encuentra exento de esta realidad y los cambios que se sucedan seguramente afectarán y han afectado el consumo de medios en la entidad, con lo cual se transforman tanto la tanto la definición de la agenda pública como los referentes tradicionales a los que está expuesta la sociedad.

2.2 Sociedad y Medios de Comunicación, año 2002

Para el año 2002 la sociedad mexicana ha experimentado la alternancia política, además de la consolidación paulatina del proceso democratizador. De acuerdo con mi percepción, la salida del PRI de la presidencia de la República, se percibía como un factor esencial para el avance político en México después de años de reformas y un profundo deterioro del sistema político tradicional.

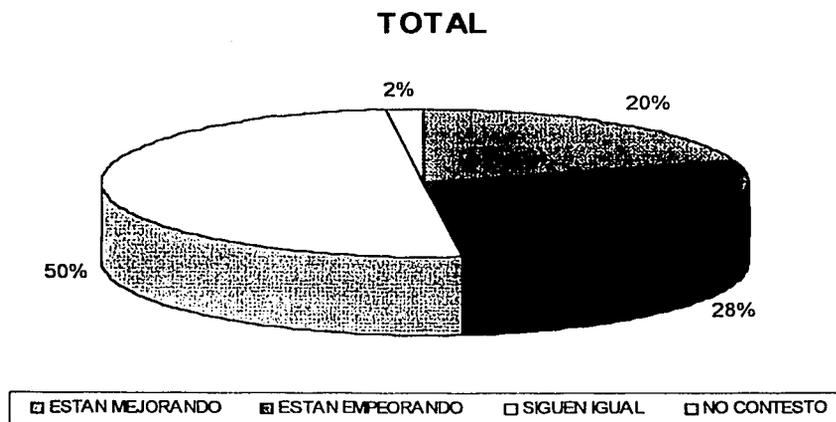
Por consiguiente, las expectativas sociales en función del cambio y lo que éste podría producir en la vida económica y social del país, fueron creciendo en relación directamente proporcional a la viabilidad de una renovación democrática del poder con 70 años de arraigo, siendo alimentadas además por las campañas políticas para la presidencia, principalmente, la del candidato de Acción Nacional, Vicente Fox, quien aprovechó el recurso de ofrecer cambios radicales en casi todos los órdenes de la vida pública, el desarrollo económico y social.

Como resultado, las expectativas en torno a su gobierno fueron superadas rápidamente por los hechos y el desencanto social se convirtió en una de las principales características de la presente administración. En este sentido, se puede decir que la transición no ha cumplido sus promesas con el pueblo y ello es evidente en los resultados del presente estudio.

Mientras en 1992, ante la pregunta de "¿Qué impresión tiene Usted de las cosas si se considera la situación del país en general?", el 69% de los encuestados en el estado señalaba que las "cosas estaban empeorando", el 21 advertía que las cosas "seguían igual" y sólo un 6 por ciento tenía la impresión de que las cosas

estaban mejorando. Aquí se aprecia en mi opinión, una ruta de deslegitimación progresiva que con el tiempo llevaría a la salida del PRI de la presidencia del país.

Sin embargo, para el año 2002, a 24 meses del ingreso de la administración del presidente Fox, los tlaxcaltecas confrontados ante la misma pregunta advertían en un 50% que las cosas seguían igual, un 28% contestó que las cosas "están empeorando" y nuevamente, un 20 por ciento señaló que las cosas en el país "están mejorando".



En mi opinión, lo anterior se explica en función de que la sociedad no ha podido palpar resultados de la gestión del presidente Fox de forma al menos equivalente con las expectativas que se tenían de su gobierno. Si bien es cierto que la impresión respecto de la situación general del país ha cambiado fuertemente en relación con el año de 1992, donde la mayor parte de los tlaxcaltecas sentía que las cosas en el país estaban empeorando y sólo un 6 por ciento tenía la impresión de mejoría, este hecho debe ponderarse en función de que existe una mejora en el ánimo social por la salida del PRI, pero por lo mismo, el gobierno del presidente Fox se compara directamente con el del partido tricolor.

Para el año 2002, quienes piensan que la situación en el país "mejora" ha crecido considerablemente hasta el orden de un 20 por ciento, pero el sentir de que las cosas "siguen igual" y de que "están empeorando" (lo que como decíamos, en mi opinión, debe significarse en relación con el gobierno del PRI), continúan siendo los rubros con mayor incidencia por parte de la población de Tlaxcala mayor de 18 años.

Siguiendo con la hipótesis de la mediación de la realidad que llevan a cabo los medios de comunicación y que exponíamos con mayor detalle en el capítulo primero, podríamos afirmar que esta imagen de la situación de México que poseen los ciudadanos de Tlaxcala proviene directamente del tratamiento de la imagen del presidente Fox y su gobierno a lo largo de sus primeros dos años de gestión y donde se destacan, entre otros puntos:

- El incumplimiento de sus promesas de campaña.
- La aparente desorganización que presenta el gabinete presidencial (los casos de Castañeda, Aguilar Zínzer, Carlos Abascal, Guillermo Ortiz²⁵, entre otros).
- La Reforma Fiscal y la relación Ejecutivo-Legislativo.
- Los Recortes Presupuestales a las entidades federativas.
- Las declaraciones presidenciales hacia los medios de comunicación, entre otros.

En un breve sondeo, se ha podido corroborar que varios de estos tópicos aparecen en la definición social en Tlaxcala de la administración del presidente Fox, los mismos que han sido transmitidos a través de los medios de comunicación, principalmente nacionales con presencia en la entidad. La consecuencia directa de ello hasta el día de hoy es una caída en relevancia que da la sociedad tlaxcalteca a la llegada de un panista a la presidencia.

²⁵ De este último no sólo destaca la comparación de México con la crisis de Argentina, sino también hecho de que algunas publicaciones en fechas recientes (Proceso 7 de julio de 2002), hayan comentado que el priismo sigue gobernando a través de la administración de Vicente Fox.

Siguiendo con mi postura inicial que sostiene que en Tlaxcala la "realidad mediática" puede variar de acuerdo con la exposición al medio, ahondamos a continuación en la revisión de los distintos "mass media" que participan para la formación de la agenda pública en Tlaxcala.

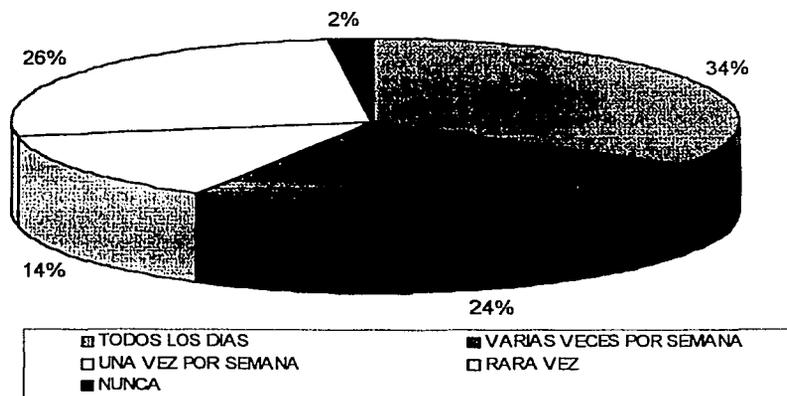
2.2.1 La Radio y la Sociedad de Tlaxcala

Para la elaboración del presente análisis, partimos de las mismas preguntas que nos hicimos en 1992: "¿Para qué "usan" los Tlaxcaltecas la radio? ¿Con qué finalidad? ¿Qué expectativas guían o determinan el consumo radiofónico en la entidad?" En la presente oportunidad, Tlaxcala redujo sensiblemente su consumo radiofónico promedio. Hace 10 años, más del 90% de los encuestados señaló contar con aparato de radio y el 63% del total dijo escuchar este medio todos los días de la semana; en cambio, para el 2002, si bien el 97% de los encuestados afirmó tener aparato de radio (un incremento del 7 por ciento) y un 70% dijo tener más de tres aparatos, solamente el 34% aseguró escuchar este medio todos los días de la semana, un 26% respondió que "rara vez" lo escucha y solo un 24% contestó que lo hacía "varias veces por semana" (una significativa reducción del 39%).

Lo anterior, como se verá a continuación, representa el primer impacto serio a la construcción de la realidad mediática tlaxcalteca, de lo cual resulta posible detallar lo siguiente:

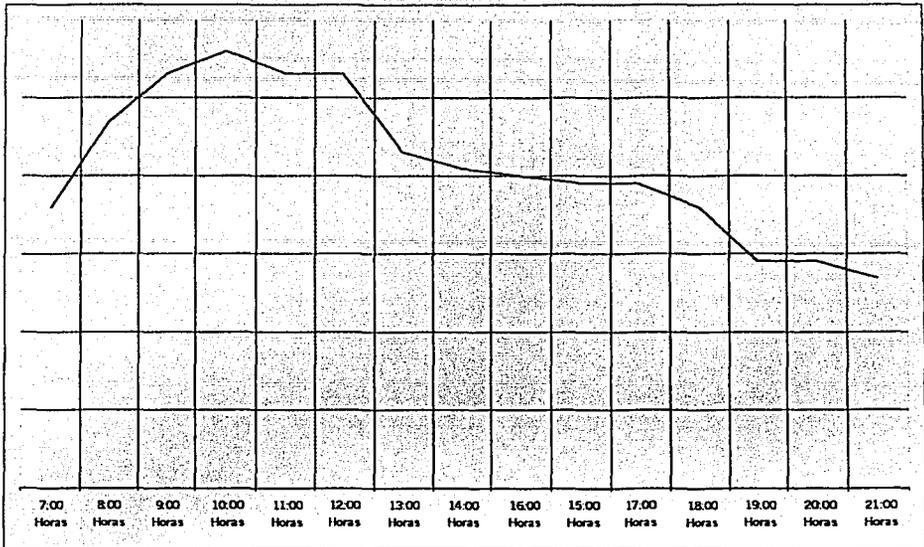
- ✓ El mayor porcentaje de consumo radiofónico diario en 1992 se encontraba en las mujeres con el 67%, frente a los hombres quienes presentaron un 59%. Para el año 2000, esta relación se mantuvo idéntica pero con porcentajes mucho menores, alcanzando un 35% en el caso de las mujeres y un 33% en el caso de los hombres.

- ✓ Entre las mujeres, en 1992 el mayor porcentaje de audiencia diaria en radio se reportó entre la población de 18 a 30 años de edad (alrededor del 79%), mientras que para el año 2002 resultaron las mujeres de 30 a 50 años de edad (39%).
- ✓ Finalmente, en 1992 el mayor porcentaje de hombres que escuchaban radio todos los días de la semana resultaron ser también los jóvenes (alrededor del 65%), mientras que para el año 2002 la proporción favoreció, al igual que en el caso de las mujeres, nuevamente a los adultos con el 37%.

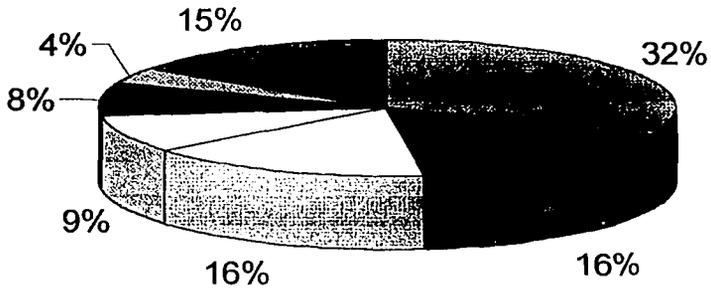


Frecuencia de Consumo de Radio en Tlaxcala (2002)

Por otro lado, en cuanto a los hábitos del auditorio radiofónico para el año 2002, los horarios de mayor audiencia se presentaron prácticamente inalterados con respecto al comportamiento presente 10 años antes. El principal público se encuentra por las mañanas (32%), descendiendo progresivamente hasta el fin de las transmisiones (*ver gráfico*).

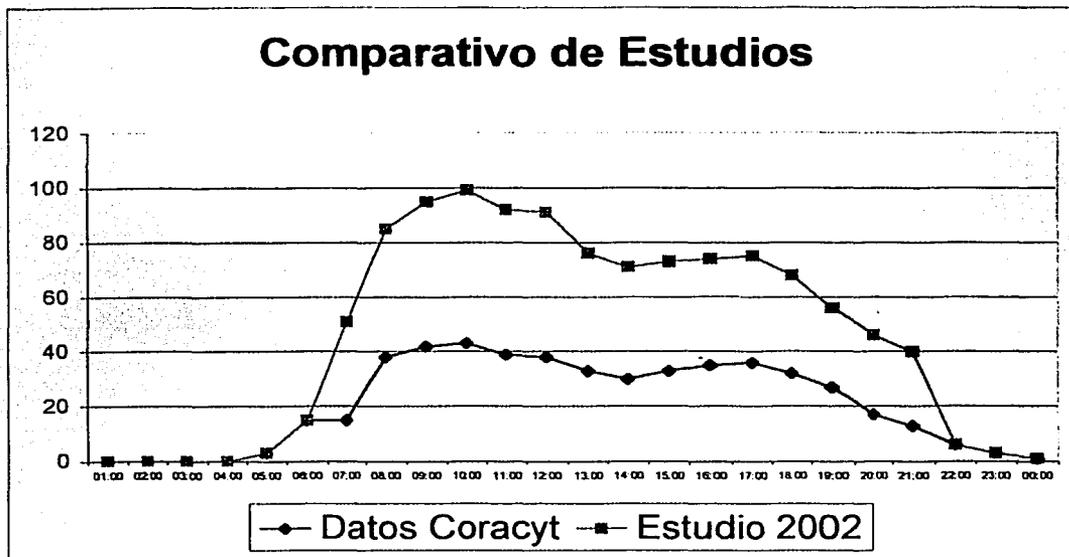


¿A qué hora escucha Usted la Radio?



En las mañanas
 En las tardes
 Todo el día
 En las noches
 Cualquier hora
 En el día
 Otros

Para corroborar la validez del estudio, tuvimos la posibilidad de comparar nuestros resultados con los propios de la Coordinación de Radio, Cine y Televisión de Tlaxcala, los cuales mostraron una correspondencia casi exacta con nuestros datos relativos al comportamiento del auditorio radiofónico a lo largo del día. Dicha comparación se muestra a continuación:

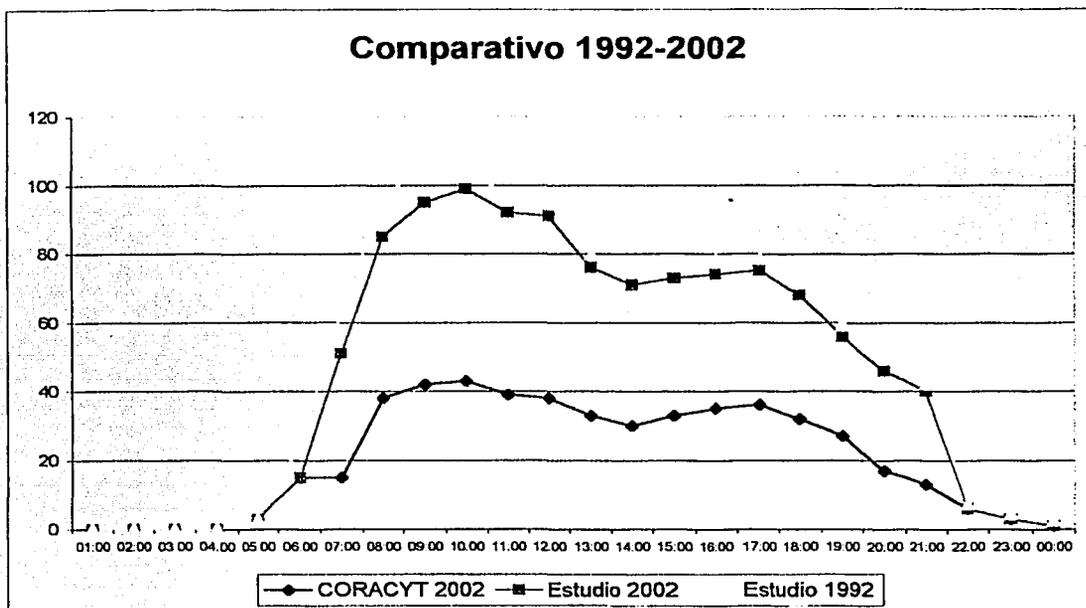


A partir del cruce de ambos estudios (el propio y los datos aportados por CORACYT), se pueden derivar las siguientes conclusiones en cuanto a la categorización de horarios en Tlaxcala para el año 2002:

- ✓ Horario de Máxima Penetración (AAA) (38-42%): 8:00 – 12:00 hrs., resultando las horas pico de 9:00 y 10:00 hrs.
- ✓ Horario de Alta Penetración (AA) (30-36%): 13:00 – 18:00 hrs., resultando las horas pico de 16:00 y 17:00 hrs.
- ✓ Horario de Penetración Moderada (A) (13%-27%): 19:00 – 21:00 hrs. y 6:00 – 7:00 hrs. resultando la hora pico las 19:00 hrs.

