

U A M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA



Casa abierta al tiempo

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA METROPOLITANA IZTAPALAPA

✓ Ciencias Sociales y Humanidades

✓ Lic. Psicología Social

SEMINARIO DE INVESTIGACION II

"LOS LOCUTORES DE LA RADIO COMO
AGENTES DE INFLUENCIA SOCIAL"

JOEL HERNANDEZ MUÑOZ

ANGELICA PATRICIA QUIROZ BALLESTEROS

11401

MEXICO, D. F.

DICIEMBRE 1990

U. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

INTRODUCCION

[Los medios masivos de comunicación forman hoy parte de nuestra vida cotidiana, a través de ellos, estamos enterados de todo lo que acontece en el entorno social donde vivimos, así como también de otros lugares lejanos.]

Actualmente nos "movemos", "actuamos", y "pensamos" a partir de lo escuchado, leído o visto en los mass media.

La radio, como un medio más dentro de la comunicación masiva, nos brinda la oportunidad de conocer lo que sucede; dada su versatilidad en cuanto a tamaño y potencia, la podemos encontrar casi en cualquier parte en la casa, oficina, taller, automóvil, calle, medio de transporte, etc.

Sin embargo, existen pocos estudios relacionados con este medio de difusión, en los cuales se aborde la importancia del locutor como un agente de influencia social hacia la comunidad.

[Nuestro estudio pretende aportar un conocimiento mayor sobre la importancia de este medio para crear y transformar una serie de actitudes y formas de ver la vida e involucrarse en el entorno.]

Aquí exponemos en forma breve la historia de la radio así como también su legislación; otro punto importante es la ideología que se transmite, así como también, se expone la función de la opinión pública y su importancia para lograr un cambio o reafirmación de las actitudes tanto personales como colectivas.

Por último se mencionan algunos de los noticieros

U. A. M. IZTAPALAPA BIBLIOTECA

radiofónicos más escuchados con sus diferentes características.

Este estudio es una pequeña aportación a las investigaciones que se han hecho con respecto a tan interesante medio masivo de comunicación.

JUSTIFICACION.

En la actualidad los Medios Masivos de Comunicación, sustituyen a los antiguos juglares, quienes en la época medieval recitaban, cantaban e informaban a la población a cambio de algunas monedas ofrecidas por el monarca o la misma población, de cuanto sucedía en el entorno. [En nuestra época, la televisión, el periódico, la radio y el cine, transmiten la información de lo que sucede en nuestro alrededor en forma amplia, es decir, abarcan un número considerable de la población.]

Dentro de los medios masivos de comunicación, la radio es uno de los que ha sido "relegado" por los estudiosos de la comunicación humana, pues podemos encontrar investigaciones tanto teóricas como prácticas del cine, del periódico y sobre todo de la televisión, pero existe poca información sobre la radio y curiosamente el número de aparatos radiofónicos, rebasa en casi 300% al número de aparatos televisivos; sin embargo, hasta hace poco tiempo, éste no se consideraba como algo importante para realizar algún estudio, no es sino recientemente que la radio es rescatada por la sociedad civil y algunos comunicólogos quienes encuentran en ella una forma accesible y más confiable con respecto a la información que transmiten dado que la radio es un medio económico, práctico (desde un radio portátil, hasta un aparato estereofónico, que nos permiten escuchar programas y noticieros sin dejar de realizar otra actividad, por ejemplo, en la oficina seguir escribiendo a máquina, en el taller hacer reparaciones automotrices o de cualquier otra índole, en el negocio se puede atender a los clientes o bien en el automóvil mientras se viaja de un lado a

otro de la ciudad o del país, etc), y sobre todo con una cobertura bastante considerable a nivel nacional.

Baste recordar que en el año de 1985, nuestro país fue impactado por los sismos y la mayor parte de la población quedó incomunicada; después de unos minutos las radiodifusoras transmitieron la información de la magnitud del desastre, la mayoría escuchaba la radio de pilas o bien de los carros.

Otra característica de ésta es su gran especialización, es decir, en la radio se encuentran desde estaciones que transmiten un solo tipo de música, hasta aquellas en donde hay diversidad de géneros musicales; lo mismo se escucha música moderna en español o en inglés, o bien música de épocas y décadas anteriores, así como también encontramos estaciones dedicadas a la promoción y transmisión de la cultura y de programas críticos (Radio UNAM y Radio Educación), o bien, existen estaciones donde además de la programación musical, incluyen programas noticiosos, es decir, cumplen la función de informadores; cabe señalar que dentro de este tipo de programación se encuentran los noticieros donde la participación del radioescucha es mínima o nula, así como también existen programas en los cuales se hace uso de los teléfonos y hay participación activa y crítica por parte del auditorio.

Por lo anterior consideramos que la importancia del estudio de la radio dentro de la psicología social está dada en cuanto a la influencia que los locutores ejercen sobre los radioescuchas a través de cierto tipo de noticias transmitidas, entonación utilizada, comentarios en torno a la misma, invitados al programa, publicidad que se da, comentario a las llamadas de los

radioescuchas, etc, es decir, por la ideología que transmiten en su programación.

Algunos elementos psicológicos utilizados por los locutores son: liderazgo, persuasión influencia y cambio de actitudes; por lo que se hace necesario conocer la forma en que manejan dichos elementos para influir en el radioescucha.

Además pensamos que es importante retomar la comunicación y algunos elementos que la componen ya que el individuo es capaz de influir o de que lo influyan.

METODOLOGIA

La metodología utilizada para la realización de este trabajo está basada en un análisis teórico sobre la función y definición tanto de la ideología como de la opinión pública.

La parte práctica comprende la asistencia y participación dentro del club de radioescuchas que se formó en el mes de noviembre de 1989.

Con la finalidad de enriquecer nuestro estudio, además de la parte teórica, realizamos una práctica de campo dentro del club de radioescuchas en donde tuvimos oportunidad de comprobar parte de lo expuesto en la teoría dentro de los puntos que tocamos.

Nuestra participación en el club fue de manera activa tanto en las sesiones de discusión y cuestionamiento sobre el sentido y función del la radio mexicana así como también en la elaboración de guiones radiofónicos y su presentación al aire en la emisora RADIO EDUCACION.

Por otra parte se tuvo una participación dentro del programa MATUTINO CONTINENTAL, en radio 590 ambos programas dirigidos por Fernanda Tapia, se anexan algunos de los guiones.

ORIGEN DE LA RADIO.

I.- ANTECEDENTES HISTORICOS.

La aparición de la radio en el mundo está profundamente ligada a la aparición del telégrafo creado por el norteamericano Samuel B. Morse en 1837. Inglaterra, la primera potencia comercial de la época, adquirió desde el comienzo el control de dicho aparato y finalmente el monopolio de la comunicación por telégrafo.

Mientras crecía la red internacional del telégrafo, aumentó simultáneamente la investigación acerca de los fenómenos eléctricos en Europa y Estados Unidos. El primer instrumento que se articuló a la transmisión telegráfica de mensajes fue el teléfono, puesto en marcha en 1861 por Philips Reis, más tarde sería perfeccionado y comercializado por Graham Bell.

" El alemán Heinrich Hertz, realizó en 1887 con éxito las primeras experiencias que probaban las teorías de Maxwell produciendo ondas hertzianas: sus descubrimientos rápidamente fueron estudiados en casi todas partes del mundo."¹

Las bases esenciales del desarrollo de la radio se atribuyen Guillermo Marconi, quién en 1895 inició sus primeras experiencias de transmisión de señales inalámbricas.

El imperio británico estaba comunicado a través de monopolio que ejercía sobre el cable marino, pero su flota mercantil, la más grande del mundo, no tenía ninguna forma de comunicarse entre sí y a tierra. El invento de Marconi ofrecía una perspectiva insuperable: reforzar específicamente la suprema-

cia económica y política de Inglaterra en el mercado internacional. Era ciertamente el país que mejor podía estimular los experimentos de Marconi. La radio verificó su crecimiento en el mar, por razones económicas y políticas y nunca por razones de neutralidad de la investigación.

A pesar de los avances de dicho inventor y sus colegas que lograron en la transmisión inalámbrica, el campo seguía restringido al uso de la clave morse. "La transmisión de la voz humana por medio de ondas electromagnéticas moduladas comenzó a ser experimentada en 1900 por R.A. Fessenden quien logró hacerlo cubriendo una distancia de 1600 metros."²

Pero el lanzamiento técnico de la radiotelefonía no conoció su despegue sino con la introducción en el mercado del tubo al vacío con tres electrodos de Lec Forest en 1907, llamado Audión. "En 1910 una audición de Enrico Caruso y de Emmy Destinn fue transmitida desde el Metropolitan de New York con la ayuda del radiófono de Forest."³

El 17 de octubre de 1919 la General Electric en Estados Unidos, propuso la creación de una empresa: la Radio Corporation of America (R.C.A.), la cual estipulaba desde el comienzo que sólo el 20% de las acciones podían estar en manos extranjeras y los directores de las mismas debían ser norteamericanos.

"En 1921, se contaba con 50,000 radioreceptores y al año siguiente aumentaron a 600,000."⁴ "En 1922 el gobierno norteamericano ya había otorgado 430 licencias de transmisión y para

finales del año se calculaban en existencia 666 estaciones." 5 •

" En Inglaterra el 14 de noviembre de 1922, se formó una gran sociedad de radiodifusión, la British Broadcasting Company (B.B.C.), que se encargó de la radiodifusión estatal." 6 Numerosos países siguieron los pasos de Inglaterra y de Estados Unidos, para 1922 se inauguraron estaciones de transmisión en Dinamarca, Rusia y Argentina. En 1923 en Alemania, Australia, Bélgica, Finlandia, Noruega, Suiza y Checoslovaquia. Al año siguiente hubo radiodifusión en Austria, España, Italia, los Países Bajos y Suecia. En 1925, entraron Hungría, Polonia y Japón.

"En 1926 se fundó una nueva compañía, la National Broadcasting Corporation (N.B.C.), la cual se inició teniendo como socios accionistas a la R.C.A (50%), la G.E. (30%) y la Westinghouse (20%)." 7, así nació la más poderosa cadena radial.

"En septiembre de 1928 nace la segunda cadena con el nombre de Columbia Broadcasting System (C.B.S.), esto gracias a que la Congress Cigar Co. y la Paramount Plubix, entraron en sociedad, logrando con estabilidad una compañía a nivel competitivo frente a la N.B.C.." 8

Una vez que se estableció el control técnico por parte del gobierno y se formaron las dos grandes cadenas, la radiodifusión norteamericana entró en la etapa de crecimiento comercial de gran escala.

La que es actualmente la tercera cadena radial, American Broadcasting Co. (A.B.C.), nació más tarde, cuando la

N.B.C. fue obligada por el gobierno a disolver su monopolio radial ya que en ese momento contaba con dos cadenas, la N.B.C. y la Blue Network, y el reglamento prohibía la posesión de un gran número de acciones dentro de las radidifusoras.

Los Estados Unidos se declararon a favor de la radio comercial, Europa y otros tres continentes fueron partidarios de una radiodifusión controlada, sea bajo la forma gubernamental o de una sociedad de explotación supervisada. El modelo comercial elegido por los Estados Unidos permitió un rápido crecimiento de la industria radiofónica (gracias a una acumulación de capital ya logrado), la radiodifusión comercial fue el modelo que Estados Unidos exportó a toda Latinoamérica a través de su presencia comercial e industrial neocolonial tan típica en nuestro continente.

México, inmerso dentro de una política económica y cultural de dependencia, no sería la excepción ante esta forma de hacer radio; a continuación, detallaremos los orígenes de la radio mexicana.

II.- ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RADIO EN MEXICO.

En 1920 la radiodifusión en México surgió ciertamente en un período conflictivo; en una época de crisis económica y de inestabilidad política. Estos factores pudieron ser determinantes al analizar el origen y el desarrollo de la radiodifusión en nuestro país y afirmar que las actuales características, inminentemente comerciales de la radio, tienen su explicación en la

circunstancia de que el Estado, debido a que se encontraba ocupado en resolver problemas económicos y políticos mucho más importantes, desatendió a la radiodifusión, o bien que, por no darse cuenta del potencial político y educativo de ella, cometió el error de dejarla en manos de los particulares.

Sin embargo, el análisis histórico muestra que el surgimiento de la radiodifusión comercial en nuestro país y su consolidación, no se debieron a esta supuesta desatención o a los errores del personal estatal, sino que, por el contrario, fue el proyecto económico-político impulsado por el Estado Mexicano en los años 20, el factor fundamental que permitió que la radio fuese utilizada en gran medida con propósitos de lucro.

"Para promover la participación de los particulares en la radiodifusión, el presidente Alvaro Obregón, lanzó en enero de 1922, una exhortación a todos los ciudadanos que estuvieran interesados en instalar estaciones de radio ofreciéndoles garantías y facilidades para el "adecuado desempeño" de la radiodifusión nacional", que hasta el día de hoy, siguen vigentes; para lo cual mantuvo con los primeros radiodifusores privados un contacto permanente negociando con ellos la creación de las condiciones jurídicas, administrativas y políticas necesarias para el desempeño de la radiodifusión.

A principio de los 20'', empezaron a surgir las primeras estaciones comerciales que constituirían la expresión inicial de lo que sería la industria de la radiodifusión: "la C.Y.L. (propiedad de Raúl Azcárraga), la C.Y.A., la C.Y.Z. y la

C.Y.B. (de la compañía cigarrera de el Buen Tono). De éstas, las más importantes fueron la C.Y.L. y la C.Y.P., la primera de ellas se instaló en el garage Alameda, en Av. Juárez # 62, y se inauguró el 8 de junio de 1923; funcionó en colaboración estrecha con el periódico El Universal; en dicho lugar funcionaba la estación y una tienda de artículos para radiofonía a la que se le llamó "La Casa del Radio".¹⁰

Por su parte la C.Y.B., propiedad de la empresa cigarrera El Buen Tono, "cuyo capital inicial era de origen francés, inició sus transmisiones el 16 de septiembre de 1923; la estación era dirigida por el Senador Jose J. Reynoso quien también era Gerente General del Buen Tono."¹¹

En ese mismo año se instalaron otras estaciones cuya duración fue efímera entre ellas destacan la J.H., inaugurada el 19 de marzo de 1923 y dirigida por el Gral. Fernando Ramírez y por José de la Herrán, que contaba con el patrocinio de la Secretaría de Guerra y Marina. En Monterrey, funcionaba la estación C40 de Constantino Tárnara quien la había instalado desde 1921; para 1924 se instalaron las estaciones C.Y.E., de la S.E.P. y la C.Y.X. del periódico Excelsior; de 1925 a 1928, la radiodifusión no creció notablemente; en 1929 existían 11 estaciones, en 1926 había 16 y 17 en 1928. La causa principal de estos altibajos de la radio comercial, fue la ausencia de un capital cuantioso que las apoyara. A excepción de la fábrica el Buen Tono, las demás radiodifusoras incluyendo la C.Y.L. (que desapareció en 1928), eran propiedad de pequeños o medianos

capitalistas y, en mucho casos, de personas cuyo objetivo era más bien de tipo experimental. Además, el país no tenía un mercado interno muy activo que permitiera a las estaciones una contratación abundante de anuncios comerciales.

Durante el gobierno de Calles, se comenzaron a regularizar las condiciones políticas y jurídicas que regirían el funcionamiento de la radiodifusión. Durante el régimen de Emilio Portes Gil, el gobierno mexicano participó en la conferencia internacional de telecomunicaciones celebrada en Washington en 1929.¹² En ella se adjudicó a cada uno de los países participantes una serie de siglas para que designaran a sus estaciones y se distinguieran de las de otros países. A México le correspondieron las siglas X.A.A hasta X.P.Z. y la SCOP la siguiente forma:

Aviación y servicios de radiocomunicación	X.A
- Servicios generales	X.B.
- Telegráficos	X.D. y X.F.
- Servicio Marítimo	X.C.
- Radiodifusión en general	X.E.

" El 18 de septiembre de 1930, se inauguró la X.E.W."¹³. Estación que habría de darle un extraordinario... estación que habría de dar un extraordinario impulso al desarrollo de la radiodifusión comercial. Esta emisora se convirtió en muy poco tiempo en la expresión más acabada de lo que debía ser una radiodifusora comercial que aspiraba a obtener altas ganancias. la X.E.W. tenía una planta de 5000 watts de

potencia que le permitía tener cobertura nacional e incluso, podía escucharse en diversos países del continente, debido a la cual fue llamada "La Voz de la América Latina desde México". " La X.E.W. pasó a ser filial de la cadena N.B.C."¹⁴, con lo que su alianza con el consorcio RCA-VICTOR quedaba consolidada.

Emilio Azcárraga Vidaurreta transfirió su capital generado en múltiples negocios (era distribuidor en México de una compañía zapatera de Boston E.U., además vendía automóviles Ford y aparatos de radio), para fundar y convertir en poco tiempo a la X.E.W. en la estación más escuchada en el país, contribuyó de manera fundamental a que la radio se convirtiera en un elemento indispensable en la vida cotidiana de numerosas personas. Como consecuencia de esto, el gasto dedicado a la publicidad en la radio creció considerablemente y ello hizo que al mostrarse las enormes posibilidades de obtener utilidades en la industria de la radiodifusión, nuevos empresarios se interesaran en invertir en esta actividad. Así, " el número de estaciones comerciales creció de 19 en 1929 a 52 en 1934"¹⁵, también la localización de las estaciones se empezó a descentralizar. La mayor parte de las emisoras se localizaban en el D.F., en 1932 por ejemplo, " de 42 estaciones comerciales 13 se encontraban en la capital, 16 en el norte de la república y el resto en estados como Jalisco, Michoacán, Veracruz y Puebla"¹⁶

De esta manera, la radiodifusión comercial se constituía como una industria propiamente dicha que en unos años más ocuparía un lugar fundamental en la vida económica y política del

país.

La política estatal en materia de radiodifusión, comenzó a manifestar actitudes más activas ante ella, buscando a través de los siguientes objetivos:

- a) Impedir que el extraordinario potencial difusivo de la radio fuera utilizado por fuerzas que pudieran poner en peligro la permanencia en el poder del grupo gobernante.
- b) Participar de manera más activa en la emisión de mensajes radiofónicos para influir en la sociedad con la ideología oficial.

Para conseguir el primer objetivo el gobierno de Abelardo L. Rodríguez: "decidió incluir en el capítulo sexto del libro quinto de la Ley de Vías Generales de Comunicación, publicado en 1933, un apartado dedicado a "transmisiones prohibidas". En el artículo 77 del citado reglamento se rectificaba lo establecido en el artículo 12 de la L C E de 1926 en el sentido de que las transmisiones no deberían "atentar contra la seguridad del Estado" ni atacar en ninguna forma "al gobierno establecido"¹⁷.

La disposición de no atentar contra la seguridad del Estado no tenía nada de sorprendente si consideramos que prácticamente cualquier Estado la sostiene; la de no atacar al gobierno constituido era ya una forma más restrictiva, pues implicaba que no se podía ejercer ni siquiera la crítica verbal contra él, así

vemos que desde sus inicios este medio protegería en todo momento a los integrantes de la clase dominante y dirigente del país; pero el reglamento iba más allá. En el artículo 78 establecía lo siguiente: "Queda también prohibida la transmisión, velada o franca de asuntos de carácter personal, político o religioso, así como propaganda profesional en favor de personas que no tengan título legalmente expedido y propaganda de productos industriales, comerciales o de cualquier otro orden que engañen al público o que causen algún perjuicio por la exageración o falsedad de sus usos aplicaciones o propiedades"¹².

Este artículo contiene disposiciones que aparentemente protegían a los radioescuchas de posibles abusos de comerciantes o industriales pero, a cambio de ello, se anulaban no sólo en los hechos, sino incluso legalmente la posibilidad de ejercer el derecho a expresarse libremente a través de la radio. Es necesario aclarar que las otras disposiciones del artículo (no emitir propaganda religiosa ni publicidad "deshonesta"), fueron violadas con bastante frecuencia sobre todo por estaciones instaladas en la frontera, pero la de no emitir mensajes políticos fue celosamente cuidada por el Estado no solo en este período, sino durante muchos lustros, como el actual..

Para cumplir con el segundo objetivo, relacionado con la difusión de la ideología del grupo gobernante, el partido del gobierno en ese momento, el P.N.R., adquirió una potente planta transmisora de la empresa Western Electric e instaló una radioemisora en su local de la Av. Juárez y Revillagigedo."La estación

X.E.P.N.R. (más tarde XEFO) fue inaugurada el 10. de enero de 1931¹⁴, el objetivo de la estación era, evidentemente, irradiar la ideología oficial a la sociedad en su conjunto y fortalecer el gobierno de la Revolución.

El Estado, si bien se había preocupado por establecer una serie de mecanismos para facilitar la emisión de sus propios mensajes, especialmente de carácter político, no había sido capaz de incorporar a la radio un plan de difusión cultural y educativo pero, la administración de los recursos del Estado en este campo distaban mucho de ser eficientes.

Al terminar el año de 1934, "el país contaba con 52 estaciones comerciales y cinco estaciones oficiales"²⁰, marcándose desde entonces la clara diferencia entre las estaciones de tipo comercial (que son una mayoría en manos de los particulares), en comparación con las estaciones oficiales; este modelo sigue vigente hasta hoy; en el siguiente capítulo analizaremos algunos artículos de la Ley Federal de Radio y Televisión donde veremos como el modelo comercial impera y domina la difusión dentro de la radio.

EL NUEVO BLOQUE DOMINANTE Y LOS RADIODIFUSORES

Para los industriales de la radiodifusión la nueva situación económica y política en que se desarrollaba el país a principios de los años 40 representaba un evidente triunfo político. El gobierno de Avila Camacho favoreció ampliamente a los radiodifusores, sobre todo en lo relativo a las facilidades para la importación de equipos y en la creación de un régimen jurídico que

protegia el desarrollo de la industria de la radiodifusión y favoreció aún más el proceso de acumulación de capital en ella.

A partir de los años 40 empezó a conformarse en la sociedad mexicana un nuevo bloque dominante que persiste hasta nuestros días, el cual se integra de la siguiente manera:

a) una fracción de la gran burguesía cuyo asiento geográfico se localiza fundamentalmente en el norte del país, de manera especial en Monterrey. "En 1928 fundó la COPARMEX para oponerse a las Cámaras de Industria y Comercio creadas a iniciativa del Estado"²¹, esta fracción ejerce, por su poder económico, una capacidad de presión sobre el gobierno.

b) una fracción burguesa asentada especialmente en el Valle de México la cual se empezó a integrar fundamentalmente por industriales y mantuvo ante el Estado una actitud política bastante diferente a la sostenida por la fracción nortea. Al contrario de ésta, ha apoyado casi siempre los proyectos económicos y políticos de la burocracia gobernante, y más aún, ha encontrado en ésta a la mejor representante de sus intereses al interior del Estado; esta cercanía con la burocracia política ha permitido que los conflictos de ésta fracción con los representantes públicos se resuelvan al interior del aparato estatal.

Con el tiempo la vinculación de ésta fracción con la burocracia política, fue haciéndose tan estrecha que muchos empresarios pertenecientes a la burguesía del Valle de México, pasaron a ocupar cargos en la administración pública y a su vez,

muchos miembros de la burocracia, aprovechando sus cargos, empezaron a formar parte de la burguesía asociándose en diversos negocios con miembros prominentes de esta fracción. Quizá el más conocido de esto último ha sido el del expresidente Miguel Alemán Valdéz, quién al término de su gobierno, se asoció con industriales como "Bruno Pagliai y además con Carlo Trouyet, Eloy Vallina, Rómulo O'farril, Gabriel Alarcón y Gastón Azcárraga"22.

Al estar tan estrechamente ligado al que desde los años 40's es el sector hegemónico de la burocracia política, es decir, el que defiende los intereses del gran capital al interior del Estado y al representado por dicho sector, ésta fracción burguesa fue ocupando un lugar dentro del bloque gobernante ejerciendo, por lo tanto, una influencia directa en el gobierno y aprovechando la ventaja de tener representantes dentro del aparato estatal.

c) Una fracción formada fundamentalmente por los grandes banqueros, los dirigentes de BANCOMER y BANAMEX (por supuesto las peculiaridades de la actitud económica de los banqueros y su relación con el gobierno cambiaron de manera importante a partir de 1982, como consecuencia de la nacionalización de la banca decretada por el presidente López Portillo. Desde ese año la actividad financiera es controlada directamente por la burocracia gobernante; sin embargo, los exbanqueros no han perdido su poderío económico y su influencia sobre el gobierno), ligados a grandes capitales industriales y comerciales, localizados también en el Valle de México. Esta fracción, por dominar en gran medida

el sector financiero de la economía, ocupó desde que empezó a constituirse en el nuevo bloque dominante en el país, ya que al controlar grandes volúmenes de recursos financieros y al depender de ella gran parte de los créditos otorgados a las empresas industriales su intervención en la reproducción del capital social fue determinante. De esta forma, aún sin estar ligada orgánicamente a la burocracia política, esta fracción pudo integrarse al bloque debido al lugar estratégico que ocupaba en la estructura económica y a su enorme poder económico.

d) El cuarto elemento del bloque dominante lo constituye la burocracia política (altos funcionarios de los poderes ejecutivo, legislativo y judicial, altos jefes de las fuerzas armadas, altos dirigentes del partido en el gobierno, los líderes de las organizaciones sindicales controladas por el Estado), a cuyo cargo está el gobierno del Estado y en consecuencia, el control de los aparatos de dominación tanto ideológicos como represivos. En ella predomina desde los años 40, la fracción vinculada a los intereses del capitalismo monopólico que desplazó al grupo de burócratas revolucionarios que gobernó el país durante las reformas del segundo lustro de los años 30.

"Este bloque dominante fue integrándose a partir de los años 40 y consolidándose en los años posteriores hasta adoptar las características con que los conocemos hoy"²³. Es importante resaltar la relación del grupo dirigente de la radiodifusión con una de las fracciones políticas de la burguesía, en la medida en que esta relación explica en gran parte el comportamiento político de

los industriales de la radiodifusión frente al Estado.

EL GRUPO DIRIGENTE DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION

A través del análisis de la historia de la industria radiofónica en México, es posible observar la presencia de un grupo de radiodifusores que: a) Ha diseñado las estrategias y dirigido los movimientos tácticos de los concesionarios en diversas coyunturas políticas en las que, a través de la movilización del conjunto de los radiodifusores y de la negociación e incluso la presión al Estado, han conseguido importantes beneficios económicos y políticos para la industria de la radiodifusión.

b) Ha formado, organizado y dirigido las agrupaciones gremiales, mediante las cuales los concesionarios han desarrollado sus acciones políticas: la CIR (Cámara Nacional de la Industria de la Radiodifusión) en el plano nacional y la AIR (Asociación Internacional de Radiodifusión) en el plano internacional. "Dicho grupo radiofónico se conformó a mediados del los años 30 y se había reunido en torno al propietario de la XEW y de la XEQ, Emilio Azcárraga Vidaurreta. De este grupo formaban parte el Dr. Luis de la Rosa y el Lic. José Luis Fernández, dos destacados dirigentes políticos de los radiodifusores"²⁴.