- ✓ Horario de Baja Penetración (B) (>10%): 22:00 – 24:00 hrs., y 5:00 hrs., resultando la hora pico las 22:00 hrs.

Finalmente, el análisis comparativo entre los dos estudios del presente año con el que realizamos hace una década, nos muestra claramente la gran estabilidad que presenta el auditorio radiofónico de Tlaxcala. En la siguiente gráfica se muestra una coincidencia casi exacta entre nuestros estudios de 1992 y 2002 (marcados en amarillo y azul) y el realizado por CORACYT este mismo año.



Por otro lado, en lo relativo al auditorio por estaciones, los mayores niveles de audiencia en los resultados de 1992 se concentraron, de acuerdo con nuestro estudio, en:

FM CENTRO DE APIZACO

100.3 Mhz , XHXZ FM, 20,000 Watts de Potencia, 12 horas de transmisión, Apizaco, Tlaxcala.

(a) Programas Musicales

- x Hitazos (Pop)
- x Cuenta Regresiva.
- x Décadas (Pop)
- x Tributos (Pop)
- x Noche Azul (Pop en Inglés)
- x Gruperísimo (Gruperera)

(b) Programas Informativos

- x Enlace Informativo (Emisión Matutina)
- x Enlace Informativo (Emisión Vespertina)
- x Enlace Informativo (Emisión Nocturna)

(c) Programas Temáticos

- x Mujeres en Frecuencia
- x Radiografía Deportiva
- x Aperitivo Taurino
- x Desde la Butaca (cine)
- x Miscelánea Semanal (Revista Sabatina)

El género predominante es el Pop en español e inglés, aunque tienen un espacio dedicado a la música gruperera, cuenta con diversos programas especializados y tres emisiones de noticiarios en los que se le da prioridad a la información estatal con el apoyo de reporteros y boletines del gobierno del Estado, asimismo tienen espacios de opinión especializada en temas como economía y política, servicio social y como complemento información nacional e internacional con notas muy cortas

ESTÉREO MAX

Grupo ACIR, 98.1 Mhz, XHMAXX FM, 50,000 Watts de Potencia, 24 horas de transmisión, San Martín Texmelucan, Puebla.

(a) Programas Musicales

- × Para Desvelados (Pop y Grupera)
- × Garras y Zarpazos (Los Tigres del Norte)
- × Max Consentidas (Pop)
- × Maxi-Éxitos (Grupera)
- × Llama y gana (Grupera y regalos)
- × Lo Mejor de Ayer (Grupera)
- × Clásicos (Pop y Grupera)

(b) Programas Informativos

- × Radar Informativo "Cada hora en la hora" de Grupo ACIR.

(c) Programas Temáticos

- × Programa Naturista
- × Germán Sierra
- × Fox en Vivo
- × 5' Partidos Políticos

Presenta música del género pop y grupera distribuida en diversos programas y en su programación normal. Cuenta con cápsulas informativas de Radar Informativo "Cada hora en la hora" de Grupo Acir con una duración de 5 minutos en la que manejan información de Puebla.

XEHT RADIO HUAMANTLA

88.1 Khz, XEHT AM, 5000 Watts de Potencia, 12 horas de transmisión, Huamantla, Tlaxcala.

(a) Programas Musicales

- x Los Tigres Mañaneros (Norteña)
- x Un Par Superior (Ranchera)
- x La Onda Modelo (Grupera)
- x Puntadas al Aire (Grupera)
- x Escenario de las Estrella (Pop)
- x Audiomanía (Complacencias Pop)
- x Hoy y Siempre (grupera)
- x Romance (Pop)

(b) Programas Informativos

- x En Punto (1ª. Emisión)
- x En Punto (2ª. Emisión)
- x Informativo MVS con Guillermo Ortega
- x Informativo MVS con José Cárdenas

(c) Programas Temáticos

- x Encuentro (Revista Sabatina)

Presenta un 50 por ciento de música grupera, 40 por ciento de música moderna en español y el 10 por ciento de espacios noticiosos y programas. De lunes a viernes se transmiten dos emisiones del noticiario "En Punto" y una el sábado con una duración de media hora cada uno, el espacio está compuesto por información del municipio, estatal basada en boletines, nacional y de la ciudad de Puebla por su cercanía con ésta, así como diversos comentarios del conductor en torno a las notas y a manera de opinión, asimismo transmiten dos emisiones del Informativo MVS con quien se enlazan por media hora en la mañana y una por la tarde, mientras que los sábados emiten el programa "Encuentro" con una duración de tres horas en el que presentan invitados representantes de todos los sectores de la sociedad, así como un enlace con el programa "Fox en Vivo".

Se dedican espacios a eventos especiales que tienen que ver principalmente con las tradiciones del municipio, como en el caso de la feria en que realizan control remoto durante la Carrera de Carcachas y la Huamantlada

XETT RADIO TLAXCALA.

1430 Khz, XETT AM, 5000 Watts de potencia, 12 horas de transmisión, Tlaxcala capital.

(a) Programas Musicales

- × Mexicanísimo (rancheras)
- × Muévanse Todos (Rock)
- × Que Rico Son
- × Latidos 14.30 (Pop)
- × Barra de Pop en español e inglés.
- × Top Ten en Inglés y Español
- × Música Norteña
- × Complacencias Gruperas.

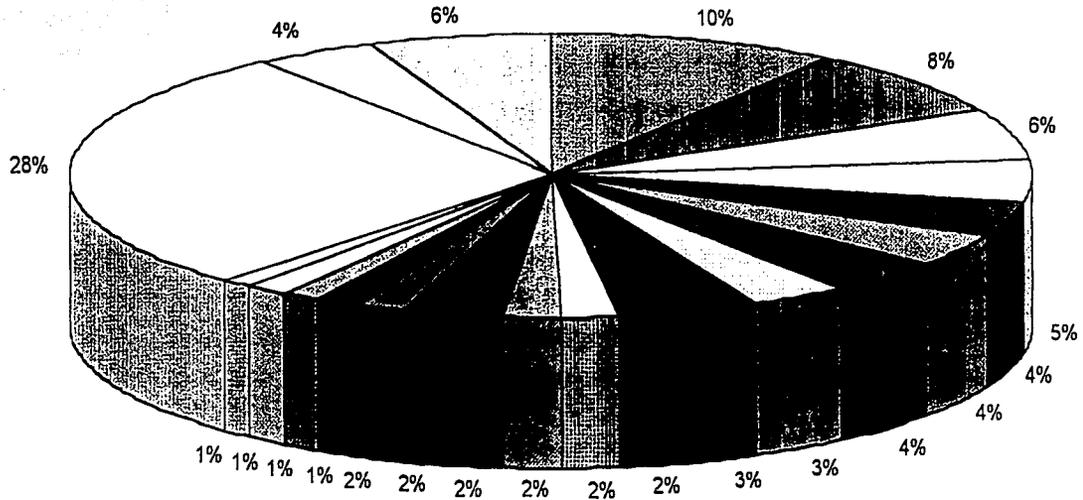
(b) Programas Informativos

- × Sucesos (Emisión Matutina)
- × Sucesos (Emisión Vespertina)
- × Sucesos (Emisión Nocturna)
- × Cortes informativos a la hora (Sucesos)

(c) Programas Temáticos

- × Estudio COBAT (Colegio de Bachilleres)
- × Tribuna Educativa (USET)
- × Impacto 3D (CECYTE)
- × Confeti (Programa Infantil)

CONSUMO RADIOFÓNICO TLAXCALA 2002



FM Centro	Estereo MAX	XEHT	XETT	La Tropical Caliente	La Tremenda
Radio Altiplano	La "Z"	Estereo 97.7	VOX FM	La K buena	98.1
Radio Calpulalpan	Radio MAS	100.3	La de Puebla	Radio Universidad	Radio Universal
La Romántica	Otros	Cualquiera	No contestó		

FM Centro	10%
Estéreo MAX	8%
XEHT	6%
XETT	5%
La Tropical Caliente	4%
La Tremenda	4%
Radio Altiplano	4%
La "Z"	3%
Estéreo 97.7	3%
VOX FM	2%
La K buena	2%
98.1	2%
Radio Calpulalpan	2%
Radio MAS	2%
100.3	2%
La de Puebla	1%
Radio Universidad	1%
Radio Universal	1%
La Romántica	1%
Otros	28%
Cualquiera	4%
No contestó	6%

Presentan diversos géneros musicales que van desde música ranchera, norteña, pop en español e inglés, grupera, Danzón y Boleros en distintos horarios durante toda la semana.

En lo que a noticias se refiere se enlazan con Radio Altiplano por lo que presentan las tres emisiones de Sucesos y 8 cortes informativos cada hora con una duración de 3 minutos aproximadamente, en el que manejan información local, nacional, internacional y deportiva, de igual forma los enlaces abarcan el programa "En Diálogo con Alfonso Sánchez Anaya" y algunos eventos oficiales de manera ocasional.

En comparación con el escenario presente hace 10 años, FM Centro pasó del tercero al primer lugar de audiencia radiofónica, mientras que XETT Radio Tlaxcala descendió en su popularidad desde el primer lugar de auditorio en 1992 hasta ser la cuarta radiodifusora en importancia. Asimismo, se amplió considerablemente el espectro de radiodifusoras, lo que redujo sensiblemente el porcentaje de radioescuchas ligado con cada

una. Así por ejemplo, el caso mas destacado lo constituye Estéreo Max, que no existía hace 10 años y sin embargo, pasó a convertirse en la segunda frecuencia mas importante de la entidad.

A partir de lo anterior, se puede concluir parcialmente:

- En 10 años, el consumo radiofónico se redujo sensiblemente en Tlaxcala y el que existe, de facto "envejeció"; esto es, el público joven, aunque por estrecho margen, tiende a escuchar menos la radio que los adultos, lo que no ocurría en 1992. Este hecho, hipotéticamente, puede obedecer al ascenso de la cultura audiovisual en los jóvenes, quienes con mayor frecuencia recurren a los videojuegos, televisión (principalmente por cable o de las empresas nacionales) y las que se derivan del progresivo manejo de las computadoras.
- Sin embargo, lo anterior no altera los horarios de consumo radiofónico en el estado, los cuales se mantienen prácticamente idénticos después de 10 años. El medio puede haber perdido radioescuchas, pero en quienes conservan el gusto por él mantienen los prácticamente los mismos hábitos. Ello nos representa una evidencia más para denotar la tendencia tradicionalista de la sociedad tlaxcalteca. Sin embargo, al considerar el presente punto con el anterior se puede llegar a suponer que las sucesivas generaciones tienden a incorporar nuevos hábitos y un mayor dinamismo a sus conductas individuales y de grupo.
- Con base en el perfil de las estaciones señaladas con mayor rating, se infiere una clara preferencia por los contenidos locales frente a las emisoras nacionales. Esto último se refuerza por medio de las recientes modificaciones de programación que una de estas estaciones (Radio Huamantla) está proyectando a últimas fechas, entre ellas: la salida del noticiario de Pedro Ferríz y la incorporación de programas con mayor información local y cultural sobre Tlaxcala. Por lo tanto, no obstante la sociedad opte ampliamente por la música como preferencia radiofónica, este punto tiende a señalar que para la selección de la estación el

contenido vinculado con la realidad local adquiere una significativa importancia.

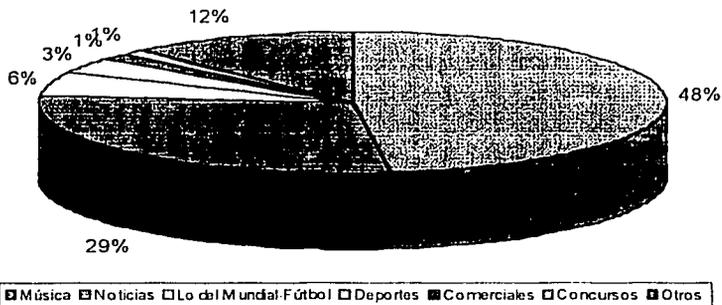
- Con lo anterior se confirma que la fuente de la cobertura informativa a la que están expuestos los tlaxcaltecas a través de la radio es eminentemente estatal. Por consiguiente, es viable continuar suponiendo que los intereses de las empresas radiofónicas nacionales no impactan directamente en la construcción de la realidad mediática de la entidad, como en efecto sucede con los intereses de las empresas locales de radiodifusión.

Por otro lado, abordando el aspecto de los contenidos preferenciales, el 63% de los tlaxcaltecas entrevistados declaró que "lo que más le gusta oír en la radio" es música, el 25% noticias y un 2% señaló los deportes como su principal opción radiofónica. Lo anterior fue coherente al momento de preguntar "qué era lo último que recordaba haber escuchado en la radio", apareciendo en primer sitio nuevamente la música con el 48%, en segundo lugar las noticias con el 29% y en tercer lugar "el mundial de futbol" con el 6%.

De esta forma, se diluye la "inconsistencia" aparecida en 1992, cuando al indagar al respecto de los contenidos preferenciales el 60% de los encuestados señaló que "lo que más le gustaba oír en la radio" eran programas de entretenimiento mientras que un 29-% contestó que las noticias y sin embargo, al momento de indagar "lo último que recordaba haber escuchado en la radio", en primer lugar aparecieron las noticias (33%) y en segundo lugar la música (26%).

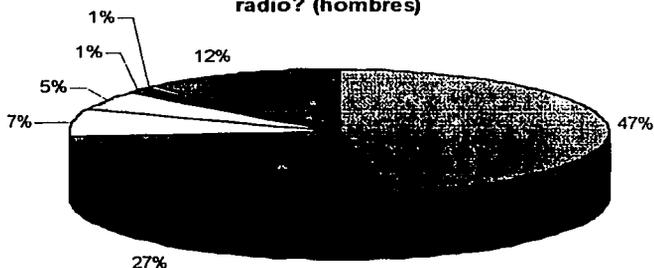
2.2.1.1 ¿Qué es lo último que recuerda haber escuchado en la Radio?

Del total de población encuestada, el 48 por ciento dice recordar la música como su última experiencia radiofónica, mientras que el 29% señaló que las noticias, el 6 por ciento la información relativa al mundial de futbol, el 3% contestó "deportes" en general, un 1% advirtió que los comerciales y un 1% que programas de concurso.



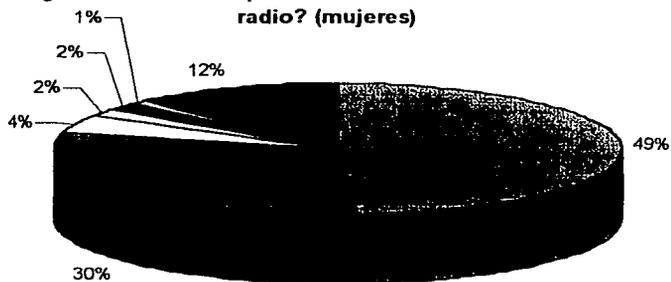
Como se aprecia en la gráfica anterior, esta tendencia se mantuvo intacta en el total de hombres y mujeres, variando solamente en pequeños porcentajes como se detalla a continuación:

¿Qué es lo último que recuerda haber escuchado en radio? (hombres)



■ Música ■ Noticias □ Lo del Mundial-Fútbol □ Deportes ■ Comerciales □ Concursos ■ Otros

¿Qué es lo último que recuerda haber escuchado en radio? (mujeres)



■ Música ■ Noticias □ Lo del Mundial-Fútbol □ Deportes ■ Comerciales □ Concursos ■ Otros

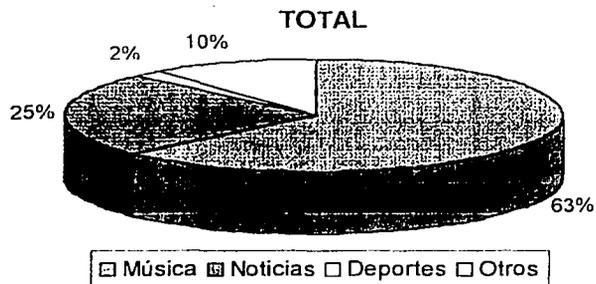
2.2.1.2 ¿Qué es lo que más le gusta escuchar en la Radio?