Azcárraga Vidaurreta pertenece al grupo de grandes empresarios que fue beneficiado directamente por la política desarrollista practicada por los gobiernos mexicanos a partir de los

años 40 y hasta muy recientemente de esta forma, su relación con miembros importantes de la burocracia política fue sumamente cercano, al grado de llegar a asociarse con el expresidente Miguel Alemán Valdéz en diversos negocios, especialmente en el ramo de la hotelería. Esta cercanía con las altas esferas del gobierno y el hecho mismo de formar parte de una fracción burguesa incluida dentro del bloque gobernante, otorgaron al grupo radiofónico, encabezado por Azcárraga, una posición inmejorable para negociar directamente con los más altos funcionarios del Estado, las iniciativas de los radiodifusores tendientes a obtener beneficios económicos, y para realizar en esas mismas instancias del poder público la defensa de los intereses de la industria de la radio.

En el decenio de 1940-1950 fue igual a los anteriores donde el Estado no intentó aumentar su peso en la radiodifusión combinando con incremento, aún mayor, de las facilidades a la industria radiofónica para su expansión. Esto se debía por una parte a que tal actitud correspondía plenamente a las concepciones políticas de los nuevos gobernantes del país que veían en la iniciativa privada el factor fundamental para impulsar el progreso de la nación y por otro lado, a que la política de burocracia gobernante las necesidades de propaganda y de difusión general de la imagen del Estado y sus proyectos podían ser cubiertos por el conjunto de estaciones comerciales (junto con las pocas que el Estado decidió conservar), pues dichas estaciones tenían la obligación, según las leyes y reglamentos relativos a la materia, transmitir de manera prioritaria los mensajes de

carácter oficial cuando el gobierno se los solicitara.

La década de los 40's constituye la época en que la industria radiofónica, una vez consolidada, inicia vertiginosamente su expansión ya que: "a fines de 1950 existían 195 estaciones. Entre las estaciones que aparecieron en ésta década se encuentran: Radio Programas de México (la más importante), fundada en 1941 y propiedad de Emilio Azcárraga en sociedad con el radiodifusor regiomontano Clemente Serna Martínez y con los dos principales ideólogos de los radiodifusores José Luis Fernández y Luis de la Rosa, la cadena Radio Mil, encabezada por la estación XEOY que contaba con 36 afiliadas, esta cadena mantenía muy estrechas relaciones con la Mutual Broadcasting System (MBS), radio cadena nacional y la cadena azul mantenían un estrecho contacto con la NBC y la CBS"²⁵.

Emilio Azcárraga Vidaurreta logra un control sobre un gran número de estaciones en el país "el 50% de las existentes al finalizar la década"²⁶, para ello recurrió a procedimientos como brindar ayuda económica y asesoría técnica a las estaciones afiliadas por lo que logró una gran influencia sobre el conjunto de radiodifusores del país. Las cadenas constituyeron en los años 40 un dispositivo económico-político que contribuyó enormemente al proceso de concentración de capital y de centralización del mismo en la industria de la radiodifusión y consolidó el predominio de la dirección política de un grupo muy reducido de radiodifusores sobre el conjunto de esta industria.

De esta manera, una vez teniendo prácticamente bajo su control la parte fundamental del sistema de radio en el país, el esfuerzo económico y político de los radiodifusores se dirigió hacia el objetivo de crear dominio en los nuevos campos que el desarrollo tecnológico ofrecía: la radio en frecuencia modulada y la televisión.

Durante el gobierno del presidente Miguel Alemán Valdéz, continuaron los beneficios fiscales, los permisos de libre importación de equipo y materiales para las empresas radiofónicas y la legislación favoreciendo al grupo radiofónico, estos beneficios se dirigieron también a las empresas de televisión que en esos años iniciaba su desarrollo. Uno de los aspectos más importantes de la política desarrollada por los dirigentes del gremio radiofónico fue el esfuerzo que realizaron durante esta década para lograr consolidarse como un grupo de industriales con influencia nacional, capaz de tener una voz importante en la discusión de los principales problemas del país. Para lograr esto, los radiodifusores se empeñaron en conseguir que miembros de esta industria estuvieran en puestos de dirección de las principales organizaciones patronales del país y en altos cargos de la administración pública. Pero seguramente el factor que consolidó la posición de los radiodifusores como un gremio de gran peso en la vida política nacional fue el hecho de que uno de sus miembros más destacados, "el Sr. Clemente Berna Martínez, presidente de Radio Programas de México, ocupó durante toda la década la dirección de gran cantidad de organizaciones de industriales y comerciantes"²⁷.

Durante los años 40, siempre ocuparon los puestos directivos de la CIR personas directamente ligadas al grupo Azcárraga. Esta situación se mantuvo durante los años 50, sin embargo, durante esta década, se produjeron algunos acontecimientos que mermaron la aparente armonía que existía en el gremio radiofónico. Dicho conflicto surgió a fines de los 40's quedando de manifiesto el poder del monopolio radiofónico capitalino. Tal problema consistía en la oposición de algunos radiodifusores de provincia a que se establecieran nuevas estaciones en aquellas poblaciones en las que ya existían estaciones comerciales. El argumento de estos conccionarios era que las estaciones de provincia no gozaban con un amplio mercado publicitario, había pocos anunciantes y en consecuencia la existencia de un gran número de estaciones en una misma entidad ponían en peligro la vida de las ya constituidas. Los radiodifusores de provincia realizaron una campaña de propaganda para obtener el apoyo de la mayor parte de los radiodifusores del país en su lucha contra las repetidoras. Mientras los dirigentes de la CIR también habían comenzado a desarrollar actividades para lograr los siguientes objetivos: "detener el creciente descontento existente entre los radiodifusores de provincia provocado por la proliferación de las repetidoras, garantizar y proteger el desarrollo de las repetidoras, presionar a las autoridades para que se promulgara una nueva ley específica para la radiodifusión"²⁰.

La estrategia de la CIR parecía muy clara y llena de habilidad política; había que detener el descontento de los

radiodifusores afectados por las repetidoras con el argumento de que la tarea fundamental a que debían avocarse todos los concesionarios era la de conseguir la promulgación de una nueva ley de radiodifusión; los radiodifusores debían hacer a un lado las divergencias y conseguir todos unidos que las autoridades se comprometieran a promulgar esa nueva ley, una vez contando con ese compromiso, discutir entonces las divergencias.

Tal estrategia fue aplicada en la asamblea general extraordinaria de la CIR celebrada el 3 de febrero de 1955, en donde se logró obtener un acuerdo de los radiodifusores del país en el cual dedicarían el máximo esfuerzo para obtener una nueva ley de radiodifusión. Como estaba planeado por los grandes radiodifusores, no se llegó a ningún acuerdo acerca de suspender la instalación de las repetidoras protegiendo así sus intereses. Los dirigentes de la CIR, encabezados por Luis de la Rosa se comprometieron a informar al presidente del problema por el que atravesaban en el momento que les concediera una audiencia. Esto permitió que los trabajos para instalar estaciones repetidoras continuaran normalmente.

"Para 1957, las repetidoras habían proliferado definitivamente en el país y la lucha por impedir su instalación decayó considerablemente"*. Los radiodifusores de provincia que se opusieron a ellas, prácticamente se habían dado por vencidas y el monopolio se adueñó del mercado publicitario y puso a la radiodifusión al servicio de grandes consorcios extranjeros, únicos que pueden pagar sus carísimos servicios, lo cual arruina-

ria a la incipiente industria nacional.

EL CRECIMIENTO DE LA INDUSTRIA DE LA RADIODIFUSION

A partir de 1954 comenzaron a instalarse estaciones de televisión en diversas entidades del país, por ejemplo: "el grupo de radiodifusores encabezado por Emilio Azcárraga Vidaurreta instaló en Tijuana el canal 6 el cual fue dirigido por Clemente Serna Martínez y José Luis Fernández, este canal estaba afiliado a la organización estadounidense American Broadcasting Corporation (ABC) y transmitía la mayor parte del tiempo en inglés"³⁰.

Por su parte, "la empresa Televisión de México S.A., propiedad de Rómulo O'farril y concesionario del canal 4 del D.F. había instalado en el paraje conocido como Paso de Cortés una estación de televisión para ser empleada como repetidora"³¹.

A finales de 1955, los concesionarios de las tres estaciones de televisión existentes en el D.F. (los canales 2, 4 y 5), comenzaron a realizar pláticas tendientes a fusionarse en una sola empresa que se encargaría de la administración y programación de estos canales. Se trataba de unificar en la misma empresa la fuerza económica de magnates como Azcárraga y O'farril, la capacidad técnica del concesionario del canal 5, el ingeniero Guillermo González Camarena. "Dicha unificación se dio el 26 de marzo de 1955 constituyéndose la empresa Telesistemas Mexicana, S.A."³².

El capital inicial declarado por la empresa fué de \$ 10,000,000.00 representado por 10,000 acciones de \$ 1,000.00 cada

una dividida en dos series. La serie A estaba compuesta por acciones nominativas que debían estar en poder de los mexicanos. Esta serie constituiría el 51% del total de las acciones y sus poseedores eran:

Emilio Azcárraga Vidaurreta	2,600 acciones
Rómulo O'farril sr.	2,550 acciones

Por su parte la serie B estaba compuesta por acciones al portador que representaban el 49% del total. Los accionistas de esta serie eran:

Emilio Azcárraga Vidaurreta	1,400 acciones
Rómulo O'farril sr.	1,500 acciones
Rómulo O'farril jr.	500 acciones
Emilio Azcárraga Milmo	500 acciones
Ernesto Barrientos Reyes	500 acciones
Fernando Diez Barroso	500 acciones

El consejo de administración de esta empresa estaba encabezada por Emilio Azcárraga Vidaurreta (Presidente), Rómulo O'farril (Vicepresidente), Rómulo O'farril jr. (Secretario) y Emilio Azcárraga Milmo (Tesorero). Con la creación de telesistemas Mexicanos, la televisión comercial comenzó a experimentar un extraordinario crecimiento. La fusión de la fuerza económica de las familias Azcárraga y O'farril, permitió a la empresa emprender la instalación de un gran número de televisoras en el interior del país, tanto repetidoras como estaciones de cobertura local que producían sus propios programas. Este grupo de radiodifusores no solo poseía las mayores empresas de radio, sino

además las de televisión. De ésta forma tuvo su origen el monopolio actual en los medios de comunicación en México.

A continuación se enuncian las principales cadenas radiodifusoras y sus "supuestos" propietarios en donde los 10 primeros concentran el 75% del total de las emisoras del país:

* CADENAS	NO. ESTACIONES	PROPIETARIO
Radorama	135	Pérez de Anda.
Grupo ACIR	122	Ibarra López.
Grupo DIR	67	Ma. Esther Gómez.
Grupo RASA	65	Laris Rodríguez.
Grupo RABEPSA	60	Guillermina Hdez.
Grupo PROMOFIRME	38	Santibañez F.
Grupo SOMER	36	Hedilberto Huesca.
Grupo ARTSA	34	Fco. J. Díaz Romo
Radio Programas de México	30	Clemente Serna M.
Corporación Mexicana de Radiodifusión	30	Enrique Bernal S.
Frecuencia Modulada Mexicana	25	Joaquín Vargas G.
Organización Estrellas de ORD	19	Jesús González.
Radio Centro	8	Consortio formado por tres personas
Núcleo Radio Mil	7	Guillermo Peira.
Sistema Radiópolis	7	Emilio Azcárraga
Radio Fórmula	7	Rogelio Azcárraga

Como información complementaria sabemos que el Sr. Emilio Azcárraga es también accionista mayoritario de Televisa y que Javier Vargas es propietario, entre otras empresas, de Stereo Rey, F.M. Globo, Telerey y Multivisión quien a principios de 1991, introducirá el sistema de radio digital através de una nueva empresa denominada MULTIRADIO, lo anterior fue dado a conocer en la Revista Mexicana de Comunicación # 15 de 1991.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Pierre, Albert y Tudesq André-Jean Historia de la Radio y la Televisión. México, F.C.E. 1982, pág. 14.
- 2.- Mattelart, Armand. Comunicación y Cultura en América Latina. 2a. ed. México, U.A.M. Xochimilco, 1986, pág 6, vol. 8.
- 3.- Ibidem pág. 6
- 4.- Pierre, Albert, Historia de la Radio... op.cit. pág. 24
- 5.- Mattelart, Armand, Comunicación y Cultura... op.cit. pág. 8
- 6.- Ibidem pág. 9
- 7.- Ibidem pág. 14
- 8.- Ibidem pág. 14
- 9.- Mejía, Barquera Fernando. La industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano. (1920-1960). México, Fundación Manuel Buendía, 1989, vol. 1 pág. 34
- 10.- Ibidem pág. 39
- 11.- Ibidem pág. 39
- 12.- Ibidem pág. 51
- 13.- Ibidem pág. 52
- 14.- Ibidem pág. 52
- 15.- Ibidem pág. 53
- 16.- Ibidem pág. 54

- 17.- Ibidem pág. 54
- 18.- Ibidem pág. 54
- 19.- Ibidem pág. 55
- 20.- Ibidem pág. 59
- 21.- Ibidem pág. 99
- 22.- Ibidem pág. 100
- 23.- Ibidem pág. 101
- 24.- Ibidem pág. 101
- 25.- Ibidem pág. 130
- 26.- Ibidem pág. 131
- 27.- Ibidem pág. 151
- 28.- Ibidem pág. 178
- 29.- Ibidem pág. 178
- 30.- Ibidem pág. 186
- 31.- Ibidem pág. 187
- 32.- Ibidem pág. 187

* Velasco Ugalde, Enrique. Las concesiones que vencen en 1989. en
Revista Mexicana de Comunicación, #4,
año 1, marzo-abril, 1989, pág. 12

III. LA INFLUENCIA DE LA RADIO EN SUS RADIOESCUCHAS

III.1 Definición y función de la ideología

Hablar de ideología en nuestra investigación, es de suma importancia para comprender su función dentro del sistema capitalista predominante en nuestro país, así como también la forma en que se transmite en los medios masivos de comunicación.

Expondremos aquí algunas aclaraciones y definiciones de dicho concepto con la finalidad de enriquecer nuestro estudio.

A lo largo de la historia, la ideología siempre ha existido, respondiendo al modo de producción, o sociedad de que se trate, validando, justificando y legitimando el modo de vida del grupo que detenta el poder; así, en cada época se ha manifestado y erigido una ideología, por ejemplo en la antigua Atenas, la ideología predominante pugnaba por una sociedad democrática y de ciudadanos libres, iguales ante la ley y facultados para regir el destino de la ciudad-estado (claro solo para los atenienses). En el medievo, la religión predomina, y es a través de ella como la ideología soluciona los conflictos entre el señor feudal y sus siervos; aquí Dios es el "mediador" en los problemas (los que curiosamente serán resueltos a favor de los señores feudales, que además pueden comprar lugares en el cielo, claro, pagando a los "representantes" de Dios en la tierra: los clérigos). En el siglo de las luces, la ideología pretende dar una explicación de las formas de vida y modos de dirigir al estado, a través de la razón (y es bajo esta óptica que se vuelven razonables la concentración del poder y la riqueza, pues todo tiene una explicación acorde al

"raciocinio humano"). Desde el siglo XIX y hasta nuestros días, han predominado dos ideologías fundamentalmente; una de ellas explica que el desarrollo de la humanidad, ha sido resultado de una lucha de clases (en la que prácticamente siempre ha ganado la clase con mayor poderío económico, o menor escrupulosidad en el poder, como lo demuestra Stalin y más recientemente Deng Shiao Ping); estas prácticas tienen como antecedente visiones del mundo con raíces muy antiguas la otra interpreta el "progreso social" como el producto de las leyes del mercado (convirtiendo a los seres humanos en una mercancía más, la cual puede ser adquirida con la simple aplicación de la ley de oferta y demanda).

Pierre Ansart, en su libro: Ideología, Conflictos y Poder, expone ampliamente el origen y función de la ideología, nos habla de tres momentos importantes con respecto a dicho origen; el primero es el MITO, en donde, "...se revela como un sistema de representación estructurado adecuadamente a las distribuciones y prácticas sociales." (1). Con el mito, se intenta dar una explicación de las formas de organización de la sociedad a través de los héroes y Dioses; por medio de éstos, se enseñan las jerarquías y ritos a los cuales han de someterse los integrantes de la sociedad, el mismo autor señala: "El discurso mítico va a constituir, entonces, un elemento esencial de control social..." (2).

Si bien el mito se encuentra en los sistemas religiosos, cabe mencionar que también podemos verlo dentro de la vida cotidiana, al momento de reproducir una serie de acciones, o bien

dentro de la política, al respetar a los "grandes", escuchando y siguiendo al pie de la letra sus "enseñanzas y experiencias".

El segundo momento es la RELIGION, la cual:

"...se propone dar la explicación última del orden del mundo, rendir cuentas de la existencia social y de sus razones de ser. Tiene, como el mito, la vocación de totalizar las experiencias y esbozar las significaciones de los vínculos del hombre con el mundo, Dios y el prójimo. Dicta la norma y el sentido de la misma, distingue, en un discurso coherente y dicotómico, las acciones justas de las injustas."(3).

Es decir, la religión por medio de los sacerdotes, quienes están al servicio de la clase dominante, se encargan consecuentemente, de mantener el orden existente, interpretando la palabra de Dios de tal manera que ésta transmita la justificación de la permanencia de dicho orden.

El tercer momento es el POLITICO y es el que "...provee una explicación sintética en que toma sentido el hecho particular, en que los acontecimientos se coordinan en una unidad plenamente significativa."(4). La ideología política, construye un sistema temporal, el cual justificará la existencia de la sociedad, para esto, se valdrá de leyes, actividades técnicas y científicas, así como también de actividades productivas, regulará la forma en que deben accionar cada una de éstas; así, "Toda ideología instaura una imagen del poder, de su naturaleza y las condiciones de su ejercicio."(5).

Después de analizar el origen de la ideología, Ansart,

define a ésta como: "...sistema de pensamientos, creencias y normas que participan constantemente en la regulación social y que se reproducen por cada uno de nosotros, en buena medida, de manera inconciente..."(6), es decir, aquello que desde la infancia aprendemos en nuestra interrelación con el núcleo familiar, a medida que crecemos, lo vamos reproduciendo en cada uno de los lugares en que nos encontramos sin darnos cuenta, por tanto, todo lo interiorizado, lo sentimos como algo "natural" y no lo llegamos a cuestionar ya que al hacerlo, pondríamos en peligro el sistema en que vivimos así como nuestra existencia.

Marx expone que la ideología es "El conjunto de opiniones políticas, jurídicas, morales, artísticas y otras de una clase determinada."(7).

Retomando las clases antagónicas dentro de la sociedad, vemos que la ideología de la clase en el poder, es la que rige el estado de cosas a través de la reproducción de la misma por medio de los elementos anteriores.

Armand Mattelart, menciona que la ideología es un sistema de representaciones que penetra las costumbres, gustos y reflejos de los individuos, sin que los fundamentos de estas representaciones afloren a nivel de la conciencia.

Desde el punto de vista humanista, la ideología dominante no sería positiva ni siquiera para la clase dominante misma, ya que no es capaz de percibir los alcances que tiene dentro de su propia vida cotidiana y los elementos que la integran.

Así, asimilamos una ideología dominante la cual pensamos que es propia por lo que no hay necesidad de ponerla en tela de

juicio, además, el grupo poderoso, se encargará de seguir manteniendo su existencia reforzando cada vez más su ideología

Emilio de Ipola, define a la ideología como: "...las formas de existencia y de ejercicio de las luchas sociales en el dominio de los procesos sociales de producción de las significaciones."(8), es decir, cada sistema social da significado específico a una serie de elementos que le permiten su existencia, estos elementos forman parte de la vida cotidiana de los individuos para los cuales el vestido, los bienes materiales, las formas de diversión, la cultura, el lenguaje, etc, significan una forma de pertenencia a una clase o sociedad determinada. El mismo autor manifiesta que además de un discurso político institucionalizado, existen aspectos icónicos (imágenes pictóricas, cinematográficas, fotográficas, etc), procesos observables de la acción social (en otras palabras: la conducta social), así como también objetos de consumo con los cuales se asegura la vigencia de la ideología predominante.

La definición de Ipola se acerca más a la forma de vida que llevamos actualmente y coincidimos con él.

Pensamos pues que la ideología es el conjunto de actividades e instituciones en las que el individuo participa dentro de su vida cotidiana y en las cuales reproduce todo lo aprendido durante el proceso de socialización con la finalidad de mantener el modo de producción existente. Una forma de asegurar dicho modo de producción es por medio de la transmisión masiva de la ideología; a través de los mass media que sólo refuerzan los valores existentes, en este caso, la radio, como medio masivo y

dado el alcance que tiene en cuanto mayor número de personas, será utilizado por la clase en el poder para vertir todos los elementos necesarios e indispensables para lograr su objetivo, entre estos elementos tenemos un determinado tipo de música, comerciales acordes al "ritmo de vida" en el que nos vemos inmersos, así como también, nos mantiene "informados" de lo que sucede en México y el mundo sin olvidar la labor tan importante que juegan los locutores para reforzar lo anterior con sus propios comentarios con respecto a determinadas cuestiones.

Aunque existen muchas definiciones sobre lo que es la ideología, es suficiente con las que hemos expuesto hasta el momento; debemos señalar que aún cuando las definiciones parecen distintas, todas, en una u otra forma, concluyen que la ideología es el manejo de ciertos elementos como el idioma, el sistema económico, la cultura, los medios masivos de comunicación, para que una clase social determinada se mantenga en el poder y disfrute de los privilegios que esto implica.

Latinoamérica se ha caracterizado por su coloniaje y su dependencia tanto económica como ideológica, en donde un pequeño grupo (en este caso los dueños de las concesiones radiofónicas en nuestro país, los cuales forman parte a la vez de la clase dominante), ha logrado imponer su forma de pensar o bien, ha puesto en práctica una ideología con la cual comulga sin que necesariamente sea la suya, así, vemos cómo en ocasiones, esta ideología es "importada" de los países desarrollados para implantarla en nuestro territorio; citando a José Luis Romero, vemos que estos pequeños grupos:

"Como minorías ilustradas, seguras de que detentaban la verdad fundada en la ciencia y en la experiencia de los países más avanzados, impusieron sus designios y crearon una filosofía de la vida de escueto contenido y de poca profundidad, aunque respaldada por el poder"(9).

Es interesante observar cómo aún después de mucho tiempo se reproduce la ideología de la época colonial; actualmente este pensamiento es vivido por los ciudadanos mexicanos los cuales nos encontramos bajo el régimen Salinista y su filosofía de "modernidad", (como en tiempos de Don Porfirio).

Sin embargo, esta ideología no ha respondido a las necesidades reales de la mayoría, ni en los países de origen ni en nuestro continente, pues tanto su visión, como sus acciones y por supuesto sus beneficios, están dirigidas a satisfacer las necesidades de una sola clase social.

En nuestro continente, a fines del siglo XIX y principios del XX, predominaba la ideología del "orden y progreso", la cual beneficiaba a unos cuantos, mientras que la mayoría, carecía de lo indispensable, baste recordar las tiendas de raya que surgieron en el continente durante esta época, en las cuales los peones, pagaban precios elevados por bienes de consumo y al no alcanzarles su salario, se veían obligados a trabajar largas jornadas y en caso de no poder "saldar" su deuda, ésta era transferida a sus familiares y descendientes por medio de contratos que la ley validaba; así esta ideología del orden y progreso, era sostenida conforme a una serie de leyes que la

beneficiaban.

Aún cuando surgió el movimiento revolucionario para terminar con esa situación de injusticia, nuevamente un pequeño grupo, tomó el poder y decidió regir el destino del país conforme a una ideología extranjera, la cual hasta el día de hoy existe.

En la actualidad, el capitalismo, además de contar con elementos políticos y jurídicos, posee los medios masivos de comunicación, sin los cuales no podría transmitir su ideología en forma simultánea a millones de personas.

Ludovico Silva señala: "los medios de comunicación...son los nuevos instrumentos ideológicos por excelencia de un nuevo tipo de imperialismo basado en la interdependencia universal de las naciones y en la redistribución del mundo en 'zonas' de acción del capital." (10).

Los medios masivos de comunicación, se convierten en instrumentos al servicio de la realización de los planes y proyectos de este nuevo tipo de imperialismo entre cuyos objetivos está el impulso a la producción y el consumo.

La función de la ideología, difundida a través de los M.M.C., es crear y transmitir valores mercantilistas a fin de ocasionar una necesidad imperante de comprar "lo necesario y lo indispensable", sin saber a ciencia cierta que esto sea así; además de la transmisión de valores sociales y políticos de la clase dominante que posteriormente, sin darnos cuenta, reproducimos en cada uno de nuestros actos e interrelaciones con nuestros semejantes.

A través de los medios masivos de comunicación, el capita-

lismo se ha encontrado a un gran público en los países subdesarrollados, los cuales le permiten su existencia, éste, les da a conocer "las maravillas" de la sociedad americana a la que todos pueden aspirar a partir del consumo, (en ocasiones irracional), de los productos que fabrica.

Mattelart realiza un análisis sobre la forma en que son utilizados los medios de comunicación para mantener el tipo de sociedad consumista que existe actualmente; para lograrlo, pasarán por el proceso de fetichización al que describe Mattelart de la siguiente forma:

"En el fetichismo los hombres vivos se metamorfosean en "cosas" (factores de producción) y las cosas viven. Así el dinero "trabaja", el capital "produce". De igual modo el medio de comunicación "actúa"."(11)

El mismo autor señala que la palabra fetiche ha sido puesta en boga por Roland Barthes, su significado es mito, ahora bien, los M.M.C., son un mito desde el momento en que se les considera como entidades autónomas, dotadas de "voluntad y alma propias"; tal parece que la televisión, la radio, el cine y la prensa, tienen esa independencia, voluntad y alma propias en donde no interviene ninguna ideología; es de suma importancia considerar lo anterior, ya que generalmente se piensa que la transmisión de programas y noticias, así como determinado tipo de películas o comentarios en los diarios, se elaboran de acuerdo a las necesidades de la mayoría; sin embargo, Mattelart nos advierte al respecto:

104437

"La ideología dominante cumple con una función práctica: confiere al sistema cierta coherencia y unidad relativa. Al penetrar en las diversas esferas de la actividad individual y colectiva, cimenta y unifica (según palabras de Gramsci) el edificio social. Dotándolo de consistencia permite a los individuos insertarse, de manera natural, en sus actividades prácticas dentro del sistema y participar así en la reproducción del aparato de dominio, sin saber que se trata de la dominación de una clase y de su propia explotación...[por tanto].El modus operandi que tipifica el proceso lógico es,...,hacer perder de vista los orígenes del orden social existente, de tal manera que los individuos puedan vivirlo como un orden natural."(12). Es decir, se presenta lo temporal como eterno y de esa forma se vive.

Así pues, quien está detrás de estos medios con alma y vida propias es la clase dominante, es ella (la clase dominante) quien determina lo que se ve, escucha y lee.