En lo relativo al consumo radiofónico de la entidad en el año 2002, el 63% total de la muestra encuestada se manifestó por la música (frente a un 60% que respondió "entretenimiento" en 1992) y las noticias se colocaron como segundo lugar en importancia con el 25% de las respuestas (4 por ciento menos que en 1992). A partir de los resultados de ambos estudios y con base en las hipótesis planteadas hace 10 años, podemos afirmar lo siguiente (*ver apartado 1.2.1.2 del capítulo I*):

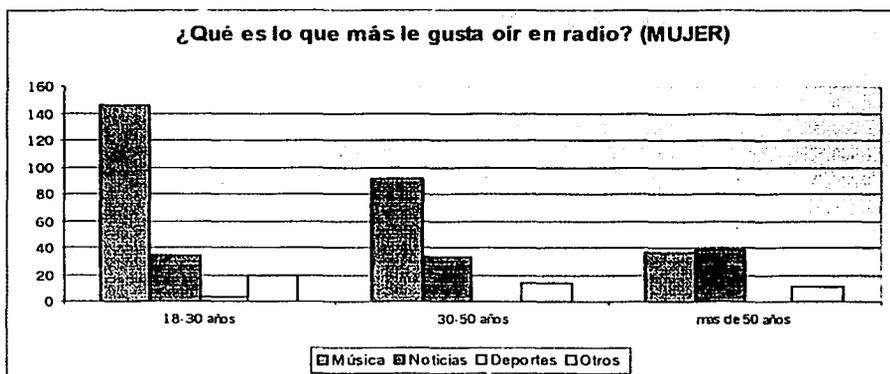
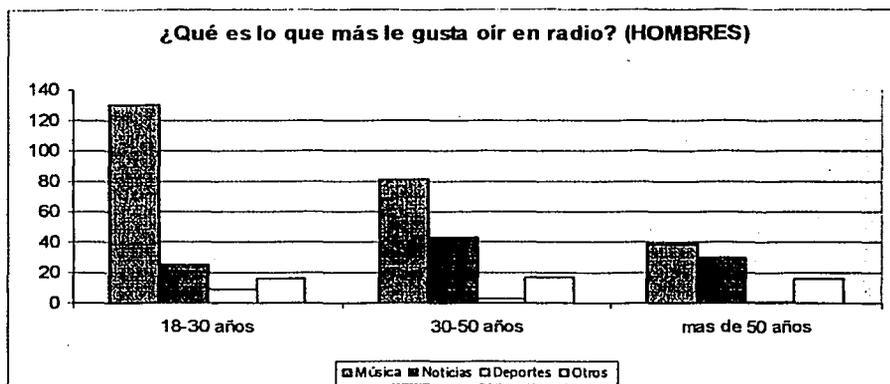
El término "entretenimiento" aparecido en los resultados de 1992 y ausente en el actual estudio puede interpretarse ahora como "entretenimiento musical", lo que hace pensar que el gusto por este tipo de programación se incrementó en un 3 por ciento en 10 años.

Ahora es viable pensar que la hipótesis que planteaba "lo efímero" del entretenimiento en la mente de los radioescuchas no tiene validez. Antes bien, cabe suponer, en virtud de los resultados equivalentes entre el estudio de 1992 y el de 2002, que los radioyentes de Tlaxcala, cuantitativamente, escuchan menos noticias (al menos en un 4 por ciento); y cuantitativamente la conducta de estar informado(a) pudo haber perdido valor social, principalmente, para los jóvenes.

Avanzar en el por qué de este hecho potencial, nos obliga a profundizar, al menos ligeramente, en los contenidos que manejan en promedio las radiodifusoras encuestadas, sus niveles de audiencia y principalmente, la percepción del auditorio tlaxcalteca hacia la calidad de estos contenidos y específicamente la credibilidad con que cuentan los espacios noticiosos.



En cuanto al consumo diferenciado de hombres y mujeres, y su comparativo con los datos recogidos en 1992, apreciamos que los consumos de programación musical se privilegian en los jóvenes de ambos sexos, destacando las mujeres, en tanto se mantienen relativamente constantes en el caso de las noticias, sobresaliendo ligeramente los hombres adultos.



A diferencia de 1992, cuando el consumo de noticioso en las mujeres iba disminuyendo con la edad, para el año 2002, este se mantiene prácticamente constante en cualquier etapa de la vida. En contraparte, el hombre sí presenta un incremento considerable de su consumo noticioso al llegar a la edad adulta, hecho que nuevamente refuerza la idea del rol social predominante del hombre aunque con una mayor participación de la mujer, en quien ya no decae su consumo con la edad. Finalmente, el consumo musical presenta una constante a decrecer con la edad del auditorio, posiblemente más atraído por los medios audiovisuales.

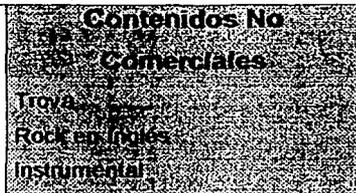
Nuevamente, recurrimos a los estudios mas detallados que ha llevado a cabo CORACYT en términos del consumo radiofónico en la entidad y donde se reflejan los siguientes gustos del auditorio promedio:

• Cumbia	• Pop en Español	• Ranchera	• Cumbia
• Ranchera	• Pop en Inglés	• Cumbia	• Pop en Español
• Pop en español	• Cumbia	• Norteña	• Ranchero

Preferido	Segundo	Preferido
1. Cumbia	4. Cumbia	6. Pop en Español
2. Ranchera	5. Pop en Español	7. Bolero
3. Pop en español		8. Cumbia

A partir de lo anterior, los géneros musicales preferidos por la población encuestada se reflejan en las siguientes tablas de rating:

Alto Rating	Mediano Rating	Bajo Rating
✓ Cumbia (71%)	✓ Banda (23%)	✓ Rock en español (17%)
✓ Pop en español (46%)	✓ Norteña (21%)	✓ Romántica (13%)
✓ Ranchera (41%)	✓ Pop en Inglés y Bolero (20%)	✓ Salsa (10%)



(a) Alto Rating

Una composición de programación basada en estos tres géneros, hipotéticamente y con base en los resultados que se reportan, alcanza a impactar el espectro más amplio de población en el estado: amas de casa, estudiantes, campesinos, obreros, empleados, trabajadores independientes, profesionistas y desempleados.

(b) Mediano Rating

Alcanza a permear parcialmente en los gustos promedio de estudiantes (pop en inglés) y profesionistas (bolero), así como en un sector reducido de campesinos (música norteña). Este gusto es básico para definir un perfil de programación, así por ejemplo si a lo anterior se añade pop en español, la programación se especializa en un público mayoritario de estudiantes y profesionistas (medio superior y superior).

(c) Bajo Rating

No se encuentra en las tres principales preferencias musicales de los sectores reportados en la muestra y no representa un perfil exitoso para definir una estación. La audiencia principal se da sobre programas particulares y se deja de lado el resto del contenido de la estación.

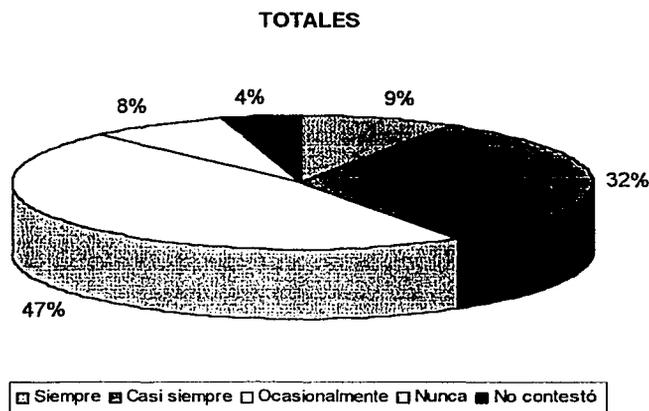
No obstante lo anterior, la radio aparece como el primer medio en importancia para informarse respecto de las noticias locales en la entidad, 10 puntos porcentuales arriba de la televisión. Para este fin, las frecuencias con mayor penetración son las siguientes: XETT Radio Tlaxcala (32%) y FM Centro de Apizaco (21%).

A continuación analizamos la calificación que de acuerdo con nuestros datos, dan los tlaxcaltecas a los contenidos que se transmiten por la radio.

2.2.1.3 Calificación de los Contenidos Radiofónicos

El cuestionario aplicado buscó sondear la calificación de los tlaxcaltecas sobre el contenido de la programación a la que se encuentran expuestos dentro de las frecuencias, horarios y gustos señalados por ellos mismos en las preguntas previas. De esta forma se obtuvieron los siguientes resultados:

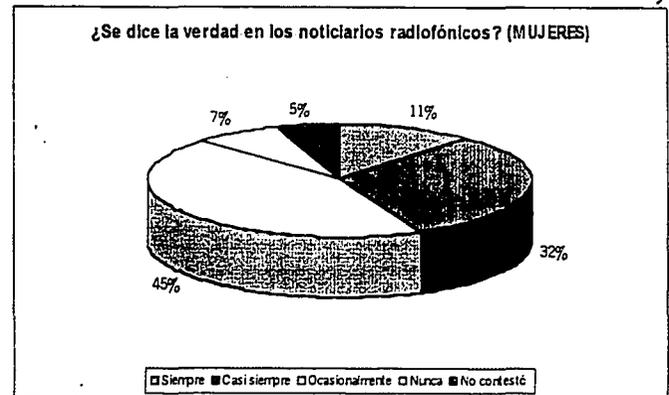
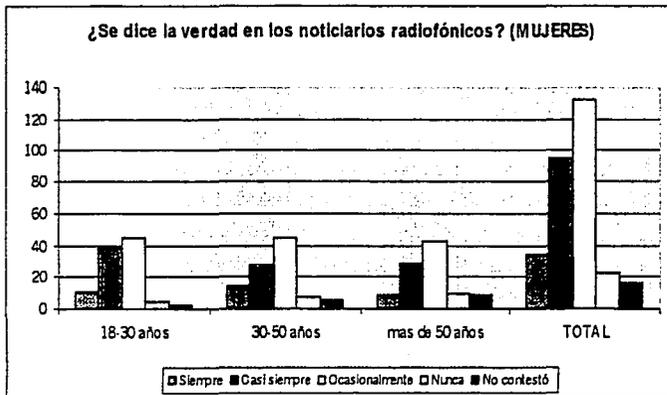
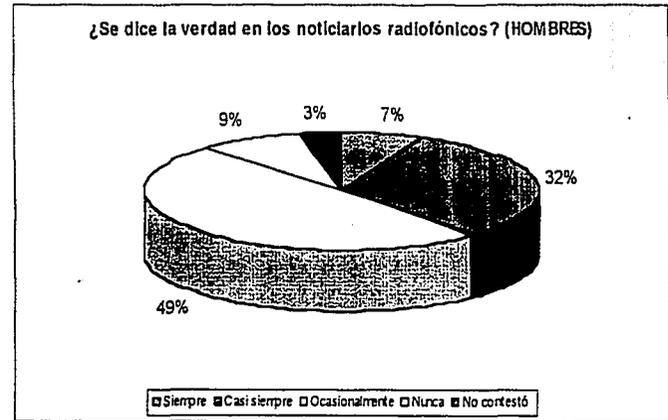
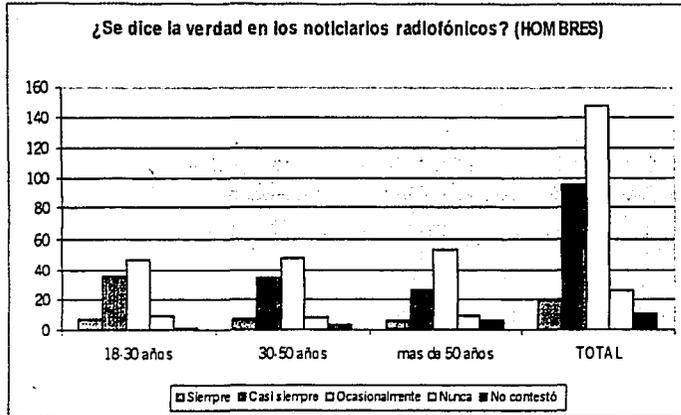
(a) *¿Dicen la Verdad los Noticieros Radiofónicos?*



La credibilidad hacia los informativos radiofónicos ha decaído en los últimos años. En 1992 el 44% del total de los encuestados respondió que "casi siempre" la radio decía la verdad y un 16% respondía que "siempre". En tanto,

para la actualidad, un 32% respondió a la misma pregunta con "casi siempre" y solamente un 9 por ciento señaló la respuesta "siempre" (siete puntos porcentuales menos que hace 10 años). En contraparte, el rubro de quienes respondieron "ocasionalmente" se incrementó del 28 hasta el 47% y quienes respondieron "nunca" permanecieron constantes en el orden de un 8 por ciento. Lo anterior, por sí solo, puede explicar la caída de cuatro puntos porcentuales que en 10 años presentó el consumo de programas informativos radiofónicos.

CREDIBILIDAD DE LOS NOTICIARIOS RADIOFÓNICOS (2002)

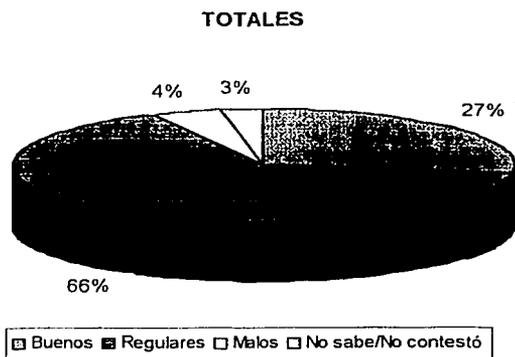


Entre hombres y mujeres, así como entre jóvenes y adultos, no existe una diferencia sustantiva respecto del factor de la credibilidad radiofónica. Antes bien, puede afirmarse que en 10 años las sociedad se ha vuelto mucho mas homogénea en su criterio; más homogénea en cuestión de género pero al mismo tiempo más escéptica frente a lo que escucha por radio. La pérdida de credibilidad en 10 años puede tener diversas razones, entre las cuales, la experiencia personal nos permite citar como las más probables:

1. La ligadura tácita que existe entre el quehacer informativo y los gobiernos en la entidad, lo cual genera una homogeneidad en la información que se transmite. En este sentido, la falta de crítica y sensibilidad analítica por parte de la prensa radiofónica parece haber afectado sensiblemente la credibilidad del medio.
2. Como parte de lo anterior, el sistema informativo más estructurado es el que transmite gobierno del estado a través de la radio estatal. Las cadenas privadas poseen informativos limitados estructuralmente y ambos (la radio privada y la estatal), en lo general, se presentan ante el radioescucha carentes en buena medida de una tarea analítica de fondo, practicada por especialistas en economía, política o finanzas principalmente. La sociedad recibe noticias pero mengua la visión (o incluso el debate) de lo que las mismas representan, ello inhibe sensiblemente el potencial de juicio sobre el acontecer, predominando la superficialidad de juicios y por consiguiente, la incapacidad criterios sólidos sobre el cúmulo informativo que se presenta.
3. La radio en este sentido, necesita avanzar en la tarea de construir espacios de alto nivel de producción en materia de programas de opinión sobre los temas antes citados, así como también disociar el principal quehacer analítico de las figuras que son actores políticos o económicos. El diputado o el funcionario municipal y de gobierno no pueden seguir siendo las

principales voces de opinión. El requisito es un periodismo de fondo y una mayor diversidad de grupos intelectuales con voz en radio.

(e) *¿Cómo considera Usted a los programas radiofónicos?*



De forma consecuente, la apreciación general hacia los programas radiofónicos en su conjunto, también decreció en los últimos años. La radio en Tlaxcala pasó de ser considerada "regular" por un 46% de personas en 1992 a

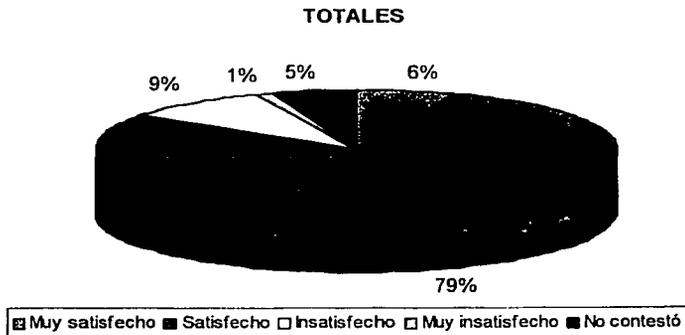
obtener la misma calificación por el 66% de las encuestados en el año 2000 (incremento del 20%), mientras tanto, el 44% de personas que consideraban "buenos" los programas en radio hace 10 años se redujo hasta un 27% (una contracción del 17%) y finalmente quienes los consideran definitivamente "malos" pasaron del 2 al 4 por ciento en el lapso de una década.