México, ubicado dentro del rubro de países subdesarrollados, no podía ser la excepción ante dicha función de los M.M.C. que a partir de una serie de elementos de manipulación, persuasión, influencia con imágenes, tonos de voz, disonancias cognoscitivas, contradicciones, exaltación de deseos reprimidos internalizados desde la infancia, asignación de roles de hombre y mujer que se dan en el proceso de socialización de cada individuo, etc; además la cercanía geográfica que tenemos con Estados Unidos, así como la dependencia económica que nos tiene sujetos a este país,

ha permitido al grupo dominante (encabezado por el Presidente Carlos Salinas de Gortari , su política económica neoliberal), en el sentido de David Ricardo "Dejar hacer y dejar pasar". Donde la excelencia, copiada de los japoneses, es lo prioritario y moderno para el avance de nuestro país, así como también la manifestación y alabanza de dicho modelo político y económico a través de los intelectuales orgánicos, que nos indican que es lo culto y inculto, que se debe leer, ver y escuchar, este grupo encabezado por Octavio Paz y su grupo Vuelta, Rolando Cordera en Nexos o Carlos Fuentes; o bien otros no propiamente intelectuales, pero sí instrumentos del sistema por ejemplo: en materia de educación, Manuel Bartlett y Elba Esther Gordillo, dentro de la cuestión laboral se encuentra Fidel Velázquez y Arsenio Farrel Cubillas quienes han logrado dar golpes contundentes al movimiento obrero organizado; así, la clase dominante, con ayuda de personajes como los anteriormente mencionados, ha logrado imponer su "cultura" ayudada por los medios masivos de comunicación.

La radio mexicana, está sumamente ligada al modelo norteamericano (cf. cap. II de este trabajo); la iniciativa privada de nuestro país, tiene dominio total sobre ésta; su programación está calcada de las grandes cadenas norteamericanas (ABC. RCA. NBC.), convirtiéndose así, en una copia de dichas cadenas. La estructura de la programación está encaminada a la invitación y obligación de adquirir cuanto producto se anuncia, así como también a la compra de material discográfico que la radiodifusora transmite y por supuesto a ser "productivo" o sea, adherirse a la

ideología difundida por medio de la radio (desde tiempo atrás nuestro pueblo ha sido educado para desear ser como "nuestros hermanos del norte" de ojos claros, piel blanca, teniendo como pertenencias una casa un auto propio dos hijos y un perro, el deseo de ser aceptado dentro de la sociedad norteamericana lo vivimos a veces de manera inconsciente y otras concientemente dentro de nuestra vida cotidiana al comprar objetos de importación y seguir un régimen alimenticio basado en las latas y vitaminas encapsuladas así como también estando al tanto de los acontecimientos sociales y culturales sin darle mucha importancia a lo económico y político, etc), como sabemos, la vida de una radiodifusora está basada en sus patrocinadores, pero también en servir a los intereses y el statu quo del régimen político-económico existente; en el reglamento de la Ley Federal de Radio y Televisión, se estipula que ambas deben transmitir primero Cultura, después Información, después Recreación y por último Publicidad; sin embargo, la definición de estos conceptos, la realizan los concesionarios, por lo que pueden transmitir su información, su recreación, su cultura y su publicidad, sin que les importe violar las leyes, así, la radio sirve como vocero y transmisor de una ideología específica. En la actualidad, el espacio para programas de reflexión y participación en forma activa y crítica por parte del auditorio radiofónico, es casi nulo, pues una de las características de la ideología dominante, es negar que exista otra que puede cuestionarla; por lo que va en contra de uno de los principios básicos de la radio (como es el de servir a la comunidad estableciendo una comunicación bidirec-

cional), es decir, que haya una verdadera comunicación entre radioescucha y locutor, dejando sólo a algunas personas al "mando" del microfono, los cuales se transforman en líderes de opinión sin necesidad de que tengan una preparación especial para serlo así como también no tienen un liderazgo nato sino que éste se va creando a partir de la publicidad y de las alabanzas y reconocimiento a su "gran labor".

Podemos comprobar lo anterior al observar cómo en los últimos tiempos se han cerrado o cancelado programas en los cuales participaba más el radioescucha que el locutor (por ejemplo: Verónica Ortiz, con su barra juvenil en radio 590, y después en esa misma emisora, "Matutino Continental" dirigido por Fernanda Tapia, por si fuera poco en radio UNAM, se intentó eliminar el programa de Salvador Martínez de la Roca "Sin Permiso", el que después de una serie de presiones siguió en el aire hasta el 27 de junio de 1990 y después fue rebautizado con el nombre de "Universidad y Sociedad"; el programa de Paco Huerta "Inocente o Culpable" el cual cambiaron a la XEX estación radiofónica de Televisa Radio, teniendo más control sobre la participación del auditorio, etc).

Es evidente que tales cancelaciones responden básicamente a la amenaza que siente la clase en el poder, por parte de la población ante la posibilidad de que la ideología que se les transmite pierda validez y ésta opte por pensar (proceso de reflexión de ideas) de otra forma haciendo imposible para la clase hoy dominante, mantenerse en el poder, pues esa población, buscará la forma de evitar seguir siendo manipulada.

El sismo de 1985 pone a la radio en primer plano, al igual que las elecciones de 1988; la población rebasa por momentos, a sus autoridades oficiales, en los dos sucesos se ve la participación de la sociedad civil sin el clásico paternalismo ejercido por el Estado y sus gobernantes, en 1985, la muestra de la solidaridad es digna de reconocimiento y orgullo; en 1988 se ve a la democracia ya no como utopía, sino como necesidad vital: el gobierno autoritario, ve necesariamente esto como una amenaza.

Ante esta amenaza vital, el sistema económico vigente, ha encontrado una forma excelente de defensa, colocando ante el micrófono de la radio a gente "idónea": Gutiérrez Vivó, Flor Berenquer, Fernando Marcos, Alfredo Farrugia, etc., que contribuya a difundir con su propio estilo y manera de pensar las ideas convenientes a la permanencia y reproducción del mismo sistema; aún cuando ellos pueden creer honestamente, que contribuyen a la pluralidad y apertura democrática, así como la "libre participación de la ciudadanía dentro de la radio" y en los demás medios de comunicación masiva.

De aquí la importancia que tiene para dicho sistema la formación de líderes de opinión y para los investigadores la función que éstos desempeñan en la transmisión y reforzamiento de ideologías.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Pierre, Ansart. Ideología, Conflictos y Poder. México, Premia Editora, 1983. pág 18.
- 2.- Ibidem pág. 22
- 3.- Ibidem pág. 24
- 4.- Ibidem pág. 28
- 5.- Ibidem pág. 33
- 6.- Ibidem pág. 37
- 7.- Silva, Ludovico. Teoría y Práctica de la Ideología. 13ava. Edición, México, Ed. Nuestro Tiempo, 1984, pág. 47
- 8.- Ipola, Emilio de. Ideología y Discurso Populista. México, Folios Ediciones, 1982, pág. 73
- 9.- Romero, José Luis. Situaciones e ideología en Latinoamérica. México; UNAM, 1981, Colec. Nuestra América, pág 42.
- 10.- De la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. México. Ed. El Caballito, 1982, pág. 21
- 11.- Mattelart, Armand. La comunicación masiva en el proceso de liberación. México, Siglo XXI, 1982 pág.25
- 12.- Ibidem Pág 27

IV OPINION PUBLICA

IV Definición de opinión pública y su importancia dentro de la radio.

Hablar de opinión pública es de suma importancia para la comprensión de la función de los M.M.C. con respecto a las noticias e información que transmiten ya que a partir de ésta, su auditorio, tiene la posibilidad de estar a favor o en contra de lo que se decide o se dice.

Actualmente el líder de opinión juega un papel importante en cuanto a la toma de decisiones con respecto a algún acontecimiento, ya que éste es capaz de planear y definir algún tipo de cuestión; así como también, aclara las ideas "vagas" de los demás y las sintetiza de acuerdo a los intereses de la clase a la que sirve.

El papel del líder de opinión en nuestros días, es imprescindible para que el sistema capitalista de nuestra sociedad controle a los individuos que la integran; pues debido a la complejidad de nuestro entorno, una forma de estar "enterados" de lo que sucede en cada parte del mundo, sin necesidad de estar presentes, es a partir de los comunicadores especializados de los M.M.C., quienes nos "actualizan" de cuanto pasa en el mundo.

Así, los locutores tienen acceso a la información; sin embargo, ésta se da de acuerdo a los intereses de la clase dominante, la que al no poder transmitirla directamente pues dentro del sistema capitalista, se le considera como la clase opresora, se vale de los primeros para verterla.

A continuación, daremos algunas definiciones del con-

cepto opinión pública y de la importancia del líder de opinión para conformar dicha opinión pública.

Kimbal Young define a la opinión pública como "...las opiniones sostenidas por un público en cierto momento".¹ y surge cuando las costumbres y sentimientos que la sostienen se ponen en duda, o bien cuando hay un conflicto con respecto a un valor determinado dentro de la sociedad.

La opinión pública, como proceso democrático (donde según el autor, todos los ciudadanos responsables deben tomar parte activa en la formulación de respuestas a los problemas públicos), retoma sus fundamentos de la época griega en donde existen cuatro supuestos fundamentales, éstos son: a) la comunidad y los controles políticos descansan en un cuerpo compuesto por los ciudadanos adultos y responsables de la comunidad; b) tienen el derecho y el deber de discutir los problemas públicos con la vista puesta en el bienestar de la comunidad; c) de la discusión puede surgir algún acuerdo; d) el consenso será la base de la acción pública.

Así pues en el mundo contemporáneo, la opinión pública viene a ser básica desde que hay una participación de los integrantes de la sociedad en cuanto a algún hecho que los afecta o favorece, dicha participación la observamos en lugares públicos como centros laborales, escuelas, cafeterías, etc.

Young menciona la existencia de cuatro etapas básicas del proceso de formación de la opinión pública:

1) Algún tema o problema comienza por ser definido por ciertos

individuos o grupos interesados, como un problema que exige solución.

2) Consideraciones preliminares y exploratorias con respecto al problema en cuestión, que se da en charlas, debates públicos, editoriales de prensa, etc.

3) Sigue entonces la etapa de posibles soluciones.

4) El consenso de las opiniones emitidas es consecuencia de las etapas anteriores.

La opinión pública, en épocas remotas, era algo cotidiano donde toda la sociedad participaba; sin embargo, con el crecimiento industrial, comercial y urbano, esta práctica, se ha transformado a tal punto que ahora la participación está basada en la información que recibimos de fuentes indirectas arriesgándonos a que ésta sea un tanto incorrecta. Existen factores psicológicos que contribuyen a la formación de la opinión pública, entre ellos se encuentran el aprendizaje, procesos de pensamiento, relación entre lenguaje y pensamiento, desarrollo de estereotipos, mitos y leyendas.

Para Young la opinión pública se forma por actitudes verbalizadas, ideas y convicciones acerca de algún tema discutido: la opinión pública se constituye por factores racionales e irracionales.

La motivación para que surja una nueva opinión pública, es consecuencia de una búsqueda de satisfacciones tanto individuales como colectivas, así como también ocurre cuando los valores sostenidos por mucho tiempo no son suficientes a las satisfacciones del individuo, éste lo comunica a los demás

miembros de su comunidad, con la finalidad de crear consenso con respecto a el objeto que mueve al cuestionamiento del entorno social.

Sprott nos menciona que es difícil expresar lo que significa opinión pública y es la palabra pública la que causa dificultad; por lo que decide utilizar la palabra actitud.

Para Sprott, la opinión pública tiene mucha influencia de la actitud ya que ésta, se relaciona con la interacción a través de la cual aprendemos desde pequeños la significación que se le da a nuestro entorno; por lo que las costumbres y patrones aceptados por la sociedad, son la base sobre la que se construye la opinión pública.

Aquí es importante considerar dos aspectos opuestos que componen a la opinión pública, dichos aspectos son:

a) La Estabilidad.- Se dice que la opinión pública es estable en la medida en que, aún pasando bastante tiempo, ésta permanece en los círculos en los que interactuamos debido a la internalización de valores que hicimos desde pequeños y no nos atrevemos a dejar en forma rápida, y si acaso la llegamos a abandonar, sería con cierta resistencia.

b) El Cambio.- La opinión pública se cambia cuando aparecen circunstancias que inclinan a la mayor parte de la población a escuchar teorías que los hombres de sentido común separaban y recelaban por considerarlas una paradoja, es decir, algo extraño u opuesto a la opinión común de la sociedad en la que viven.

Sprott señala que existen cuatro circunstancias para que se de el cambio de opinión pública:

1) Noticias; en donde se dice a la gente algo nuevo que les atañe a través de la radio y de los periódicos "...el lenguaje emotivo que usan para presentarlas, y el punto de vista que ofrecen, son factores mucho más importantes que el comentario editorial"².

2) Cambio en la experiencia real; es decir, los cambios que podemos tener en nuestra vida cotidiana ya sea por condiciones económicas (devaluación de nuestra moneda o bien la caída de la bolsa de valores), de salud (epidemias como el sarampión o el sida) o por alteraciones geográficas (terremoto en 1985).

3) Cambios en la práctica; se refiere al desempeño que tenemos en nuestra cotidianidad, en donde corroboramos y actuamos de acuerdo a los que se nos ha enseñado, sin embargo, en ocasiones sucede que se nos dice o educa para actuar en forma específica ante determinadas circunstancias, pero al entrar en contacto con los demás, nos damos cuenta que la realidad es otra y debemos adaptarnos a ella a fin de subsistir, dejando de lado lo aprendido (por ejemplo, se nos educa para no decir mentiras, sin embargo, en la sociedad las mentiras son lo que más abunda).

4) Liderazgo; Spratt menciona que "Respondemos al presente en términos de su semejanza con el pasado y en nuestro mundo de contactos impersonales, desarrollamos estereotipos privados como métodos toscos pero eficaces de encasillamiento."³. Es decir, los estereotipos nos ayudan a realizar conceptualizaciones acerca de nosotros y de los demás, así, somos capaces o no de cambiar la opinión que tenemos con respecto de algo o de alguien.

Según el autor el rumor, juega un papel importante dentro del proceso de cambio de opinión ya que al pasar de boca

en boca, la información, sufre modificaciones considerables que al llegar a nuestros oídos, se aleja de su fuente original, esto provoca que el cambio de opinión que pudieramos tener sea equivoco o alejado de la realidad.