Similar a lo sucedido con los casos previos, existe también una profunda homogeneidad en la calificación hacia la radio tanto en hombres como mujeres, como entre jóvenes, adultos y mayores.

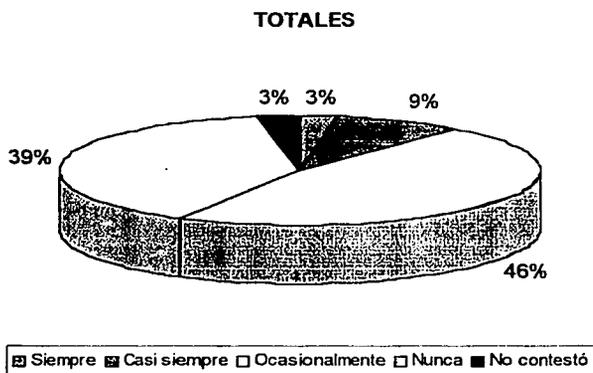
(c) *¿Si Usted escucha los programas radiofónicos, se siente?*

Por su parte la actitud de los radioescuchas hacia el contenido de la radio, varió ligeramente con un incremento de lo que podría interpretarse como "indiferencia" hacia la radio, pues en 10 años, no obstante la radio se haya consolidado como "regular" la actitud de la gente pasó de un 64 a un 79 por ciento en su calificación de "satisfecho" por esos contenidos, mientras que el porcentaje de personas

insatisfechas se mantuvo prácticamente idéntico. No existió aquí tampoco una opinión superior o inferior al promedio entre hombres y mujeres, o entre jóvenes, adultos y mayores.



(d) *¿Escucha Programas Políticos en Radio?*



Finalmente, el consumo de programas políticos en radio se incrementó ligeramente en el orden de un 3 por ciento. Así, mientras en 1992 un 43% del total de los encuestados declaró oír estos contenidos "ocasionalmente", para el

año 2000 esta cifra se incrementó hasta el 46%. Respectivamente, el número de encuestados que hace 10 años contestó que "nunca" atendía programas políticos disminuyó del 41 al 39 por ciento.

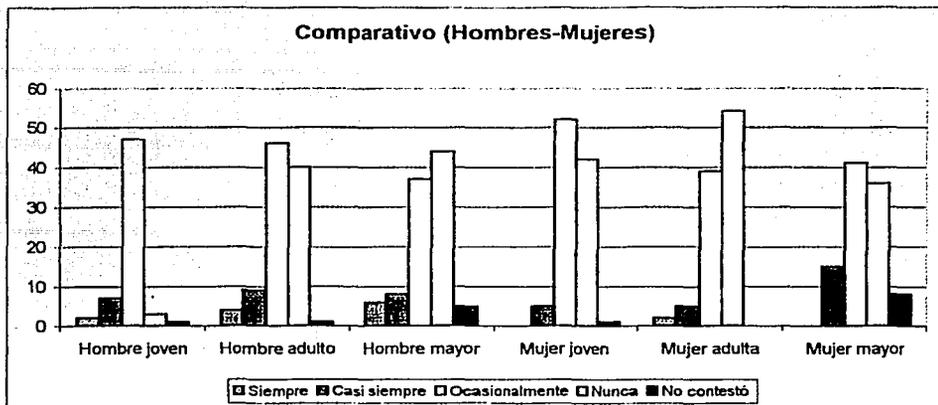
En términos de género, nuevamente las mujeres aparecieron como el grupo que menor atiende estos contenidos, presentando un 44% de encuestadas (20% mas

que en 1992) que respondieron que "ocasionalmente" escuchan programas políticos en radio contra un 50% en el caso de los hombres (un incremento del 6%); en tanto, un 44% de mujeres respondieron que "nunca" escuchan estos contenidos (idéntico porcentaje al de 1992) contra un 33% en el caso de los hombres.

Definitivamente, el interés de la mujer por los programas políticos en radio, aunque inferior al de los hombres, se incrementó sensiblemente y en mayor magnitud al género masculino. Sin embargo, el comportamiento de las mujeres de 1992, en términos de reducir con la edad su nivel de contacto con la información se mantuvo vigente para el año 2002.

Cabe destacar por último la importancia de la cuestión de género. En primer lugar, ello parte del criterio de que la sociedad moderna, de tendencia urbana y desarrollista, muestra un papel activo de la mujer en la vida productiva y socio-política. En contraparte, una característica de la sociedad tradicional es precisamente el que la mujer continúe ubicada dentro de los roles vinculados al cuidado del hogar y los hijos. En este sentido y aún bajo el riesgo del enunciado superficial (pues el tema requiere un tratamiento exhaustivo), puede afirmarse que una variable determinante del desarrollo social es precisamente el rol de la mujer.

A través de su mayor vinculación con los contenidos políticos, considero, la mujer denota un rol más activo y dinámico, pues potencialmente forma criterios que pueden desembocar en conductas. No es raro ver en Tlaxcala un mayor número de mujeres interesadas por el ejercicio profesional, actuando dentro de organizaciones sociales y políticas, ni mucho menos es posible dejar de lado que Tlaxcala posee una de las pocas experiencias en México de haber contado con una mujer gobernadora. Sin embargo, también es evidente que este dinamismo es eminentemente propio de ciertos sectores urbanos y con contacto con las grandes urbes.



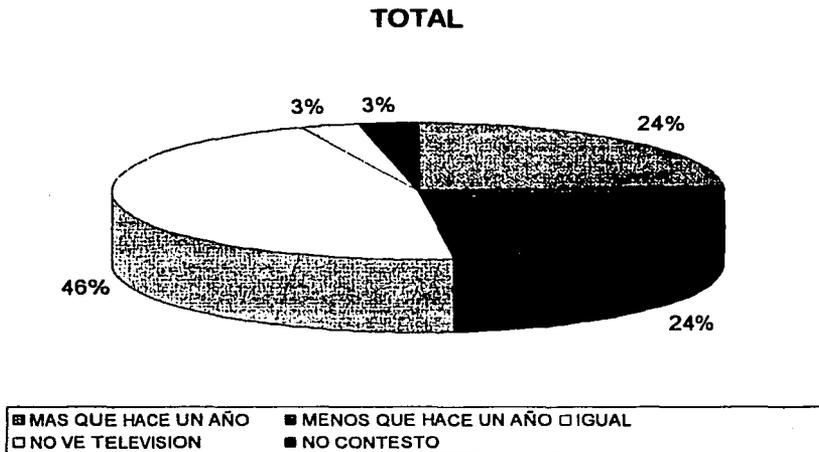
En lo general, la mujer tlaxcalteca sigue un rol doméstico. Para el caso del desarrollo del estado resulta significativo que la mujer (principalmente joven) denote mayor interés que antaño por los contenidos políticos, aunque el mismo disminuya con la edad. Ello puede explicarse en función de que una vez que la mujer ingresa al ámbito doméstico (cuando se casa) tiende frenar su dinamismo inicial y volverse un ente predominantemente pasivo de los procesos sociales. La mujer joven muestra interés político, desarrolla criterio, tal vez derivado de su contacto con la escuela, pero luego lo pierde. En este sentido es que considero imperativo dar continuidad a esa inercia y ahondar en la investigación por esta ruta. Estudiar las relaciones de género en Tlaxcala, su desarrollo y vicisitudes, considero, es un indicador de suma importancia vinculado al desarrollo futuro del estado.

2.2.2 La Televisión y la Sociedad de Tlaxcala

En el caso de la televisión, nos repetimos las mismas preguntas hechas en 1992: ¿Para qué "usan" los Tlaxcaltecas a la televisión? ¿Con qué finalidad? ¿Qué expectativas guían o determinan el consumo televisivo en el estado? Tlaxcala se confirma como una entidad de considerable consumo televisivo. Para el año 2002

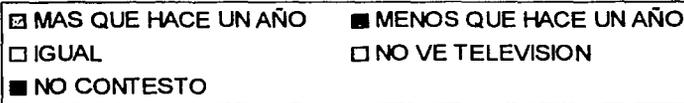
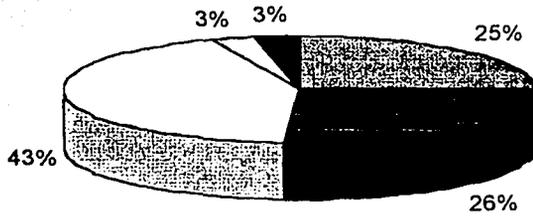
se incrementó el número de personas con televisión en la entidad, pasando del 85% de los entrevistados al 97%, de los cuales el 68% dijo contar con un aparato de televisión, el 23% con dos, un 6% con tres y un 3% con mas de tres televisores.

De esta manera, el consumo televisivo creció 12 por ciento mas que hace 10 años. Sin embargo, el incremento de la afición por la T.V. en Tlaxcala ha sido paulatino y sin gran distingio entre hombres y mujeres, como se demuestra a través de la siguiente gráfica.

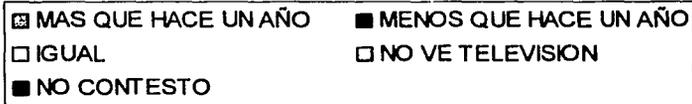
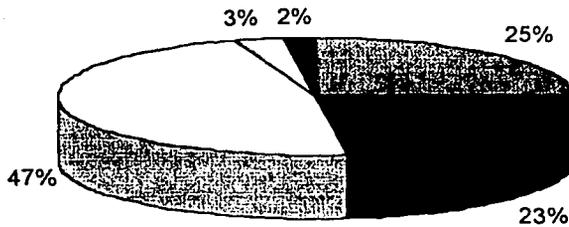


En lo anterior se aprecia que los tlaxcaltecas prácticamente han consumido la misma "cantidad" de este medio que el año anterior, dividiéndose equitativamente como primera minoría (24%) el porcentaje de entrevistados que admitieron ver "más televisión" y quienes contestaron que veían menos televisión que el año previo por lo que el incremento de televidentes tiende a ser pequeño o anularse. En este sentido, las mujeres por escaso margen fueron las que admitieron "ver mas televisión" que hace un año, en relación con lo hombres quienes respondieron precisamente lo contrario.

HOMBRES

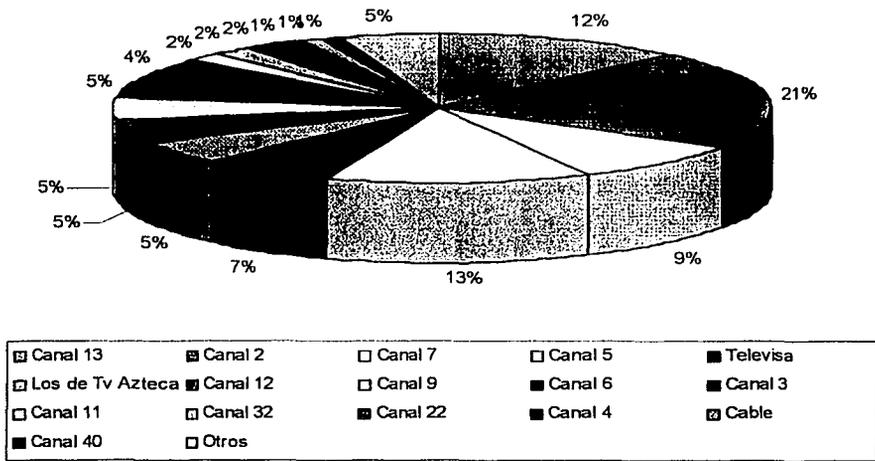


MUJERES



El incremento de la afición por este medio resulta coherente con el pensamiento de quienes, como Sartori, defienden la teoría del "homo videns" o el ascenso de la cultura audiovisual en la sociedad contemporánea. Hacia Tlaxcala, al igual que en muchas otras regiones del país y del mundo, este hecho tiene como consecuencia que la realidad mediática de la sociedad se construye con base en referentes no propios a la tradición. A través de la televisión en Tlaxcala, se tiene acceso principalmente a contenidos nacionales e internacionales en detrimento de la cultura tradicional.

TOTAL



El consumo de la televisión en Tlaxcala afecta de forma homogénea tanto a hombres y mujeres, como a jóvenes, adultos y mayores, sin presentarse distingos significativos entre unos y otros, por lo que se mantienen a lo sumo las apreciaciones hechas en 1992.

Por otro lado, en cuanto al consumo de frecuencias televisivas es posible distinguir un incremento en el número de canales presentes en el gusto del auditorio. De esta forma, se incorporó un rating considerable a favor de la Televisión Cultural (representada en la gráfica por los canales 11 y 22), así como del Sistema Estatal (Canal 9), que en 1992 prácticamente no existía. La programación del 11 y del 22 por separado del Sistema Estatal, representa a su vez un incremento en el consumo de televisión por cable en la entidad (como se aprecia en la siguiente tabla), dado que dentro de la televisión abierta la programación de ambos canales se transmite a través del Sistema Estatal.

**Número de Suscriptores de Televisión Restringida
en el Estado de Tlaxcala (2002)**

Tlaxcala	Jorge A. Letayf y Trejo	9,154
Apizaco	Telecable de Apizaco S.A. de C.V.	7,183
Tetla de la Solidaridad	Telecable de Apizaco S.A. de C.V.	964
Calpulalpan	Higinio Santiago Lastrini Quiroz	528
Huamantla	Higinio Santiago Lastrini Quiroz	820
SKY	Corporación de Radio y Televisión del Norte de México	6,100
DIRECT TV (2)	Grupo Galaxy Mexicana, S. de R.L. de C.V.	1,750

(1) 600,000-Universo

(2) 280,000-Universo

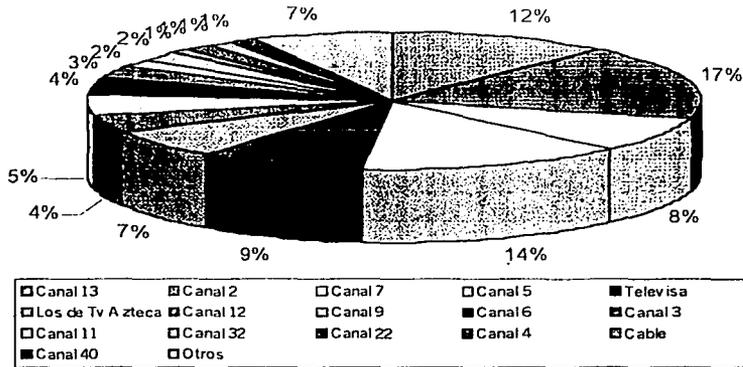
Por si sola, la televisión del estado aparece como la octava en importancia para el año 2002, con un 5% del total de respuestas, mientras que el de Canal 2 de Televisa muestra el mayor nivel de auditorio (21%), seguida de Canal 5 de la misma empresa (13%), Canal 13 (12%) y Canal 7 (9%) de Televisión Azteca. Esta situación permanece virtualmente inalterada respecto de 1992 cuando mas del 50% del auditorio entrevistado se dividía entre Canal 2 y Canal 5 y si bien es cierto, una década después estas empresas nacionales continúan siendo en conjunto las principales fuentes de entretenimiento e información a nivel estatal (34%), existe una marcada tendencia del auditorio de Tlaxcala por buscar nuevas opciones, entre ellas Televisión Azteca, los sistemas por cable o satelitales y la Televisión local.

Este último caso se explica evidentemente por el surgimiento de un sistema informativo estatal en forma (Sucesos), con información del acontecer de la entidad, la región e información nacional y deportiva. Asimismo, a lo largo de esos 10 años comenzó la producción local de programas, si bien, de baja calidad y recursos de producción, pero que han representado una alternativa local para la demanda informativa y de entretenimiento.

a) Características del Consumo Masculino:

<u>Hombres de 18 a 30 años:</u>	<u>Hombres de 31 a 50 años:</u>	<u>Hombres mayores de 50:</u>
Canal 5 (18%)	Canal 2 (16%)	Canal 2 (18%)
Canal 2 (18%)	Canal 13 (13%)	Canal 13 (13%)
Canal 13 (10%)	Canal 5 (12%)	Canal 7 (10%)
Televisa (10%)	Canal 7 (12%)	
TVAzteca (10%)		

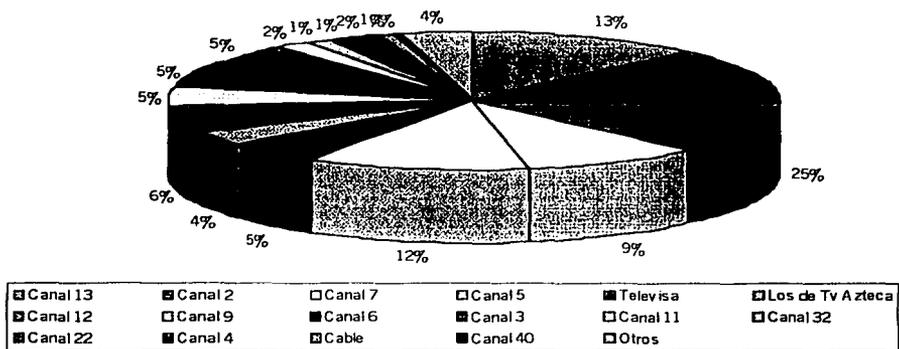
Hombre



b) Características del Consumo Femenino:

Mujeres de 18 a 30 años:	Mujeres de 31 a 50 años:	Mujeres mayores de 50:
Canal 2 (23%)	Canal 2 (26%)	Canal 2 (30%)
Canal 5 (13%)	Canal 13 (16%)	Canal 13 (13%)
Canal 13 (10%)	Canal 5 (11%)	Canal 5 (9%)
Canal 7 (10%)		Canal 7 (9%)

Mujer



Como se aprecia, el inicio de actividades de Televisión Azteca cambió sensiblemente las características del consumo de televisión en el Estado. Los hombres en general muestran una marcada tendencia por la programación de Canal 2 (17%), seguido de los Canales 5 (14%) y 13 (12%). Específicamente, los jóvenes prefieren por un margen mínimo al canal 5 y en lo general la programación conjunta de Televisa y Televisión Azteca, en tanto, los adultos concentran su atención específicamente en los canales 2 (16%) y 13 de Azteca (13%), casi en idéntico porcentaje que los mayores.

Las mujeres por su parte muestran la mayor atención por el Canal 2 de Televisa (25%), situándolo en primer lugar de atención en el caso de las jóvenes e incrementando paulatinamente su porcentaje de audiencia conforme avanza la edad. La marcada preferencia de las mujeres por Canal 2, parece consecuencia obvia de su rol doméstico y la barra de telenovelas. En conjunto, el gusto de la mujer de Tlaxcala se divide en promedio entre los canales 2, 13, 5 y 7 (13% cada uno).

Aunque de forma similar a lo sucedido hace 10 años, sigue habiendo una mayor preferencia de la mujer por el Canal 2, existe también una diversificación en el gusto de este auditorio, principalmente por Televisión Azteca. No obstante ello, aún son pequeños los síntomas de un cambio en el rol social de la mujer en el estado, a partir de lo que revela su consumo de televisión.

Cabe reiterar las diferencias manifiestas hasta el momento:

- o Una significativa diversificación de la oferta televisiva, principalmente nacional y por cable.
- o El surgimiento de un sistema estatal de noticias y una programación local, si bien con sendos déficits de producción, pero que constituye ya una alternativa para la demanda de noticias y contenidos locales.

- o Dado su gran consumo de la programación de Canal 2, la mujer aparentemente mantiene su rol tradicional, pero vinculándose progresivamente con otro tipo de contenidos, mas diversos pero donde predomina el entretenimiento: canal 13, 5 y 7.
- o La televisión participa de la agenda pública local con mucho mayor dinamismo que en 1992, sin embargo, aún no constituye un factor determinante para la formación de opinión pública, dados los problemas de producción e incluso técnicos (recepción de la señal) con los que se cuentan en la actualidad²⁶. Sin embargo, el surgimiento del sistema estatal de noticias y el significativo porcentaje de preferencia que posee (5% en 10 años), tienden a corroborar la hipótesis de la demanda mayoritaria de información local.

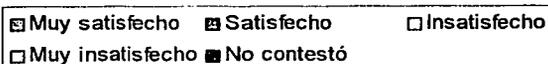
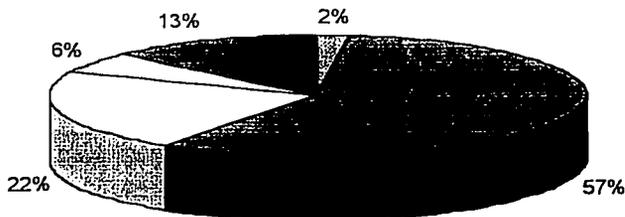
1.2.2.1 Calificación de los Contenidos

(a) *¿Si usted ve los programas de televisión que se hacen en Tlaxcala, se siente?*

Hacia la programación que se produce en el estado, los encuestados en su mayoría señalaron sentirse "satisfechos" en un 57% (2% mas que en 1992) e "insatisfechos" en un 22%, cifra similar a la que hace 10 años ocupó el público que no respondió y que ahora se ubicó en tercer lugar con el 13%.

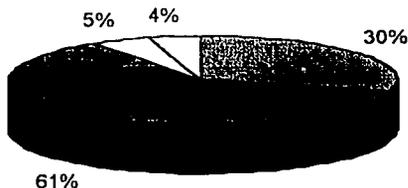
²⁶ De acuerdo con datos proporcionados por la misma institución (CORACYT), la televisión del estado posee una señal defectuosa en amplias regiones del estado, además de no poseer una frecuencia uniforme que facilite su sintonización. Así por ejemplo, en Apizaco la señal se recibe por canal 2 y canal 40 en cable; en Huamantla por el 2 y el 45 por cable; en San Pablo por el 7 y el 23 por cable; en Zacatelco por el 7 y el 10 por cable y en Calpulalpan por el 12 y el 41 por cable.

Total



(b) ¿Si usted piensa en los programas de televisión en general, diría que son?

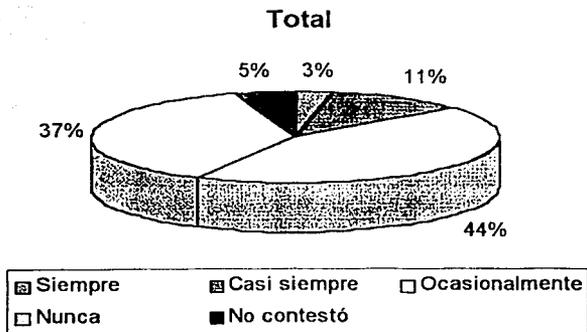
Total



La calificación hacia los contenidos de la programación en general arroja como resultado el calificativo de "regulares" en un 61% (20% mas que hace 10 años) y "buenos" en un 30% (11% menos que en 1992). Con base en lo

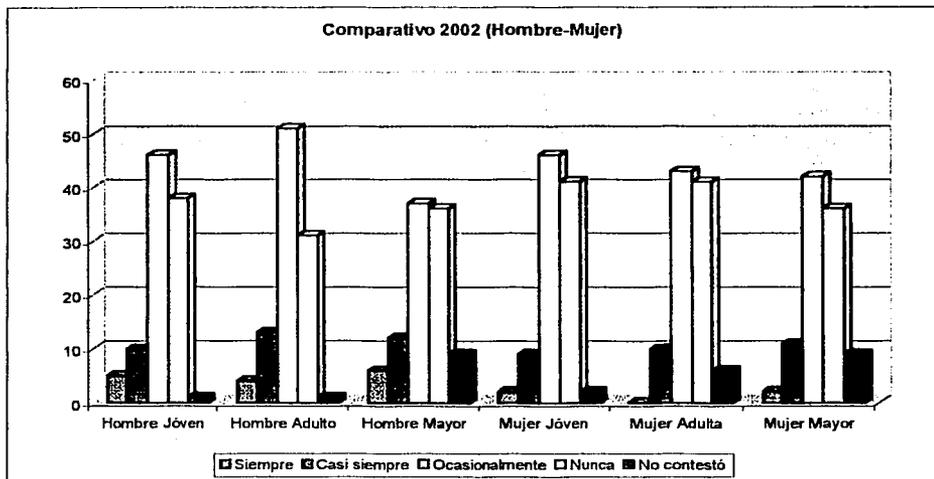
anterior, se posible advertir que de forma similar a la radio, la apreciación por los contenidos que transmite la televisión de ha devaluado considerablemente, por que es posible inferir que esta no satisface la demanda ostensible a través del incremento de televidentes en Tlaxcala a lo largo de la última década.

(c) ¿Observa programas políticos en televisión?



No obstante lo anterior, la atención hacia programas políticos por televisión se incrementó con respecto al estudio de 1992. Hace 10 años el 42% de los tlaxcaltecas señaló que "nunca" observaba programas de esta índole

(5% más que el presente año) y un 41% dijo hacerlo ocasionalmente (3% menos que en el 2002). Asimismo, se incrementó el porcentaje de quienes dicen atender "casi siempre" los programas políticos por televisión (3% en 1992 vs. 11% en 2002) y se redujo la cifra minoritaria de quienes señalaron ver "siempre" este tipo de programas (7% en 1992 vs. 3% en 2002).



Por su parte, el comportamiento entre los hombres y las mujeres de Tlaxcala presentó ligeras diferencias. Gráficamente se aprecia que los hombres atienden "ocasionalmente" este tipo de contenidos con mayor frecuencia que la mujer, mientras que estas últimas respondieron en mayor cantidad a la pregunta con la respuesta "nunca". Sin embargo, las diferencias cuantitativas aunque presentes, demuestran también un mayor equilibrio entre hombres y mujeres en el interés por la información política.

Esto último sin duda refleja un incremento en la participación ciudadana en términos de informarse políticamente y que se espera que pueda seguir creciendo en las próximas décadas.

2.2.3 La Prensa y la Sociedad de Tlaxcala

La televisión como se aprecia, ha incrementado su nivel de consumo con respecto a la radio en los últimos 10 años y sin embargo, ambos medios reciben la calificación de "regulares" por parte del auditorio. Por otro lado, el sensible incremento en el consumo de información política a través de la T.V. (en comparación con el de la radio), habla también de una demanda social que desde luego afecta la construcción de la realidad mediática de Tlaxcala (como lo plantea la teoría de la Agenda Setting), en términos de una mayor penetración de la agenda nacional.

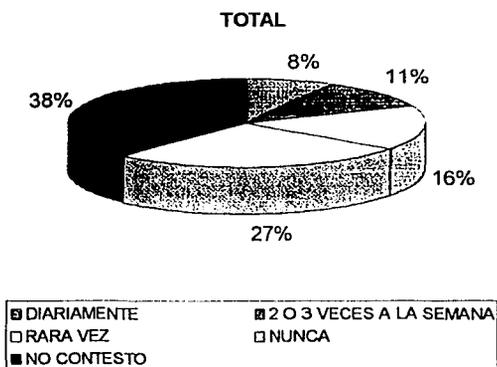
Lo anterior a su vez se deduce de los siguientes puntos:

- (a) La radio y la televisión presentan un mayor número de estaciones reportadas por el público en relación con 1992.

(b) La radio muestra una contracción en su auditorio, no obstante, el que permanece cautivo presenta una tendencia a preferir las radiodifusoras estatales, caracterizadas por contenidos musicales populares e información local.

(c) La televisión por su parte ha incrementado su auditorio, el cual presenta preferencia por las empresas nacionales de televisión abierta, las frecuencias por cable y el Sistema Estatal de Televisión. En lo relativo a este medio, se ha incrementado también la atención hacia los programas de contenido político, lo que habla de un lento pero progresivamente mayor interés de la población por enterarse de estas cuestiones, aunque es evidente que la mayor oferta de programas de este tipo provienen de la televisión nacional.

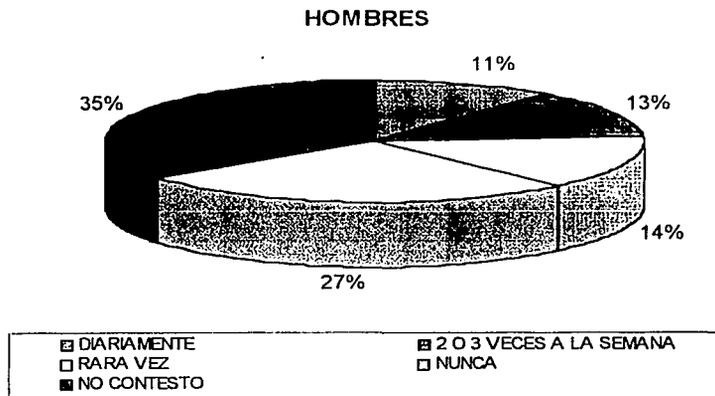
(d) La televisión progresivamente y dadas estas características, ha ido recuperando su estatus como medio privilegiado. Su impacto en la construcción de la agenda pública estatal es mucho mayor al de 1992.



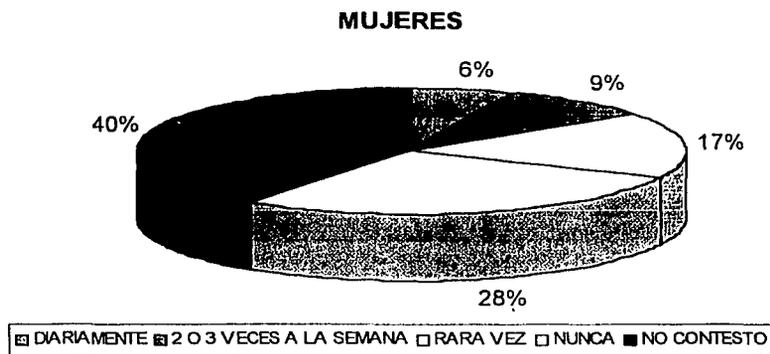
Resta definir en este contexto la participación de la prensa y su importancia para nutrir la demanda de información local. Hacia este medio en lo general, el 72% de los encuestado señalaron no contar con suscripción a ningún periódico (12%

menos que hace 10 años) y el 8% contestó recibirlo diariamente (2% menos que hace 10 años). Encabezando la lista, el 27% respondió que "nunca" recibe el periódico (2% mas que hace 10 años) y un 16% (13% menos que en 1992) dijo recibirlo "rara vez". El 38% de los encuestados no respondió a la pregunta.

La tendencia de 1992 que privilegiaba "rara vez" sobre nunca, se invirtió para este 2002 hacia "nunca" sobre "rara vez". En otras palabras, el consumo del periódico tendió a disminuir y en términos de género, los hombres señalaron recibir este medio "siempre" en un 11% contra un 6% de las mujeres. En el total de las cifras, el hombre supera a la mujer en consumo de diario.



Por otro lado, en 1992 la tendencia vigente en los hombres consistía en recibir el periódico de "rara vez" a "dos o tres veces" por semana y la mujer de "rara vez" a "nunca". Para este año, en cambio y como ha sucedido en el resto del estudio, la mujer y el hombre homologaron tendencias, en este caso de "nunca" a "rara vez".

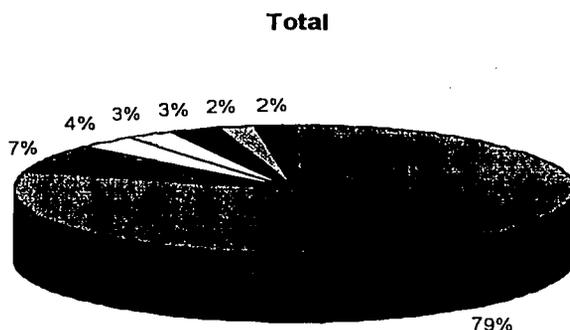


El periódico tendió a disminuir su presencia entre la sociedad, ahondando con ello la situación de por sí depauperada con la que contaba hace una década.

2.2.3.1 Calificación de los Contenidos

(a) *¿Cuál es el nombre del periódico que lee?*

No obstante el surgimiento de un nuevo diario de circulación local (Síntesis), el periódico "El Sol de Tlaxcala" se consolidó como la fuente informativa impresa mas leída por los tlaxcaltecas, incrementando su porcentaje dentro del estudio, del 34% al 79% de lectores (un 45 por ciento mas) en una década; lo que representa un incremento de 4.5% anual.