Gino Germani, nos dice que la opinión pública durante la época del Iluminismo, servía para crear consenso con respecto a algún tema específico, en el cual se daba la participación de la mayoría de la población a través de debates públicos; un aspecto importante para que surja el debate es que los individuos que participan en él, tengan un desarrollo intelectual favorable pues de esta manera, su participación será sumamente enriquecedora.

Para Marx la opinión pública es uno de los instrumentos de la clase dominante para seguir en el poder; se vale de ésta para crear la ideología necesaria con la cual expondrá ante toda la sociedad su propio punto de vista (sino el único y verdadero, si el que desea que la mayoría reproduzca en forma inconciente dentro de su vida cotidiana).

La clase en el poder, convencida de que su propia visión, es la válida, siempre buscará la forma de expresarla, para esto, retomará todo aquello que le ayude a sostenerla, inclusive, inventará las herramientas necesarias, en este caso la opinión pública; ahora bien, para que funcione adecuadamente es importante, encontrar a los sujetos adecuados que se encarguen de establecer las condiciones necesarias para que surja un consenso sobre la importancia de mantener el orden existente. Así, tenemos a una serie de emisores de la ideología burguesa dentro de los M.M.C. que en nuestros días son tan comunes.

Silvia Medina y Vedia, manifiesta que la opinión pública aparece ligada al desarrollo del capitalismo; elabora un análisis histórico sobre éste y define cómo es que para que la burguesía, se mantenga en el poder, ésta recurre a la opinión pública para seguir gobernando.

Para González Llaca la opinión pública es "(...) la adhesión implícita o explícita de la mayoría de los miembros de una clase social a una alternativa propuesta por sus líderes y/o por los medios de información, en relación a un asunto cuyo tema es de interés general y promueve controversia"⁴.

Por lo anterior vemos que el concepto de opinión pública nace con la historia de la humanidad y tiene como objetivo crear, fundamentar y sostener el orden ideológico existente dentro de una sociedad.

Consideramos que la opinión pública, en nuestro días, se encarga de mantener la ideología del sistema capitalista, para lograrlo, se vale de líderes de opinión acorde a sus intereses, quienes están colocados estratégicamente dentro de los M.M.C. (en televisión Jacobo Zavlodowski, Fernando Swartz, Lolita Ayala; en prensa Rolando Cordera, Píndaro Uriostegui, Regino Díaz Redondo, en radio Flor Berenguer, Gutiérrez Vivó, Nino Canún, Guillermo Ochoa, Lourdes Guerrero); son ellos quienes por medio de sus comentarios y su forma tan característica de difundir las noticias, le ponen el "toque final" para crear dentro de la sociedad una forma de pensar que responda a las necesidades de la clase dominante en nuestro país; es decir, se adula la imagen de que México, al establecer vínculos políticos y económicos con

países como Estados Unidos o el Japón, llegará en poco tiempo a ser un país desarrollado a altos niveles y competirá con las grandes potencias mundiales; sin embargo, la realidad es otra ya que actualmente la crisis e inflación en que vivimos, nos demuestran que pasaremos a ser un país con dependencia económica mayor a la actual, así como también un "maquilador" más de la materia prima que estos países necesitan para conservar su lugar dentro del mercado competitivo.

Ante esto González Llaca, acertadamente plantea: "El proceso de formación de la opinión pública moderna ha perdido su capacidad para reflexionar y discutir, su expresión se reduce a aprobar o desaprobar los actos del gobierno...esta opinión se restringe a una adhesión al "sí o no", a exigir tal o cual cosa, a chiflar o aplaudir en situaciones que se presentan en blanco o negro".

En nuestro estudio es de suma importancia conocer el proceso de formación de la opinión pública ya que intervienen factores psicológicos y sociales como pueden ser la respuesta a un cierto estímulo, la influencia social, el cambio de actitudes y la persuasión por mencionar algunos.

Debido a dichos factores, se puede inferir que la opinión pública no se apega todo el tiempo a la ideología dominante; en momentos críticos, puede tomar posiciones contrarias a las indicadas por el gobierno (baste recordar el sismo de 1985 en donde, ante la incapacidad del Estado, la sociedad civil tomó decisiones importantes e inmediatas para iniciar el rescate de aquellos que se encontraban debajo de los escombros).

Como mencionamos anteriormente, los líderes de opinión son parte indispensable para la clase dominante; a manera de ejemplo, expondremos algunos hechos recientes dentro de la vida de nuestro país y que generaron una serie de opiniones diversas dentro de las diferentes clases sociales.

1.- EXPLOSION EN SAN JUAN IXHUATEPEC, en donde miles de personas perdieron la vida a consecuencia del mal mantenimiento que reciben las instalaciones de PEMEX, los medios informan, desde sus inicios, la magnitud del siniestro, por medio de la gente "autorizada", se nos pide no acercarnos al lugar a fin de no entorpecer las labores de rescate, así mismo, nos es solicitada ayuda material como son alimentos pedecederos, ropa, medicamentos, etc, para los sobrevivientes de la explosión. En el momento en que se manifiesta y se deja entrever, por medio de la denuncia de los habitantes del lugar, que la mala administración es causa y efecto de su desgracia, inmeditamente los M.M.C., refuerzan y dan un matiz de asombro y consternación a la explicación dada por el entonces alto funcionario de esta institución Mario Ramón Beteta; a todos se nos hace creer que en verdad el desastre es algo ajeno al personal encargado de la planta ubicada en ese lugar, se trata de calmar el descontento social por medio de los líderes de opinión los cuales se encargan de crear una imagen "humana" del culpable de esta situación.

2.- TERREMOTO DE 1985; en esta ocasión, a casi un año de la explosión, la ciudad de México es sacudida por un fuerte sismo, en el cual se pierden miles de vidas humanas, así como también construcciones, en esta ocasión los líderes de opinión nos

piden no acercarnos al lugar del derrumbe para facilitar las labores de rescate; sin embargo, la sociedad civil, "desobedece" y se lanza a las calles a rescatar a cuantos podían, surgen a las pocas horas una serie de denuncias incapaces de ocultar; las calles son tomadas para manifestarse en contra del gobierno y su política mal aplicada del plan DNIII, en forma desesperada, la clase dominante trata de acallar el descontento poniendo al frente a los mayores líderes de la opinión o mejor dicho a los más vistos y escuchados, tanto Gutiérrez Vivó, como Guillermo Ochoa, Lourdes Guerrero, Raúl Velasco, minimizan la magnitud del desastre y piden que "siga la función", aquellas actitudes en contra del gobierno son habilmente revertidas y con el paso de los días, mucha gente empieza a "reponerse" del impacto dejando a la deriva a todas las personas que no tienen un espacio donde dormir, el ejemplo de solidaridad mostrado por la ciudadanía, es absorbido magistralmente por nuestros gobernantes y lo convierten en bandera de vanguardia para futuros movimientos políticos.

Esto no significa, en ningún momento que la magnitud del desastre se olvide o se deje de lado como algo que no volverá a suceder, los líderes de opinión de la clase dominante no son lo suficientemente poderosos para borrar de la memoria histórica y colectiva de un pueblo aquellos acontecimientos que han trastocado y en ocasiones transformado su vida, un ejemplo de esto lo tenemos en las luchas que han seguido organizaciones como el Sindicato de Costureras "19 de septiembre", la unión de vecinos de la colonia doctores UVCD, la unión de vecinos y damnificados UVyD, etc. quienes aún a cinco años del desastre,

todavía siguen esperando solución a sus demandas por parte del gobierno.

Lo manifestado por los líderes de opinión puede convertirse en irritación y enojo logrando una mayor movilización de la sociedad civil para desacreditar a todo el sistema ante los ojos del mundo y de aquellos ciudadanos que todavía confían en que el Estado resolverá satisfactoriamente los problemas de vivienda que se recrudecieron a raíz del sismo.

3.- MOVIMIENTO DEL CEU, la característica de este movimiento es la participación del sector estudiantil el cual se manifiesta en contra de las reformas universitarias propuestas por el entonces rector de la máxima casa de estudios Jorge Carpizo, durante este tiempo, la ciudadanía se vio envuelta en una serie de manifestaciones estudiantiles ante las que estaba a favor o en contra, en las calles, era fácil ver cartulinas de padres de familia quienes apoyaban a sus hijos o bien encontramos gente que negaba el apoyo acusando a los estudiantes de vagos, fósiles, comunistas o delincuentes, los teléfonos de algunas radiodifusoras, así como de programas televisivos, estaban abiertos al público para que expresara su opinión en torno al problema, curiosamente, sólo pasaban al aire llamadas que coincidían con el punto de vista de los locutores, con lo cual se reforzaba el total desacuerdo de las acciones tomadas por el movimiento estudiantil; hay que aclarar que por cada llamada a favor, se recibían tres o cuatro en contra.

Lo anterior es una clara muestra de las limitaciones de

los medios en cuanto a su utilización por parte de los líderes, pues el control de los mismos es tal que en cuanto surge un cuestionamiento o denuncia veráz sobre alguna cuestión, de inmediato se sale del aire o se interfiere la comunicación.

4.-ELECCIONES DE 1988; quizá ésta sea una de las formas más claras de cómo la función de los líderes de opinión es sumamente indispensable para la manutención del sistema actual, para muchos de nosotros es un claro ejemplo de la imposición del gobierno y de la falta de democracia existente en nuestros días, aún cuando la ciudadanía votó por un cambio en las condiciones de vida, se insiste en hacernos creer, hasta la fecha, que el presidente fue electo por voluntad popular, una vez más, los encargados de difundir la ideología imperante, nos informaron en las primeras horas del "triunfo contundente e inobjetable" del partido oficial (dicho triunfo fue comunicado por De la Vega Domínguez, presidente del CEN del PRI), ante tal burla a la opinión vertida por la sociedad civil, ésta sale a las calles a manifestar su descontento y a exigir que se respete la voluntad popular, sin embargo, esto no sucede y abiertamente vemos como es que los M.M.C., en su mayoría, difunden discursos de convencimiento y aceptación al presidente electo, se le da importancia vital a todos los actos de "apoyo" que crea la clase dominante, pancartas, llamadas telefónicas, actos de solidaridad, festejos, desplegados, etc, fueron utilizados para hacer creer que efectivamente el PRI había ganado una vez más, de nada sirvieron las denuncias a nivel internacional, los plantones, marchas, pintas, desobediencias civiles, etc, para que la clase dominante cambiara

su postura.

5.- MOVIMIENTO MAGISTERIAL, en esta ocasión los protagonistas de la historia en nuestro país, fueron los maestros quienes se opusieron a la imposición del representante sindical, las calles nuevamente fueron tomadas para exponer la falta de democracia y los bajos salarios que percibe un profesor así como las condiciones en la que actualmente viven debido a la inflación tan aguda que existe en el país, a medida que va cobrando fuerza este movimiento, vemos como se hacen esfuerzos desesperados por mantener el "orden"; el representante de la Asociación de Padres de Familia, habla ante los medios de difusión masiva para informarnos de las consecuencias que puede acarrear permitir las acciones de gente poco interesada en el bienestar de nuestros hijos que unicamente busca la satisfacción de sus intereses escudándose en los pequeños, así, el apoyo que en primera instancia se logró, se vio afectado por la intervención de la gente puesta al servicio de la clase en el poder, algunos padres de familia exigieron, se les diera clase extramuro a los niños a fin de que no perdieran el año escolar.

Estos son solo algunos de ejemplos de cómo el líder de opinión es fundamental para la existencia de la ideología actual, así como también de la forma de vida de unos cuantos.

El conocer el manejo de grupos, énfasis en el tono de voz, diversidad de poses ante las cámaras, etc, son algunos de los elementos psicológicos que se utilizan para crear una actitud y opinión acorde a las necesidades de los dueños de la riqueza en nuestro país.

Como psicólogos sociales, debemos, estudiar más a fondo la importancia de los M.M.C. en nuestra sociedad, a fin de poder explicar y comprender ampliamente la conducta de los que integramos esta sociedad; queda pues esta investigación como un elemento de ayuda a investigaciones posteriores sobre el mismo tema.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Young, Kimbal. La opinión Pública y la Propaganda, México, Ed. Paidós pág 11
- 2.- Ibidem pág 80
- 3.- Ibidem pág 86
- 4.- González, Llaca. La Opinión Pública. (Bases preliminares para el estudio de la propaganda política). México, UNAM, 1977. pág 27.
- 5.- Ibidem pág 24.

104437

LA LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION

Como mencionamos en el capítulo anterior, la legislación de la radio y televisión mexicana surgen de acuerdo a los intereses de inversionistas y políticos, con la finalidad de permitir a éstos un uso y abuso de los medios mencionados; como expondremos a continuación veremos que los artículos citados dejan entrever este uso y abuso al permitir a los inversionistas fundar y manejar a la radio y a la televisión como mejor les convenga, dejando a un lado los intereses y necesidades del país en cuanto a la utilización de estos medios.

"La Ley Federal de Radio y Televisión fue expedida el 8 de enero de 1960 y publicada en el Diario Oficial el 19 de enero del mismo año."

Aproximadamente, 40 años antes, la radio había generado sus primeras transmisiones sin una ley o reglamento específico en el que se mencionaran sus funciones, uso, dirección, objetivos, finalidad, etc, y 10 años atrás, de la misma forma que la radio, la televisión realizaba su primera emisión oficial con motivo del IV informe de gobierno del entonces presidente Miguel Alemán.

Este instrumento jurídico tiene como fin justificar y legitimar los procedimientos y acciones arraigadas que los concesionarios practican desde los inicios de la radio y televisión, esto ha dado como resultado que actualmente escuchemos el tipo de programación que tenemos así como en la

televisión sucede lo mismo.

A continuación citaremos y analizaremos algunos de los artículos más importantes a nuestro juicio que permiten vislumbrar el uso y abuso que mencionamos anteriormente en la radio.