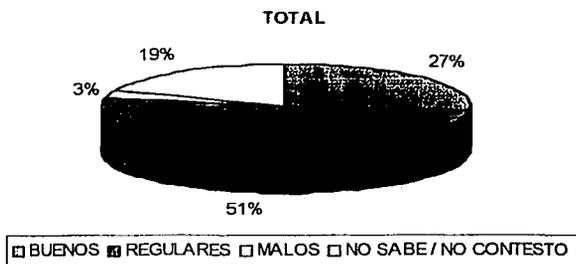


■ Sol de Tlaxcala ■ Síntesis □ Universal □ Excelsior ■ La Prensa □ Novedades ■ Reforma

De manera singular al resto de las tendencias reflejadas en los medios de comunicación evaluados para el presente año, el número de diarios que aparecieron en las respuestas se redujo de doce a siete, marcándose después de "El Sol" al periódico estatal "Síntesis" (7%) y a los nacionales "El Universal", "Excelsior", "La Prensa", "Novedades" y "Reforma", cada uno, respectivamente, con un porcentaje que va del 4 al 2 por ciento de lectores.

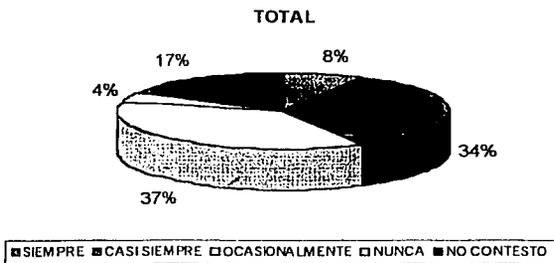
A partir de lo anterior, el impacto de la prensa escrita en la sociedad tlaxcalteca se reduce prácticamente a una sola empresa: El Sol de Tlaxcala. Al respecto de ello y ante la pregunta adicional, "¿De los periódicos de Tlaxcala, usted está...?", la respuesta que señala un 63% de personas "satisfechas" y un 11% de insatisfacción, resulta consecuente suponer que las noticias que se presentan principalmente a través de este diario, nutren en buena medida las necesidades de información local del auditorio. Sin embargo, es necesario analizar lo relativo a las dos siguientes preguntas para precisar aún más esta última cuestión.

(b) ¿En general los periódicos son...?



que los diarios en general eran "malos". Con ello la prensa resulta el medio mejor calificado por la sociedad involucrada en el estudio y al mismo tiempo el menos atendido por la sociedad y el que mas ha deteriorado su consumo en la última década.

(c) ¿Se dice la verdad en los periódicos?



La mayoría de los encuestados (51%) calificó de "regulares" los periódicos en general y un 27% respondió que eran "buenos". Sobresale nuevamente que tan solo un 3 por ciento de los entrevistados haya respondido

No obstante lo anterior, la credibilidad hacia la prensa en la entidad está lejos de haberse consolidado. En 1992 el 37% de encuestados dijo que "casi siempre" la prensa dice la verdad y un 31% señaló que lo hacía

"ocasionalmente". Para este año, el "casi siempre" se redujo en un 3 por ciento y cayó al segundo lugar de las respuestas, donde sobresalió el "ocasionalmente", el cual se incrementó en un 6 por ciento. Sin embargo, el porcentaje de entrevistados que respondió que "nunca" los periódicos decían la verdad disminuyó del 9 al 4 por ciento en estos 10 años, incrementándose en su lugar el rubro de quienes se limitaron a no contestar (del 14 al 17%).

Como se aprecia, la prensa no se vio tampoco favorecida en estos últimos 10 años; el consumo de medios impresos se contrajo, el número de diarios referido por los encuestados se redujo y no obstante haya surgido un nuevo periódico estatal, la tradición por la lectura de "El Sol de Tlaxcala" se incrementó significativamente. Resta entonces hacer una evaluación final del impacto de los medios de comunicación en el estado de Tlaxcala, a la entrada del nuevo milenio.

2.3 El Impacto de los Medios de Comunicación en la Sociedad de Tlaxcala (2002)

El análisis del consumo social de medios de comunicación en el estado de Tlaxcala después de una década, arroja como uno de sus primeros resultados la diversificación de canales y frecuencias de radio y televisión. El sentido inicial del estudio obliga a la pregunta: ¿Cuál de los canales disponibles resulta más importante? ¿Cuál es el impacto de los medios de comunicación existentes hacia la sociedad de Tlaxcala? Las características generales del marco teórico elegido nos señala la relevancia de dicha cuestión:

(a) En primer lugar, la teoría de "usos y gratificaciones" establece que el consumo de "mass media" se encuentra en función de un conjunto de necesidades sociales y sus expectativas de gratificación, por lo cual, la forma en que la sociedad "utiliza" los medios de comunicación nos brinda teóricamente la posibilidad de inferir las necesidades que dan pie a dicho consumo.

(b) Este consumo de medios coloca a la sociedad frente a una serie de contenidos que establecen la visión de la realidad de los sujetos. De acuerdo con la teoría de "agenda setting", la información es tanta que sólo podemos acordarnos de lo que los medios nos recuerdan todos los días.

(c) A partir de los dos incisos anteriores, el impacto de los medios de comunicación depende de su capacidad de penetración en la sociedad, la que les brinda por añadidura una importancia específica y diferenciada (en relación a medios y contenidos) para construir la realidad mediática de la sociedad. En otras palabras, esta visión de la "realidad" depende de los medios de comunicación y de los contenidos a los que la sociedad tiene acceso y que consume de manera preferencial.

Asimismo, en relación a la cobertura noticiosa, establecimos en principio tres aspectos importantes:

- * Los temas que ocupan la atención de los medios terminan siendo aquellos que ocupan nuestra atención; la inserción de asuntos o tópicos particulares en la cobertura noticiosa afecta las percepciones públicas en cuanto a la importancia relativa de dichos asuntos.
- * La idea central de la "agenda setting" es que las prioridades y preocupaciones políticas del público, así como sus creencias acerca de los temas y eventos significativos, están determinados por la cantidad de cobertura noticiosa asignada a los distintos sucesos. Los medios estructuran una agenda pública que además de ser filtro de la realidad, actúa de manera decisiva en la formación y evolución de la llamada "opinión pública" (sentido de la realidad).
- * La estructuración de la agenda pública en Tlaxcala depende de la exposición diferenciada de los tlaxcaltecos a las empresas nacionales y

locales de prensa, radio y televisión. Por consiguiente, la cobertura informativa derivada de estas empresas poseen diversos niveles de impacto en materia de agenda pública, en función del tipo de medio en que se transmite.

En este sentido analizamos los resultados que arroja la investigación relativa al año 2002 en términos de la penetración diferenciada que parecen presentar los distintos medios de comunicación en la entidad.

2.3.1 La Televisión

La televisión se mantiene después de una década como el medio con mayor auditorio y demanda por parte del público. En este sentido es sobresaliente el surgimiento del Sistema Estatal de Noticias (Sucesos), como la única oferta de información local y programación propia (v.g., Foro Público) que existen en la entidad a través de la televisión. Tales factores han sido sin lugar a duda esenciales para que el sistema de T.V. en la entidad sobresalga como una de las ocho primeras opciones en la preferencia del auditorio, de acuerdo con la información del estudio durante el año 2002.

De esta forma es que para el presente año el número de personas con televisión se incrementó un 12% (1.2% anual en promedio) respecto al acopio de información realizado hace ya una década y un 68% al menos cuenta con un aparato de T.V. Ello hace de la televisión el "mass media" con mayor crecimiento en demanda a nivel estatal.

Consecuentemente con dicha demanda, las frecuencias televisivas presentes en la mente de los encuestados crecieron significativamente a lo reportado hace 10 años. El principal contacto de los tlaxcaltecas, sin embargo, parecer provenir de las empresas nacionales de televisión, esto es, Televisa y Televisión Azteca principalmente y en menor medida a través de la televisión por cable y el Sistema

Estatad. Por lo anterior, la realidad mediática a la que tiene acceso el público en promedio, se construye principalmente a través de películas y series extranjeras de entretenimiento y programas de animación, así como de una visión de la sociedad urbana del centro del país (telenovelas).

En términos informativos los noticiarios nacionales y el informativo de Televisa Puebla, se convierten en las fuentes principales de noticias, siendo el noticiario "Sucesos" y el programa "Foro Público" (ambos transmitidos por el sistema estatal), los únicos referentes provistos por este medio de comunicación para la construcción de una agenda y una opinión pública estatal. La importancia de ambos deriva en que por primera vez se aprovechan en forma los potenciales de la televisión para la construcción de la realidad mediática estatal.

Si bien de la consolidación de esta tendencia depende que la televisión en Tlaxcala cuente con la capacidad que posee en otros lugares para la formación de la agenda pública, es necesario destacar los siguientes puntos:

- × La televisión estatal depende del gobierno del estado y con ello, el sistema estatal de noticias (Sucesos) que posee penetración además de la televisión en la radio a través de XETT Radio Tlaxcala.
- × A través de lo anterior y del hecho de que los boletines oficiales son retomados por la radio, es que la agenda pública de la entidad depende casi directamente de la correlación de fuerzas a nivel político-social, lo que conlleva una relativa homogeneidad de contenidos noticiosos y perfiles informativos.
- × El impacto de la televisión en la agenda pública deriva en buena medida del interés oficial y de la específica relación que se tenga hacia el resto de fuerzas políticas y sociales. En este sentido pueden existir gobiernos y de facto lo hay que fomenten la pluralidad informativa o noticiosa, pero también es menester

señalar que esta situación deja a la televisión local y al impacto que pueda generar en la agenda pública, como un recurso casi exclusivo de las administraciones oficiales.

- × Por consiguiente el desarrollo de este medio depende de dos factores: (a) una producción abierta a contenidos diversos, lo que en términos informativos se entiende como pluralidad noticiosa y opinión especializada²⁷; y (b) al igual que en el resto de México, se necesita de inversión local para erigir un sistema autónomo de televisión, competitivo y moderno, a la altura de la demanda que posee.

Por ahora, es consecuente pensar que el consumo de televisión seguirá incrementándose con el paso del tiempo y que la importancia de este medio continuará en asenso. Aunque por ahora no sea tan relevante en términos informativos al interior del estado, la demanda por este medio deberá ir transformando dicha situación como lo ha hecho hasta el momento; cabe recordar que mientras hace 10 años el 42% de los tlaxcaltecas señaló que nunca veía programas políticos por televisión, para este año el 44% contestó que atendía este tipo de contenidos "ocasionalmente", lo que sin duda refleja el incremento paulatino de un tipo de demanda que seguramente continuará impactando el desarrollo de la televisión en los próximos años.

No obstante lo anterior, las cifras también revelan que las expectativas de gratificación del auditorio por consumo de televisión (principalmente local), superan todavía la calidad de lo que se produce. Así pues, para el año 2002 el 57% de los encuestados dijo sentirse satisfecho por lo que ve en televisión y sin embargo un 61% calificó de "regular" a la programación transmitida por este medio.

²⁷ El incremento de la participación social y ciudadana hace cada día más difícil y contraproducente el manejo arbitrario de la información, como se hacía en el pasado

2.3.2 La Radio

En términos cuantitativos, el 97% de los tlaxcaltecas encuestados poseen aparato de radio y un 70% posee más de 3 aparatos radiofónicos, sin embargo, el consumo diario en promedio de este "mass media" se redujo un 29% en 10 años, del 63 al 34%. Lo anterior destaca frente al incremento de frecuencias presentes en la mente del auditorio, el cual creció considerablemente en una década.

En 1992, tres estaciones locales (respectivamente, Radio Tlaxcala, Radio Huamantla y FM Centro de Apizaco), representaban por sí solas el 53% de público encuestado, mientras que para el año 2002, las cuatro principales estaciones de radio que desprende el estudio (respectivamente, FM Centro, Estéreo Max, Radio Huamantla y Radio Tlaxcala), reúnen apenas al 29% de los entrevistados, lo que denota un crecimiento de las opciones radiofónicas que consume el auditorio.

A partir de lo anterior, los tlaxcaltecas escuchan más estaciones de radio pero consumen mucho menos de este medio después de 10 años. Por otro lado, el consumo de estaciones que se reporta, señala que continúa la preferencia por las frecuencias locales, no obstante, si se toma en cuenta que la "radio" se utiliza casi en un 50 por ciento para escuchar programación musical y que los géneros musicales preferidos (cumbia, pop en español y ranchera) se comparten con las radiodifusoras nacionales, un factor que puede determinar la preferencia mayoritaria por las estaciones locales sin duda es la presencia de programas noticiosos con información local.

Una consecuencia directa de lo anterior es que la radio ha perdido capacidad de penetración como medio de comunicación, aunque continúa siendo la principal fuente por la cual los tlaxcaltecas se enteran de las noticias de la región y la entidad. Por consiguiente, el impacto de la radio para la construcción de la realidad mediática y de la opinión pública local, sigue siendo el más elevado.

Las razones principales por la que la radio puede haber perdido auditorio en los últimos años parecen ser: (a) el incremento de la cultura audiovisual en la sociedad, la cual desplaza la radio a una mera "caja de música" y aún esta cuenta con la competencia de la música grabada en detrimento de su programación; y (b) la calidad que el público atribuye a las producciones radiofónicas, donde si bien la sociedad encuestada reporta estar "satisfecha" por lo que escucha en radio, esta calificación no puede ser del todo favorable, dado que un 66% considera regulares los contenidos de este medio, 20% mas que hace 10 años cuando el 44% de la sociedad consideraba "buena" la programación radiofónica.

En términos informativos, la credibilidad hacia los noticiarios radiofónicos también sufrió a lo largo de la última década, cayendo de un 44% y un 16% de encuestados que en 1992, respectivamente afirmaban que la radio "casi siempre" y "siempre" decía la verdad a un 32 y un 9 por ciento que respondieron en el mismo sentido. Esto es, una contracción de un 12 y un 7% en la credibilidad radiofónica respectivamente. Para la sociedad de Tlaxcala, es un hecho indiscutible que la radio "ocasionalmente" dice la verdad (47% de entrevistados), con lo cual adquieren presencia en la mente del auditorio los intereses políticos y como empresa que posee la radio para construir su contenido noticioso.

La baja en la credibilidad aunada a una calidad regular de las producciones explican la caída del consumo de radio en la entidad y desde luego, la búsqueda de mejores ofertas por parte del público quien principalmente consume contenidos musicales. La radio, sin embargo, en términos de agenda pública, continúa siendo el medio de mayor impacto directo entre la sociedad, no obstante y de acuerdo con mi experiencia, su contenido esté muy ligado al quehacer de la prensa, cuyos encabezados y noticias son retomados por las radiodifusoras. La radio retoma la prensa filtrando a su vez la realidad que ésta construye.

Como hemos visto, la radio y la prensa, no dependía en 1992 tanto de una "demanda" de noticias por parte del auditorio, como de la capacidad de las empresas para cotizar su publicidad principalmente hacia el sector público. Por consiguiente, la cobertura informativa estaba determinada por los intereses del sector público y su coincidencia con el sector privado (concesionarios) en términos de capitalización. El público, como se ha visto, percibe este hecho y parece reflejarlo en las encuestas a través de una resta en la credibilidad de la información.

Finalmente, los horarios con mayor número de radioescuchas son durante la mañana, lo que privilegia los informativos de esta hora y cede la tarde, consecuentemente para el consumo televisivo. Esta situación no ha cambiado en 10 años, lo que demuestra una consistencia en los hábitos de los radioescuchas o bien, en los momentos en que la sociedad puede escuchar la radio. Lo destacado a este nivel es el comportamiento de la mujer quien a lo largo de una década ha comenzado a homologarse en cuanto a su consumo de medios con el hombre y que siguiendo la hipótesis del "rol social" de la mujer, a partir de mi experiencia y contacto personal con las comunidades, se puede afirmar que se ha ido transformando lenta pero progresivamente.

Los hombres siguen atendiendo la radio y principalmente los programas informativos y políticos en mayor medida que la mujer, la cual sin embargo, ha comenzado a revertir la tendencia de hace una década en la cual su interés por estos contenidos decrecía sensiblemente con la edad.

2.3.3 La Prensa

El consumo diario de la prensa en el estado no solamente se redujo en una tasa promedio del 0.2% anual sino que además, no obstante haya surgido una nueva empresa periodística a nivel local ("Síntesis"), el consumo de periódico siguió

concentrándose en "El Sol de Tlaxcala", el cual incrementó su consumo promedio del 34 al 79% en 10 años (alrededor de 4.5% anual). Con ello el impacto de la prensa en la construcción de la realidad mediática de Tlaxcala depende hoy mas que nunca de los intereses (políticos y como empresa) que posea un solo periódico.

Asimismo y como resultado de la reducción del consumo de este medio y la casi omnipresencia de El Sol de Tlaxcala, los encuestados reportaron tener contacto con muchos menos diarios que hace 10 años. De un total de 12 aparecidos en la encuesta de 1992 para el año 2002 los tlaxcaltecas entrevistados solo señalaron siete, entre ellos 5 nacionales con un porcentaje mínimo que va del 4 al 2 por ciento de lectores.

Nuevamente, en términos de la calificación que se hace del medio, la respuesta señaló a un 63% de tlaxcaltecas satisfechos, pero también a un 51% que consideraba regulares los contenidos de la prensa. De forma similar a lo visto para los otros "mass media", tal cruce de respuestas pudiera entenderse como una satisfacción a la demanda de información local pero sobre un contenido regular que sin embargo, puede pensarse a mejorado ligeramente en comparación de hace 10 años; solamente el 3 por ciento de los encuestados respondió que la prensa era "mala" y al mismo tiempo, disminuyó del 9 al 4 por ciento en 10 años el número de personas que consideró que la prensa "nunca" dice la verdad. Ello por si solo hace que el trabajo en este medio sea el que mejor calificación obtiene de todos.

Sin embargo, la lectura de la prensa ha decaído sensiblemente, pero su lugar en la agenda pública continúa siendo importante gracias a dos vertientes principales:

- No obstante su bajo número de lectores, el contenido de la prensa impacta respectivamente a través de los informativos en radio y por medio de quienes la leen y transmiten su contenido por contacto directo. Ambos factores

permiten hablar de un impacto "indirecto" de la prensa en la construcción de la agenda pública local, ante lo cual y a través de esta transmisión de su contenido por terceras personas, puede hablarse de un criterio en buena medida superficial, disperso y carente de profundidad por parte de quienes de esta manera entran en contacto con el medio.

- Como parte de lo anterior, el "rumor" se establece como un elemento de especial importancia dentro del proceso social de transmisión informativa. Tanto la prensa local como esta difusión a partir de "terceros", incrementan significativamente el impacto del rumor como estrategia política y elemento de "ruido". El deficiente nivel de especialización de los periodistas, al mismo tiempo, hace que este factor adquiera características peculiares frente a lo que puede suceder en el resto del país.
- La prensa continúa siendo la principal fuente de opinión en la entidad, dado lo restringido de este ámbito en la radio y la televisión. La opinión sobre temas económicos, sociales y políticos de la entidad, si bien realizada por una prensa carente de especialización (reporteros habilitados como editorialistas en la mayor parte de los casos), representa la única fuente real que poseen los tlaxcaltecas para dar sentido a la realidad informativa local.

Conclusiones

Como ya se ha dicho, mi paulatina incursión profesional en el estado de Tlaxcala, específicamente como profesionista de la comunicación y al interior del sector público local, fueron generando con el tiempo la necesidad de emprender un estudio que definiera la relación entre los medios masivos y la sociedad tlaxcalteca. Las razones de semejante pretensión provienen como en muchos casos del contacto personal; por un lado, de palpar "de primera mano" las insuficiencias estructurales y el progresivo desarrollo de las empresas comunicativas estatales (principalmente dentro del ámbito informativo); y por otra parte, ser testigo de los cambios sociales y las transformaciones institucionales que a lo largo de 20 años han llevado al México (y desde luego, a la Tlaxcala) que conocemos actualmente.

Como parte de esas transformaciones sociales, se encuentra una demanda de contenidos informativos, políticos, de información general y entretenimiento. Por lo anterior, dada la conjunción de ambos factores, fue surgiendo la necesidad de profundizar en esta transformación en términos de un conocimiento preliminar al menos sobre el consumo de medios en Tlaxcala. En otras palabras, el tiempo fue configurando una necesidad: definir la relación entre los medios de comunicación y la sociedad tlaxcalteca dentro de un espacio de tiempo que iba marcando importantes cambios en la vida del estado y del país. De esta forma y tras 10 años de iniciar por primera vez con esta inquietud, las preguntas fueron adquiriendo definición: ¿Cuál era el estado que guardaba la prensa y cómo se ha transformado con el tiempo? ¿Cuál era la demanda informativa y cuáles han sido sus cambios? Pero más importante todavía: ¿cuál era la percepción de los tlaxcaltecas sobre los contenidos informativos en los medios de comunicación y cuáles son actualmente las necesidades de los ciudadanos de Tlaxcala?

Los presentes resultados fueron finalmente agrupados en dos capítulos que permitieran ahondar en especificidades de los 2 lapsos de tiempo (1992 y 2002) y de esta forma ir avanzando en la definición de las condiciones específicas de cada medio (prensa, radio y televisión) en los dos periodos de tiempo arriba señalados. Como primera impresión que dirigió la investigación en su inicio, teníamos la hipótesis de que en virtud de la evidente demanda de información local que toda sociedad presenta, la televisión debería perder internamente su estatus de medio prioritario para la estructuración de la realidad doméstica y en su lugar la radio poseería el mayor potencial para generar efectos al corto plazo, efecto que ligado a un proceso democratizador a lo largo de 10 años, generaría una demanda progresiva de mas y mejor información sobre la política, la economía y la situación social del estado.

Todo lo anterior, a su vez, sirvió además de base potencial para explicar una parte importante del perfil profundamente tradicionalista de la sociedad tlaxcalteca. Frente a un consumo televisivo que privilegia contenidos extranjeros e información nacional, se presenta una sociedad que exige más información local, demanda que se nutre por la prensa y la radio del estado principalmente.

Bajo tales expectativas, el estudio mostró datos por demás interesantes. Hacia 1992 (ver *Capítulo 1*) la realidad mediática local de los tlaxcaltecos, dependía directamente, como se esperaba, de la mediación de tres emisoras de radio y un diario de circulación estatal cuyos contenidos estaban altamente estandarizados, siendo prácticamente una repetición de los boletines oficiales provistos por las instituciones del gobierno. El criterio industrial moderno de empresa (periodística), determinado por la calidad y el éxito en la competencia privada por captar la atención de una sociedad demandante de información local, era prácticamente inexistente.

Sin una competencia real derivada de la diversificación de frecuencias de radio y empresas periodísticas locales, el público cautivo de tlaxcaltecos demandantes de entretenimiento y contenidos de información local estaba sujeto, respectivamente,

a la mediocridad en la producción radiofónica de entretenimiento, y a una prensa vinculada política y económicamente a la clase política. En este sentido, la agenda pública dependía no tanto del quehacer de investigación periodística como de los intereses políticos y económicos de los gobiernos.

Asimismo, la capacitación de los periodistas locales sufrió también por la falta de competencia y compromiso con el auditorio. El compromiso se establecía a otros niveles (económicos y de privilegios) y eran éstos quienes a través de su relación con los medios fijaban los temas más relevantes del contenido de la agenda mediática. La televisión, pese a ser el medio de mayor impacto, no resultaba significativo para la agenda ni para la formación de opinión pública en Tlaxcala, como no fuera en el caso en que una noticia local fuese retomada por la televisión regional (Puebla) o la nacional (del Distrito Federal).

Esta situación virtualmente no ha cambiado de manera decisiva en lo cualitativo. Al contrario, la práctica en la transmisión de boletines ha sido complementada y en el mejor de los casos sustituida con la información que produce la prensa local (donde también está la presencia de estos boletines) y un trabajo de cobertura de baja calidad de producción, locución e investigación. Los defectos en el periodismo continúan vigentes, pero la sociedad atiende estos contenidos en virtud de que son pocos los espacios que dan testimonio y hacen opinión del acontecer local.

Para el año 2002 (ver *Capítulo 2*), los medios de mayor impacto para fijar la agenda y la opinión pública local continúan siendo la radio y la prensa escrita. La primera posee el mayor auditorio, la mas alta penetración directa en virtud de su número de radioescuchas (si bien depauperado en los últimos años, mucho mayor que el número de lectores de periódico²⁸), sin embargo, la prensa se mantiene

²⁸ Si atendemos a la cifra total de población en Tlaxcala de acuerdo con el Censo Nacional de Población y Vivienda para 1992 de 761 mil 277 habitantes, alrededor de 631 mil tendrían contacto diario con la televisión contra 479 mil personas que atendían diariamente el radio y apenas 76 mil lectores de la prensa. Para el año 2002, aplicando nuestros mismos porcentajes, de un total de 942 mil 646 habitantes, alrededor de 900 mil

como el medio de mayor impacto para la formación de agenda y opinión pública de forma indirecta por los siguientes factores:

- Las noticias de la prensa (que en el estado es sinónimo de "El Sol de Tlaxcala"), se retoman en el contenido de los noticiarios dada la falta de sistemas informativos con el equipo necesario para cubrir la demanda de información.
- La opinión que se vierte en los periódicos a través de columnas y editoriales, si bien realizada por reporteros "habilitados" de especialistas en política y economía, no cuenta con suficientes equivalentes en radio. La radio, en otras palabras, no forma opinión en la magnitud necesaria como ocurre en otros estados de la República.

La penetración informativa de la televisión, por su parte, se da generalmente en términos de agenda pública nacional, no obstante, en términos de auditorio, sea el medio de mayor impacto en la entidad. Ello se demuestra a simple vista. Cuando una noticia local es retomada por los informativos nacionales, se producen efectos inmediatos en la agenda pública estatal. Como ejemplo podría citar el caso de la seguridad pública en la entidad a lo largo de este 2002. No obstante Tlaxcala sea en términos reales el estado más seguro del país con apenas una decena de secuestros, de los cuales alrededor del 80% han sido resueltos satisfactoriamente, bastó que una Cámara Industrial posicionara el tópico dentro de la agenda nacional (mencionando el nombre de la Tlaxcala) para que el tema alcanzara tintes de alarma, publicándose en primera plana de los diarios estatales y obteniendo sendos editoriales por parte de la opinión pública local. En cuestión de horas los secuestros se convirtieron en el tópico principal de la agenda y la opinión pública tlaxcalteca.

tendrían contacto diario con la televisión contra 320 mil que tendría contacto diario con la radio y apenas unos 75 mil que tendrían contacto con el periódico, esta última cifra, relativamente coherente con los 1000 suscriptores que reporta tener el diario "El Sol de Tlaxcala", de los cuales, sin embargo, una buena parte se distribuyen entre la clase política y económica del Estado.

Tal es el impacto de la televisión y sin embargo, este medio no nutre significativamente la demanda de noticias locales. No es sino hasta fechas recientes cuando este medio comienza a participar en la formación de la agenda y la opinión pública a través del Sistema Estatal de Noticias, el cual, como vimos, presenta una demanda significativa por parte del público pero al mismo tiempo posee una grave falta de recursos de producción, capacidades técnicas y es además, dado su carácter de empresa estatal, sumamente susceptible de variar su "línea" editorial y programación de acuerdo con el interés que hacia la prensa, la cultura y el entretenimiento tenga el gobierno del estado.

A partir de lo anterior y de mi experiencia personal a lo largo de una década en la entidad, el potencial a futuro los medios de comunicación en Tlaxcala podría presentar las siguientes directrices:

(a) La Radio

El es medio con mayores potenciales de desarrollo en la entidad. Las empresas locales poseen los mayores niveles de rating, pero requieren de un mejor nivel de producción y programación. La inversión en capital humano es la principal alternativa. Una mayor capitalización de los actuales empresarios, como respuesta al incremento de la competencia puede dar lugar en el mediano y largo plazo al surgimiento de uno o mas sistemas informativos de alto nivel de cobertura. Este medio puede llegar a consolidarse como el de mayor nivel de influencia en el estado.

(b) La Televisión

Como medio, la televisión seguirá encabezando la lista de mayor impacto en virtud de su nivel de consumo promedio por parte del auditorio de medios de comunicación. Sin embargo, el único desarrollo de la televisión local depende de la iniciativa que tengan las empresas nacionales y lo que haga el Sistema Estatal de Televisión (dependiente del gobierno del estado), el cual muy probablemente seguirá sujeto a bajos presupuestos y a los "ires y venires" de la administración

pública. La caída de su credibilidad como medio informativo y la progresiva descapitalización reflejada en la producción de programas son los principales riesgos a futuro. Ante ello, la única expectativa es la mayor inyección de recursos, lo cual se aprecia difícil por los prioridades presupuestales de la entidad.

(c) La Prensa

Dado el fracaso de la única empresa periodística local que quiso competir el predominio de El Sol de Tlaxcala, se ve remoto que este virtual monopolio se rompa a largo plazo. En el mejor escenario, la competencia quedará determinada por ambos diarios lo que no favorece las expectativas de crecimiento del medio, el cual, aunado al bajo nivel de lectores, seguirá dependiendo de su relación con los grupos económicos y políticos para su supervivencia económica derivada de la publicidad. En este sentido, su influencia en la determinación de la agenda pública seguirá siendo indirecta (a través de la comunicación interpersonal, como canal de comunicación de la clase política y económica, y a través de lo que se retome de ella en los otros medios).

Finalmente, en términos de la sociedad que recibe el contenido de estos medios de comunicación, hemos apreciado a través de las características del consumo por género la presencia de un rol social marcadamente tradicionalista en Tlaxcala. La mujer incrementa con la edad su consumo de entretenimiento (principalmente televisivo) y en comparación con el hombre, resulta sensiblemente menos expuesta al contenido de los informativos y los programas políticos. Ello lo hemos interpretado, a partir de nuestra propia experiencia de trabajo y contacto con los tlaxcaltecas como el predominio de un rol doméstico en el cual las mujeres se van involucrando con la edad. En virtud de los ligeros cambios que se apreciaron en esta tendencia, así como de las políticas destinadas a promover la equidad de género, podríamos esperar que a largo plazo (25 a 50 años) la mujer pueda ver transformada su situación actual frente al hombre y que ello se refleje en un cambio sustantivo de su consumo de medios.

Tal y como se retoma del enfoque de "usos y gratificaciones", buena parte del consumo de medios masivos puede ser considerada como una respuesta a las necesidades de la audiencia, ya que, dadas las disposiciones psicológicas y los papeles sociales, el espectador, oyente, televidente o lector individual, experimenta o confía experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades, mediante sus conductas en el uso de los medios. En nuestro caso por ejemplo, estas necesidades se reflejan en las mujeres a través de un consumo privilegiado del canal 2 de Televisa, antes que a estar en contacto con las noticias o la lectura de prensa.

Ello parece acomodarse a las palabras de Katz/Gurevitch/Hass quienes afirman: "la gente acomoda los medios a sus necesidades". Al respecto los datos de nuestro estudio son una muestra de que la incorporación paulatina de la mujer a la actividad económica (industrial o tradicional) no implica necesariamente un cambio cultural de su rol social. Las mujeres pueden participar en las actividades productivas en apoyo a la economía doméstica (por necesidad económica), no porque se manifieste en ellas la presencia de una mentalidad renovada de superación profesional y como individuo, sino porque la mujer tlaxcalteca aún tiene como prioridad el rol doméstico y la educación aparece mas bien como un complemento exigido por las necesidades de los nuevos tiempos.

En resumen y en términos de impacto, los medios de comunicación presentan las siguientes características generales:

- Dentro del perfil de los medios electrónicos, su oportunidad y agilidad en el acceso a la información, la radio posee un impacto superior al de la televisión en la construcción de la agenda informativa local.
- Los temas de la agenda local se determinan principalmente a través de la radio y la prensa, con un refuerzo muy importante a últimas fechas por parte de la televisión.

- A través de estos medios la agenda pública es determinada por el gobierno del estado, los grupos e instituciones políticas y sociales que se reparten los espacios de opinión de la prensa.
- Sin embargo, a partir de los temas que marca la agenda, la principal fuente de opinión pública (editorialización de la noticia y sentido de la información), se encuentra en la prensa. Los espacios de opinión en radio son escasos y limitados por el tiempo que poseen los informadores para comentar la noticia y en la televisión, sucede lo mismo, aparte de considerar que se trata de un sistema de noticias que depende del gobierno del Estado. Por consiguiente, el debate público más amplio sobre los temas de la agenda se sitúa en la prensa, de lo cual se infiere, pese a su paulatino deterioro, la importancia de que aún goza este medio al interior del estado.
- Sobre esto último cabe señalar que un solo periódico posee el impacto casi absoluto sobre la determinación de la agenda y el debate público en el estado y es "El Sol de Tlaxcala".
- La agenda pública nacional goza de una gran relevancia al interior de Tlaxcala, por lo que si un tópico local es retomado por ella se coloca muy probablemente en los primeros lugares de atención pública.