TITULO PRIMERO: PRINCIPIOS FUNDAMENTALES. CAPITULO UNICO

ARTUCILO 2o.- " El uso del espacio territorial mediante canales para la difusión de noticias ideas e imagenes como vehiculos de información y de expresión, sólo podrán hacerse previa concesión o permiso que el ejecutivo federal otorgue en los términos de la presente Ley."²

Este artículo precisa que las emisoras de radio y televisión sólo podrán funcionar previa concesión por parte del ejecutivo, desde sus inicios, la Ley marca la línea de dependencia a la que deberán sujetarse los concesionarios de estos medios, consideramos que dichas concesiones deberían ser estudiadas y autorizadas por el poder legislativo, pues dicho poder conoce en forma más concreta las necesidades de la nación ya que su nivel de representatividad es más democrático.

ARTICULO 4o.- " La radio y la televisión constituyen una actividad de interés público, por lo tanto el Estado deberá protegerla y vigilarla para el debido cumplimiento de su función social."³

Este artículo es de suma importancia puesto que la radio y la televisión son calificadas de interés público, es decir, en este caso el Estado deberá intervenir en la radiodifusión en forma mayoritaria y no como hasta el momento lo hace por medio

del IMER, además debería vigilar en forma más rígida el cumplimiento de su función social y no como lo que en realidad es y debía haber sido denominada: servicio público, entendiéndose por este la satisfacción de necesidades en forma particular y concreta de la comunidad o nación.

La radiodifusión es la única explotación y uso establecido como vía general de comunicación en el país que no está reconocida por la ley como servicio público, sino como actividad de interés general. Esto además de romper con toda doctrina jurídica autorizada en la materia, establece prácticamente un régimen de explotación comercial, lo cual resulta ser grave pues consigna en favor de comerciantes, bienes del dominio público de la nación, quedando una vez más de manifiesto que los MMC, sirven a una sola clase (la que tiene el poder), y deja de lado la participación de la sociedad civil.

ARTICULO 5o.- " La radio y la televisión tienen la función social de contribuir al fortalecimiento de la integración nacional y al mejoramiento de las formas de convivencia humana. Para tal efecto, a través de sus transmisiones, procurarán:

I.- Afirmar el respeto a los principios de la moral, la dignidad humana y los vínculos familiares.

II.- Evitar influencias nocivas y perturbadoras al desarrollo armónico de la niñez y la juventud.

III.- Contribuir a elevar el nivel cultural del pueblo o a conservar las características nacionales, las costumbres del país, sus tradiciones, la propiedad del idioma y exaltar los

valores de la nacionalidad mexicana.

IV.- Fortalecer las convicciones democráticas, la unidad nacional y la amistad además de la cooperación internacionales."*

Analizando cuidadosamente los apartados de este artículo encontramos lo siguiente:

I.- Consideramos que la moral es un término subjetivo al cual cada quién le dará su propia interpretación, por ejemplo, tenemos que para las instituciones religiosas la moral, es el cumplimiento de los preceptos marcados en la iglesia, para la jurisdicción la moral es el cumplimiento de las normas establecidas dentro de la ley para el buen funcionamiento de la sociedad así como su convivencia; sin embargo, dado que el modelo radiofónico que se planteó en el país fue copiado del modelo norteamericano, los conceptos de moral, dignidad humana y vínculos familiares responden a los de dicho modelo y no a los de nuestro país, por lo que se nos "invita" a ser una familia "Feliz" sin mas preocupaciones que la de encargarnos de mantener esa felicidad, así como también debemos indignarnos cuando se trate mal a un blanco dentro de algún restaurante o cine, pero jamás nos molestaremos por que a una gente de color la golpeen en la calle, etc.

II.- Lo expuesto en este apartado no se cumple en la práctica cotidiana ya que el desarrollo armónico de la niñez y la juventud abarca cultura, alimentación, educación, estabilidad emocional y psicológica que no se satisfacen sólo con música, otro elemento

es el tipo de publicidad que se transmite, la cual es nociva al inducir a los receptores a ingerir o desear la compra y uso tanto de cigarrillos como de bebidas alcohólicas.

III.- En la actualidad se cuenta con tres radiodifusoras de tipo cultural dentro del D.F. y 57 de tipo comercial, es decir, 5% en total, con lo anterior se demuestra que este apartado no cubre las necesidades mínimas. Las costumbres del país y sus tradiciones no son promovidas ni reforzadas y en caso de divulgarlas, se hace en forma de dato curioso. Actualmente los locutores de JAZZ FM (104.1 Mhz), Radio Universal (101.3 Mhz) con el show de Ric Tiss, Stereo Rey (102.5 Mhz), Radio VIP (98.1 Mhz) y W.F.M. (96.9 Mhz), realizan sus comentarios en Inglés sin la subsecuente traducción en español requerida por esta misma ley en el artículo 75, por lo que los valores de la nacionalidad mexicana quedan de lado y se exalta el deseo de "ser" como los norteamericanos.

IV.- No hay convicciones democráticas desde el momento en que no se nos permite tener una participación directa y amplia en los medios, pues la mayoría de las veces somos únicamente receptores pasivos y en el momento de denunciar algo que nos parece mal o que no estemos de acuerdo, se nos cortan las llamadas o se nos cierran las puertas.

Al trazar este cuadro normativo se advierte la ausencia de apoyo a una clara función social a la creatividad, la discusión política, el análisis, la reflexión o el comentario a través de estos emisores.

CONCESIONES, PERMISOS E INSTALACIONES

CAPITULO PRIMERO: CONCESIONES Y PERMISOS

ARTICULO 13.- "Al otorgar las concesiones o permisos a que se refiere esta ley, el ejecutivo federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes determinará la naturaleza y propósito de las estaciones de radio y televisión, las cuales podrán ser: comerciales, oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o de cualquier otro indole. Las estaciones comerciales requerirán concesiones. Las estaciones oficiales, culturales, de experimentación, escuelas radiofónicas o las que establezcan las entidades y organismos públicos para el cumplimiento de sus fines y servicios, sólo requerirán permiso."

En este artículo si bien se deslinda la naturaleza de las emisoras, no se fomenta a las de tipo educativo y se les deja al arbitrio de las condiciones sociales y económicas que privan en el país, con esto se ve claramente el sentido que tiene esta ley así como los intereses de la clase a la que sirve; la legislación no debió haberse ocupado solamente de señalar las características entre los diferentes tipos de emisiones, sino que también, debió haber tomado en cuenta las enormes necesidades que tiene nuestro país en materia educativa, cultural y de orientación cívica: el modelo que tenemos actualmente de radio, responde por tanto a la vida y cultura norteamericana, que son totalmente ajenos a nuestro modo de vida.

Es importante establecer la diferencia entre permiso y

concesión en donde el primero de destina a estaciones culturales donde no se podrá comercializar el tiempo de transmisión y solo mantendrán el subsidio otorgado por el gobierno, siendo esto poco ventajoso ya que las mismas tienen que competir con las estaciones que cuentan con grandes recursos económicos, y por ende, tecnológicos provocando que su señal sea menos escuchada por el auditorio radiofónico; el segundo, se refiere a que el tiempo podrá ser comercializado al mejor postor del que frecuentemente se escuchan sus mensajes comerciales por ejemplo, las grandes transnacionales (Good-Year, Nissan, Pepsi, Coca-Cola, etc), así como las nacionales (Casa Pedro Domecq, Bacardi, Superior, Corona, Bancomer, Telmex, Pemex, etc.).

ARTICULO 16.- "El término de una concesión no podrá exceder de 30 años y podrá ser refrendado al mismo concesionario que tendrá preferencia sobre terceros".

Resulta notable observar por una parte, el enorme lapso en que es concesionado un patrimonio de la nación y, por otra, la ausencia total de requisitos para obtener el refrendo de la misma. Las administraciones públicas deberían realizar anualmente una detallada evaluación del cumplimiento o no, que el concesionario hubiese hecho de esta ley, de sus reglamentos y de los términos que marca o especifica a efecto de resolver si la concesión se mantiene o se revoca. Esto sin perjuicio de que pudiera ser revocada en cualquier momento.

El texto de este artículo y en general la ley, muestran complacencia anticipada ante la tarea de quienes, de manera temporal, tienen en sus manos una concesión federal. Es

importante citar que en Estados Unidos (de donde se ha copiado el modelo radiofónico), las concesiones duran en promedio 2 años y medio, lo que nos hace reflexionar que por qué si se copió el contenido de la programación, no se copió de igual manera la legislación de este.

ARTICULO 17.- "(REFORMADO) sólo se admitirán solicitudes para el otorgamiento de concesiones para usar comercialmente los canales de radio y televisión, cuando el ejecutivo federal por conducto de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes, previamente determine que pueden destinarse para tal fin lo que hará del conocimiento general por medio de una publicación en el Diario Oficial. Las solicitudes de concesión deberán llenar los siguientes requisitos:

I. Nombre o razón social del interesado y comprobación de su nacionalidad mexicana.

II. Justificación de que la sociedad, en su caso, está constituida legalmente.

III. Información detallada de las inversiones en proyecto.

SEGUNDO (TRANSITORIO) Las solicitudes de concesión en trámite se resolverán de acuerdo con este decreto".?

En este artículo las solicitudes de concesiones se concretan a llenar requisitos de orden formal. No se exige que el concesionario tenga una formación humanista, cívica o artística. El concesionario se concreta a proporcionar exigencias semejantes a las que pudieran citarse en el caso de querer establecer una zapatería. No se pide un compromiso con la problemática nacional.

En total son 16 artículos (del 13 al 28) en donde se exige al futuro concesionario los requisitos para manejar una concesión federal. Además del hecho gratuito de tener nacionalidad mexicana, los concesionarios deben reunir requisitos técnicos y económicos. En ningún momento, se les pide un mínimo de nivel educativo ni de alguna preocupación por la situación del país, ni mucho menos que cumplan una tarea educativa específica o de orientación cívica. Pareciera ser que la nación cuenta con los recursos pedagógicos sobrados para tan basta tarea ya que estas herramientas de difusión se destinan a ser negocios mercantiles en donde los esfuerzos en familiarizar al público con el pensamiento, la reflexión, la belleza, la creatividad y la crítica, son totalmente ajenas.

CAPITULO TERCERO: PROGRAMACION

ARTICULO 58.- "El derecho de información, expresión y de recepción, mediante la radio y la televisión, es libre y consecuentemente no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa ni de limitación alguna, ni de censura previa y se ejercerá en los términos de la Constitución y de las leyes."

La redacción de este artículo pudiera inscribirse como un texto ejemplar en el país si todos tuviesen acceso a los medios de difusión, si así fuese, ello equivaldría a la libre oportunidad de cada cual, de no solamente pensar, sino de expresar sus ideas sin cortapisa. Sin duda, otro sería el país que habitaríamos; la reflexión y la crítica nos brindaría la oportunidad del cambio social constante.

ARTICULO 59.- "Las estaciones de radio y televisión deberán efectuar transmisiones gratuitas diarias hasta de 30 minutos continuos o discontinuos dedicados a difundir temas educativos, culturales y de orientación social."

Desde que se promulgó la presente ley, ha quedado en el limbo de la indefinición lo que el estado entiende por "educativo, cultural y orientación social", de aquí que la simple transmisión de anuncios comerciales puede considerarse como una transmisión que encierra los tres conceptos anteriores. Actualmente dicho tiempo es utilizado por el Estado a través de la RTC (Radio Televisión y Cinematografía), la cual transmite el mismo tipo de música de la estación con la única diferencia de que no se pasan cortes comerciales, pudiendo haberse ocupado este tiempo en temas de interés social como pueden ser: salud, cultura, educación, política, etc.

ARTICULO 75.- "En sus transmisiones las estaciones difusoras deberán hacer uso del idioma nacional. La Secretaría de Gobernación podrá autorizar en casos especiales el uso de otros idiomas, siempre que a continuación se haga una versión al español, íntegra o resumida a juicio de la propia Secretaría."

La estación de radio XEVIP, difunde un mínimo de 12 horas diarias absolutamente en inglés, la estación XEDF transmite promocionales de la estación JAZZ FM totalmente en inglés, Radio Cañon y JAZZ FM transmiten simultaneamente un programa de 7 a 9 a.m. conducido por Eduardo Ruiz Heally donde cada media hora transmiten un reporte financiero en inglés sin la respectiva

traducción, solo por citar algunos ejemplos.

ARTICULO 77.- "Las transmisiones de radio y televisión, como medio de orientación para la población del país incluirán en su programación diaria información sobre acontecimientos de carácter político, social, cultural, deportivo y otros asuntos de interés general nacionales e internacionales."¹¹

Al parecer este artículo se cumple al pie de la letra por las radiodifusoras, sin embargo, siendo cuidadosos al momento de escuchar, nos daremos cuenta que la información es seleccionada y transmitida de acuerdo a los intereses de la clase en el poder, por ejemplo, podemos comparar la lectura que hace el Lic. Gutiérrez Vivó en su programa MONITOR en Radio Red (1110 Mhz) y el periodista Tomás Mojarro en el programa DOMINGO SIETE que se transmite en Radio UNAM (860 Mhz) en torno a un mismo tema (en este caso el conflicto de Medio Oriente), cada uno analiza la problemática desde su punto de vista, así Gutiérrez Vivó califica de "buenos" a los norteamericanos y de "malos" a los iraquíes, sin ir más al fondo del problema. En cambio, Tomás Mojarro contextualiza el conflicto realizando un análisis más completo, además de dar una oportunidad más amplia a los comentarios de los radioescuchas.