Los resultados de este estudio representan un diagnóstico preliminar del impacto que posee cada uno de los principales medios de comunicación masiva en la entidad y las características más básicas que guarda con ello el consumo de la programación local y los contenidos en radio, televisión y prensa. Asimismo, representa un bosquejo preliminar del grado de satisfacción que poseen los tlaxcaltecos por lo que reciben de los medios a partir de lo que creen buscar en ellos.

Todo lo anterior puede ahondarse en diferentes sentidos: estudios específicos sobre los temas de la agenda pública; sobre la "realidad mediática" específica que pueden presentar los tlaxcaltecas a partir de los contenidos "massmediáticos" con los que tienen contacto; estudios específicos de mercadeo, etcétera. Esta investigación pretende ser una base para ellos, de ser así, se habrán cumplido los objetivos que guiaron al presente estudio a lo largo de 10 años. La esperanza como siempre, será que así sea.

ANEXOS

RELACIÓN DE MEDIOS PUBLICADOS EN EL DISTRITO FEDERAL 1992

Medio	Fecha en que fue fundado
LA AFICIÓN	Diciembre 25, 1930
BOLETIN FINANCIERO	Enero 1, 1899
CINE MUNDIAL	Febrero 16, 1953
UN DIARIO DIFERENTE	
CUESTIÓN	Enero 21, 1980
DIARIO DE MÉXICO	Marzo 2, 1948
EL ECONOMISTA	
ESTO	Septiembre 2, 1941
EXCELSIOR	Marzo 18, 1917
ULTIMAS NOTICIAS	1ª Edición 1936
EXCELSIOR	2ª Edición 1939
EL FINANCIERO	Octubre 15, 1981
EL HERALDO DE MÉXICO	Noviembre 9, 1965
LA JORNADA	Septiembre 19, 1984
EL NACIONAL	Mayo 27, 1929
THE NEWS	1950
NOVEDADES	1936
OVACIONES	1947
DIARIO DE MÉXICO	
OVACIONES 2ª EDICIÓN	
LA PRENSA	Agosto 28, 1928
EL SOL DE MÉXICO	Octubre 25, 1965
EL SOL DE MÉXICO	Junio 7, 1965
EDICIÓN DE MEDIODÍA	
SUMMA	Septiembre 1, 1988
TRIBUNA	Noviembre 21, 1989
EL UNIVERSAL	1916
GRÁFICO EL UNIVERSAL	1922
UNOMÁSUNO	Noviembre 14, 1977
EL VALLE	Septiembre 17, 1990
AEROPUERTO	1988
AMIGOS	Mayo, 1987
BOLSA DE TRABAJO	Agosto, 1988
BUENAS NOTICIAS	Junio, 1989
LA EXTRA	Junio 16, 1963
GRANDES OFERTAS	
LIBERTAS	Abril, 1990
SEGUNDAMANO	Diciembre, 1986
DINAMICA SUREÑA	Abril, 1987
CENTRO COYOACÁN	
ANDREE	
DÍA SIETE	1987

**RELACIÓN DE MEDIOS PUBLICADOS EN EL
DISTRITO FEDERAL
2002**

1. Cine Mundial
2. Cuestión
3. Diario de México
4. El Día
5. El Economista
6. El Financiero
7. El Heraldo de México
8. El Sol de México
9. El Universal
10. Esto
11. Excélsior
12. La Crónica de Hoy
13. La Jornada
14. La Prensa
15. Le Monde Diplomatique
16. La Extra
17. México City Daily Bulletin
18. México Hoy
19. Mi Ambiente
20. Milenio Diario
21. Novedades
22. Ovaciones
23. Punto
24. Reforma
25. The News
26. Tribuna
27. El Uno más Uno.

**RELACIÓN DE MEDIOS PUBLICADOS EN EL
ESTADO DE TLAXCALA
1992**

EL SOL DE TLAXCALA	1942
SÍNTESIS	9 de Septiembre de 1992

**RELACIÓN DE MEDIOS
TLAXCALA
2002**

Medio	Fecha en que fue fundado
MILENIO /LA AFICIÓN	Diciembre 25, 1930
EI REFORMA	
EL ECONOMISTA	
ESTO	Septiembre 2, 1941
EXCELSIOR	Marzo 18, 1917
EL FINANCIERO	Octubre 15, 1981
EL HERALDO DE MÉXICO	Noviembre 9, 1965
LA JORNADA /JORNADA DE ORIENTE	Septiembre 19, 1984
EL UNIVERSAL	1916
LA PRENSA	Agosto 28, 1928
NOVEDADES	1936
OVACIONES	1947
DIARIO DE MÉXICO	
EL SOL DE MÉXICO	Octubre 25, 1965
EL SOL DE TLAXCALA	
SINTESIS	
UNO MÁS UNO	Noviembre 14, 1977

ANEXO 5 (CENSO NACIONAL DE POBLACIÓN)

Hombres			Mujeres		
Jovenes	Adultos	Mayores	Jovenes	Adultos	Mayores
6445	9944	5414	6263	9833	5061
9974	12517	6869	5260	13158	6752
23224	10676	5013	24447	11030	4912
17823	9566	154	17636	9940	252
4205	2565	57	4256	2624	99
0	0	1859	0	0	0

61671	45268	19366	57862	46585	17076	247828
25%	18%	8%	23%	19%	7%	100%
199	146	63	187	150	55	800

Jovenes	Adultos	Mayores	Jovenes	Adultos	Mayores
9323	16363	7105	9462	17901	7572
7100	19043	8478	7632	20430	9121
34424	14427	7334	37265	14972	7615
27447	12476	5873	30159	13073	6173
6562	2932	4012	7274	2932	4272
0	0	3203	0	0	3151
0	0	1991	0	0	2152
0	0	1296	0	0	1536
0	0	467	0	0	518
0	0	195	0	0	335
0	0	53	0	0	123

84856	65241	40007	91792	69308	42568	393772
21.55%	16.57%	10.16%	23.31%	17.60%	10.81%	100%
172	133	81	186	141	86	800

Jovenes	Adultos	Mayores	Jovenes	Adultos	Mayores
11107	24078	10057	11384	27783	10944
8821	28977	11097	9988	32318	11772
45652	23243	9496	5347	25458	10514
37296	17540	7743	42064	18894	8839
8521	4332	6038	9303	4590	6339
0	0	4700			4885
0	0	2544			2764
0	0	1531			1835
0	0	623			769
0	0	361			467
0	0	68			132

111397	98170	54258	78086	109043	59260	510214
22%	19%	11%	15%	21%	12%	100%
175	154	85	122	171	93	800

CUESTIONARIO

**ENTREVISTADOR
SUPERVISOR
DIRECCIÓN**

SEXO: MASCULINO
FEMENINO

LUGAR DE NACIMIENTO**ESTADO CIVIL**

SOLTERO	1
CASADO	2
DIVORCIADO O SEPARADO	3
VIUDO	4
UNION LIBRE	5

MEDIO SOCIOECONÓMICO

ALTO	1
MEDIO ALTO	2
MEDIO	3
MEDIO BAJO	4
POPULAR	5

ESTUDIOS REALIZADOS

SIN INSTRUCCIÓN	1
SABE LEER Y ESCRIBIR	2
PRIMARIA	3
SECUNDARIA	4
PREPARATORIA O VOCACIONAL	5
NORMAL	6
TÉCNICO O COMERCIALES	7
PROFESIONALES	8
POST-GRADO	9

OCUPACIÓN PRINCIPAL

**SI CONSIDERA LA SITUACIÓN DEL PAIS EN GENERAL, TIENE USTED LA
IMPRESIÓN DE QUE LAS COSAS:**

ESTAN MEJORANDO	1
ESTAN EMPEORANDO	2
SIGUEN IGUAL	3
NO CONTESTO	4

1.- USTED ESCUCHA RADIO?

- TODOS LOS DIAS
- VARIAS VECES POR SEMANA
- UNA VEZ POR SEMANA
- RARA VEZ
- NUNCA
- NO CONTESTO

2.- TIENE USTED APARATO DE RADIO?

- SI
- NO
- NO CONTESTO

3.- QUE ESTACION ESCUCHA CON MAS FRECUENCIA?

- X.E.T.T. (TLAXCALA)
- X.E.H.T. (HUAMANTLA)
- X.E.X. (D.F.)
- X.E.A. (D.F.)
- X.E.W. (D.F.)
- X.H.R. (PUEBLA)
- X.H.X. Z. FM CENTRO (APIZACO)
- OTRA
- NO CONTESTO

4.- A QUE HORA ESCUCHA USTED RADIO?

- 6 HRS.
- 7 HRS.
- 8 HRS.
- 9 HRS.
- 10 HRS.
- 11 HRS.
- 12 HRS.
- 13 HRS.
- 14 HRS.
- 15 HRS.
- 16 HRS.
- 17 HRS.
- 18 HRS.
- 19 HRS.
- 20 HRS.
- 21 HRS.
- 22 HRS.
- 23 HRS.
- 24 HRS.

5.- QUE ES LO ULTIMO QUE USTED RECUERDA HABER ESCUCHADO EN EL RADIO?

6.- QUE ES LO QUE MAS LE GUSTA OIR EN EL RADIO?

7.- ESCUCHA ESTACIONES DE OTROS PAISES EN ONDA CORTA?

- SI
- NO
- NO CONTESTO

8.- SE DICE LA VERDAD EN LOS NOTICIEROS RADIOFÓNICOS?

- CASI SIEMPRE
- SIEMPRE
- NUNCA
- OCASIONALMENTE
- NO CONTESTO

9.- USTED CONSIDERA LOS PROGRAMAS DE RADIO?

- BUENOS
- REGULARES
- MALOS
- NO SABE
- NO CONTESTO

10.- SI USTED ESCUCHA LOS PROGRAMAS DE RADIO SE SIENTE:

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- INSATISFECHO
- NO SE

11.- SI USTED TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE HACER UN PROGRAMA DE RADIO QUE HARIA USTED?

12.- ESCUCHA USTED LA HORA NACIONAL?

- CASI SIEMPRE
- SIEMPRE
- NUNCA
- OCASIONALMENTE
- NO CONTESTO

13.- ESCUCHA USTED PROGRAMAS POLÍTICOS EN RADIO?

- CASI SIEMPRE
- SIEMPRE
- NUNCA
- OCASIONALMENTE
- NO CONTESTO

14.- EL NOMBRE DEL PERIODICO QUE LEE?

15.- CUAL PERIODICO ES EL MEJOR PARA USTED?

16.- EL PERIODICO (S) EN GENERAL ES (SON)?

- BUENO
- REGULAR
- MALO
- NO SABE
- NO CONTESTO

17.- TIENE SUSCRIPCIÓN DE PERIODICO?

- SI
- NO
- NO CONTESTO

18.- *RECIBE EL PERIODICO*

- DIARIO
- 2 O 3 VECES A LA SEMANA
- RARA VEZ
- NUNCA
- NO CONTESTO

19.- SI USTED LEE LOS PERIODICOS QUE SE ESCRIBEN EN TLAXCALA
USTED SE SIENTE:

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- INSATISFECHO
- NO SE
- NO CONTESTO

20.- SE DICE LA VERDAD EN LOS PERIODICOS?

- CASI SIEMPRE
- SIEMPRE
- NUNCA
- OCASIONALMENTE
- NO CONTESTO

21.- USTED VE TV?

- SI
- NO
- NO CONTESTO

22.- TIENE USTED TELEVISIÓN?

- SI
- NO
- NO CONTESTO

23.- SI USTED OBSERVA LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN EN GENERAL
USTED DIRIA QUE SON:

- BUENOS
- REGULARES
- MALOS
- NO SABE
- NO CONTESTO

24.- USTED VE TELEVISIÓN?

- MAS QUE HACE UN AÑO
- MENOS QUE HACE UN AÑO
- IGUAL
- NO VE TELEVISIÓN
- NO CONTESTO

25.- QUE CANALES DE TELEVISIÓN VE USTED CON MAS FRECUENCIA?

- CANAL 2
- CANAL 3
- CANAL 4
- CANAL 5
- CANAL 6
- CANAL 7
- CANAL 8
- CANAL 9
- CANAL 10
- CANAL 11
- CANAL 12
- CANAL 13
- CANAL 22

26.- SI USTED OBSERVA LOS PROGRAMAS DE TELEVISIÓN QUE SE HACEN EN TLAXCALA USTED SE SIENTE:

- MUY SATISFECHO
- SATISFECHO
- INSATISFECHO
- NO SE
- NO CONTESTO

27.- SI USTED TUVIERA LA OPORTUNIDAD DE HACER UN PROGRAMA DE TELEVISIÓN QUE HARIA USTED?

28.- OBSERVA USTED PROGRAMAS POLÍTICOS EN T.V.?

- CASI SIEMPRE
- SIEMPRE
- NUNCA
- OCASIONALMENTE
- NO CONTESTO

MUNICIPIO:

FECHA:

ENCUESTADOR:

BIBLIOGRAFÍA

1. AGUILAR VILLANUEVA, LUIS F.. "LA IDEA DE LA CIENCIA SOCIAL", EDITORIAL PORRÚA, MÉXICO, 1988, TOMOS I Y II.
2. ALTHUSSER, LOUIS. IDEOLOGÍA Y APARATOS IDEOLÓGICOS DE ESTADO. NUEVA VISIÓN. BUENOS AIRES, 1970.
3. BARBIERI MASINI, ELEONORA., "LA PREVISIÓN HUMANA Y SOCIAL", FONDO DE CULTURA ECONÓMICA, MÉXICO, 1993, 127 PP.
4. BERLO, DAVID K., "EL PROCESO DE LA COMUNICACIÓN", EDITORIAL "EL ATENEO", BUENOS AIRES, 1976, 230 PP.
5. CERVANTES BARABA, CECILIA., "LA SOCIOLOGÍA DE LAS NOTICIAS Y EL ENFOQUE AGENDA SETTING".. REVISTA CONVERGENCIA, ENERO-ABRIL 2001, NÚM. 24, PP. 49-65.
6. CREMOUX, RAÚL. "LA LEGISLACIÓN MEXICANA EN RADIO Y TELEVISIÓN", EDITORIAL UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA, MÉXICO 1984.
7. DELARBRE, RAÚL T., "MEDIOCRACIA SIN MEDIACIONES, PRENSA, TELEVISIÓN Y ELECCIONES", EDICIONES CAL Y ARENA, MÉXICO 2001.
8. DESANTES GUANTER, JOSÉ MARÍA , "LA INFORMACIÓN COMO DERECHO". NACIONAL, MADRID, 1974, P 47.
9. RAÚL FUENTES NAVARRO, "LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN EN MÉXICO". SISTEMATIZACIÓN DOCUMENTAL 1986-1994. UNIVERSIDAD DE GUADALAJARA E ITESO, 1996, P. 230 PP.
10. MEDINA HERNÁNDEZ, ILEANA., "MODA, SENSACIONALISMO Y AGENDA SETTING", [HTTP://WWW.ULL.ES/PUBLICACIONES/LATINA/A1999EAG/ILEANA.HTM](http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999eag/ileana.htm)
11. MORAGAS, MIQUEL., "SOCIOLOGÍA DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS", EDITORIAL GUSTAVO GILI, BARCELONA, 1985, TOMOS I-IV.
12. REARDON, KATHILEEN K.. "LA PERSUASIÓN EN LA COMUNICACIÓN", EDITORIAL PAIDÓS, BARCELONA, 1981, 276 PP.
13. SAPERAS, ENRIC. LOS EFECTOS COGNITIVOS DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS, ARIEL, BARCELONA, 1987.
14. SCHRAMM, WILBUR., "LA CIENCIA DE LA COMUNICACIÓN HUMANA". EDITORIAL GRIJALBO, MÉXICO, 1980, 185 PP.
15. SORIA, CARLOS, EL LABERINTO INFORMÁTICO: UNA SALIDA ÉTICA, UNIVERSIDAD DE NAVARRA, NAVARRA, 1997
16. WOLF, MAURO., "LA INVESTIGACIÓN EN LA COMUNICACIÓN DE MASAS", EDITORIAL PAIDÓS, MÉXICO, 1985, 292 PP.