Con lo anterior pudimos darnos cuenta de que la Ley Federal de Radio y Televisión ha sido utilizada para legitimar los usos y abusos de los grandes radiodifusores y de la clase a la cual sirven, sin tomar en cuenta las necesidades de los radioescuchas así como también de la comunidad nacional; otro claro ejemplo de dicha prepotencia es la de ver cómo en julio de 1990 se aprobó en

la Cámara de Diputados el Código Federal de Instituciones y Procedimientos Electorales en el cual se establece un retroceso más que un avance en el capítulo referente a el acceso a los partidos políticos a la radio y la televisión en el cual se especifica que "en periodos electorales la duración de las transmisiones destinadas para la expresión de esas organizaciones se incrementará de acuerdo a la fuerza electoral de ellas, lo cual rompe con lo señalado con la Legislación anterior donde se estipulaba que los partidos tendrían tiempos idénticos en radio y televisión"¹² Por lo que ahora el PRI tendrá mucho más tiempo para transmitir sus mensajes políticos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 1.- Cremoux, Raúl. La Legislación Mexicana en Radio y Televisión. México, UAM Xochimilco, 1989, Colec. Ensayos, pág. 15
- 2.- Ibidem pág. 16
- 3.- Ibidem pág. 16
- 4.- Ibidem pág. 19
- 5.- Ibidem pág. 26
- 6.- Ibidem pág. 26
- 7.- Ibidem pág. 28
- 8.- Ibidem pág. 54
- 9.- Ibidem pág. 57
- 10.- Ibidem pág. 69
- 11.- Ibidem pág. 70
- 12.- Gutiérrez Espíndola José L.
Mejía Barquera Fernando Para una historia mínima de los medios en 1990. en Revista Mexicana de Comunicación, # 15, año tres, enero-febrero, 1991, págs. 12 y 13

V.- ALGUNOS MODELOS RADIOFONICOS

En períodos de crisis y de tensión dentro de cualquier sociedad, se procede a reforzar la presión que ejerce sobre los medios masivos de comunicación a fin de mantener el poder sobre la sociedad; cuanto más grave o aguda es la crisis, el aparato represivo es mayor y más sofisticado, sin embargo, la pérdida de confianza de la sociedad civil con respecto a los medios masivos, es una respuesta casi inmediata a dicha represión ya que no se permite la libre expresión ni la participación democrática de los ciudadanos, existen innumerables ejemplos de lo que mencionamos, a continuación expondremos algunos. Como sabemos, dentro de nuestro país, la radio pertenece un tipo de ideología dominante basado en la unilateralidad del mensaje, el sensacionalismo y división en la emisión de los géneros musicales y de información sin tomar en cuenta las inquietudes del público; sin embargo, esta característica no es sólo nuestra, sino también de las radios europeas y americanas que tienen como finalidad mantener la forma de vida que debe llevar la mayoría de la población conforme a un patrón establecido por la clase minoritaria poseedora de los medios de producción.

Como respuesta al tipo de programación que existe actual-

mente, tanto en la radio comercial como en la llamada de servicio público, en diversos países han surgido una serie de intentos los que representan una nueva forma de hacer radio o televisión.

Tanto en Europa como en América Latina, se han dado distintos movimientos que tienen la finalidad de presentar proyectos muy interesantes al respecto.

Es en el continente Europeo, donde surgen las primeras manifestaciones en cuanto a un tipo de radio alternativa, la cual satisfaga las necesidades de la mayor parte de los radioescuchas; así tenemos que en 1937, en Alemania, sale al aire una emisora pirata "La Emisora de la Libertad" que se opone al régimen facista de Adolfo Hitler, dicha emisora es severamente reprimida por el ejército desapareciendo en pocos meses. Radio Londres tiene la misma característica de la anterior y corre con la misma suerte que la primera dejando de transmitir; en Checoslovaquia (1968), surgen una serie de "radios libres" para prevenir a la población del ataque soviético ante el cual se resiste en forma admirable durante algunas semanas.

En 1975, en Francia se demanda la necesidad de una radio más afín a los intereses de las clases mayoritarias desligados de los intereses políticos y económicos del grupo en el poder; en la misma Francia, en el año de 1977, surgen las radios verdes, que deben su nombre a que sus principales dirigentes eran ecologistas, la falta de organización y claridad en los objetivos que se pretenden, serán uno de los principales obstáculos que enfrentan este tipo de radios teniendo como consecuencia lógica la desaparición de la mayor parte de ellas.

Si bien es importante estudiar las distintas alternativas, es aún más necesario remitirnos a las radios libres de Italia, debido a sus características tan específicas, las cuales servirán como guía para la elaboración de nuevos proyectos de radio alternativa, pues es en este país donde se empiezan a dar una serie de cambios en la legislación de la radio y la televisión. El Partido Comunista Italiano, es uno de los primeros en proponer el paso pacífico de transición hacia el socialismo (que de alguna manera es retomado por Salvador Allende al momento de subir al poder por la vía democrática); sin embargo una de las fallas que vislumbra el PCI, es la falta de enlace entre los Medios Masivos de Comunicación y el grupo gobernante, A finales de la década de los 60's, se empieza a denunciar el acaparamiento de dichos medios por parte del Partido Demócrata Cristiano desde los años 30's; ante este hecho, en 1973, el ministro de Radiodifusión y Telecomunicaciones publica una disposición en la cual se prohíbe la instalación de redes de teledistribución; en 1974, después de una serie de audiencias, se emiten dos fallos en los cuales se manifiesta que: a) "el monopolio no es contrario a la constitución, a condición de que la radio y la televisión den acceso a todas las corrientes de pensamiento y brinde una información no tendenciosa"; b) "se autorice la instalación de redes por cable, siempre que no comuniquen más que a un territorio limitado, y la construcción de repetidoras para las emisiones extranjeras, siempre que no perturben la difusión de las emisoras nacionales." Con la legislación anterior el PCI, y algunos

particulares, pretenderán ocupar el mayor espacio posible dentro de la radiodifusión para tener el mayor número de "adeptos", de esta manera, se inicia una guerra entre ambos por mantener su espacio; sin embargo, después de algún tiempo, el PCI, "abandona" su lucha por lograr una participación más activa y democrática dentro de este importante medio de comunicación masivo.

Pero ante el empuje de la juventud italiana, resurge nuevamente la inquietud por buscar espacios de expresión para todos aquellos que tengan algo que decir, por lo que en 1977, se publica un documento de Radio Citta Futura, en el cual se plantean algunos objetivos que debe perseguir la radio, entre ellos están:

"a) combatir sobre el terreno de la información cotidiana y de la cultura la función ejercitada por las clases dominantes a través de los medios masivos de comunicación más importantes [...] que manipulan la información para conservar el apoyo de las masas al ordenamiento social y económico burgués.

b) cubrir en forma sistemática y articulada el espacio social voluntariamente ignorado y excluido de los grandes medios de comunicación.

c) representar en el campo de la información el punto de vista de movimientos de masas (mujeres, estudiantes, desempleados) que no poseen sus propios medios de expresión.

d) producir una información horizontal basada sobre una relación de masa con la ciudad y la vida social del país que incumbe a los consumidores de información, a fin de convertirlos en protagonis-

tas activos de la vida de las radios, tanto a nivel cultural como informativo."*

Radio Alice, es una de las radios libres que más a dado que hablar dentro de Italia y algunos otros países debido al tipo de programación que transmite, de alguna manera retoma y pone en práctica los objetivos anteriormente mencionados; en esta emisora, la mayor parte de grupos marginados y desprovistos de sus propios medios de expresión, encuentran un espacio para vertir problemas cotidianos por los que atraviesan; la programación es planeada por cada uno de estos grupos y la participación del auditorio es considerable. Durante algún tiempo logra mantenerse en el aire, sin embargo, como es lógico pensar, este tipo de radio afecta severamente los intereses de la clase dominante por lo que se ve en la necesidad de recurrir a la censura y represión de los dueños de la misma; Radio Alice, logra movilizaciones dignas de tomarse en cuenta y demuestra que la radio es un instrumento de poder muy potente el cual puede ponerse al alcance de la sociedad civil para que ella misma se gobierne de manera libre y democrática, con el cierre de la emisora, tras varios asesinatos y represiones, finaliza una etapa importante dentro de la radio-difusión alternativa, sin embargo, no puede negarse que la programación de la "nueva radio italiana" tiene una serie de características de las radios libres que intentaron dar el poder de los mas media a la sociedad civil.

En América Latina también surgen movimientos por intentar tener una radio democrática y que sirva realmente a la comunidad, así podemos ver el caso de El Salvador, Nicaragua, Bolivia o Perú

Perú, en donde la comunicación masiva, sobre todo la radio, es utilizada como instrumento de liberación de estos pueblos, expondremos a grosso modo las características de cada uno de ellos.

Como todos sabemos en el Salvador la utilización del radio es indispensable para el inicio del proceso de liberación que aún existe.

Monseñor Romero es uno de los que utilizan el alcance y difusión que tiene la radio para denunciar las atrocidades cometidas por el gobierno contra la ciudadanía, la emisora YSAX, presenta los hechos tal y como suceden en cada parte del país, así como también, es utilizada por los grupos marginados para exponer su situación, Ricardo Sol, nos menciona en su libro "El Salvador: Medios Masivos y Comunicación Popular", una serie de factores comunicativos que hicieron posible la decisión del pueblo por salir de la opresión en la que aún, después de la pérdida de miles de vidas, viven. Además es importante mencionar la existencia de Radio Venceremos la cual transmite en las zonas liberadas del país todo lo que acontece entre la guerrilla y el ejército salvadoreño; la finalidad pues del radio, es informar, educar y servir a la comunidad con el objeto de que los integrantes de este pueblo tengan mejores condiciones de vida.

En Perú, a partir del movimiento "La Revolución de la Fuerza Armada", se plantea la importancia de la utilización de los medios masivos para manifestarse en contra de algún régimen; en 1971, la Ley General de Telecomunicaciones de ese país, propone

que tanto la radio como la televisión, sean medios al servicio de la sociedad, así como los diarios y revistas. Después del triunfo de la Revolución Peruana, los partidos electoreros que pretenden el acceso al poder, se dedican de lleno a la elaboración de programas televisivos, dejando de lado la prensa y la radio, descuidando así una parte importante de captación de público para lograr engrosar sus filas; además, con esto se pierde la finalidad de la radio como servidor público dado que ya no hay quien se haga cargo de vigilar su función primordial ocasionando con esto que se convierta en un instrumento más al servicio de la clase dominante para conservar el poder.

Las radios mineras de Bolivia son otro ejemplo de la participación civil dentro de un medio masivo.

En 1940 en la localidad de Cancañiri, Bolivia, nace la primera radio minera, Radio Surco la cual transmite desde los centros mineros lo que sucede dentro de la comunidad y el país.

En 1959, 19 emisoras de este tipo conforman una red de emisoras mineras que por lo general se mantienen de los propios recursos económicos de los trabajadores, quienes al estar afiliados a la Federación Sindical de trabajadores Mineros de Bolivia, constituyen el pilar más fuerte de la Central Obrera Boliviana.

Para el año de 1980 suman ya 23 emisoras que están en manos de los trabajadores; durante el golpe de estado, sucedido en ese mismo año, el pueblo boliviano estaba escuchando las transmisiones de la cadena de la democracia establecida por las emisoras

mineras, el ejército se dirigió a los lugares de transmisión con la finalidad de doblegar a los mineros que se encontraban en huelga general y más importante aún era acallar a dichas emisoras. El eficiente servicio de información con que contaban, les permitió transmitir en vivo los avances de las tropas y a su vez, ir reseñando la caída de cada una de las radiodifusoras, aún así la experiencia de las emisoras mineras sigue vigente y cada vez que se tiene la oportunidad estas salen al aire permitiendo la participación del pueblo boliviano.

En nuestro país, han surgido algunos proyectos de radio al servicio de la comunidad, sobre todo en las zonas rurales, en el cual la gente participa en la elaboración de los programas tanto educativos como culturales, un caso concreto es de XELIAS, RADIO UNIVERSIDAD PUEBLO ubicado en el estado de Guerrero, dicha emisora surge el 4 de mayo de 1982 su objetivo principal es crear una emisora de tipo cultural y recreativa en donde el auditorio participe de forma activa y crítica, Radio Universidad Pueblo, pretende ser, como lo señala la Ley Federal de Radio y Televisión, una emisora de interés social; sin embargo, desde su inauguración ha sido objeto de innumerables represiones tanto el personal que labora en ella como sus instrumentos de trabajo. Las autoridades de la entidad así como las federativas sólo han dado largas a las demandas que se han hecho en contra de los atentados sufridos, aún con todo en su contra la estación ha tenido el apoyo del pueblo guerrerense y sigue sus transmisiones en forma un tanto irregular, lo valioso de esta emisora es ver como el pueblo de ese estado tiene la

posibilidad de hacer su propia programación, se abre un espacio a todos aquellos que tengan algo que decir en bien de los demás.

Existen otras emisoras de este tipo en algunas zonas rurales del país, cabe mencionar que conforman el 11.8% de las radiodifusoras que operan en el país, en dichas emisoras el 90% del personal que labora en ellas es gente de los mismos pueblos y la transmisión de los programas es en el dialecto de la población y en español la participación del radioescucha es considerable pues la música que se transmite en la emisora es creada por la misma población con la finalidad de rescatar tradiciones y de crear nuevas formas de expresión; así como también se da el caso de la transmisión de problemas que aquejan a la comunidad y las posibles soluciones a los mismos; sin embargo, como se señaló anteriormente este tipo de estaciones radiofónicas cubre apenas una mínima parte de la población mexicana dejando así de cumplir con un importante objetivo marcado dentro de la Ley Federal de Radio y Televisión, que la radio sea un servicio de interés social

En la capital, donde se concentra la mayor parte del poder tanto económico como político, se tiene conocimiento de la Asociación de Escuchas de Radio Educación, A.C. fundada el 15 de enero de 1984, (día en que se celebra el día del radioescucha) con la finalidad de defender un espacio ganado en cierta forma dentro de la emisora por los radioescuchas, así como también se desea mantener el perfil de programación en donde la participación del

auditorio es activa, en un principio, las instalaciones de la radiodifusora son prestadas para dicho fin; sin embargo, las autoridades de la estación consideraron peligrosa la asociación por lo que se les empezó a negar el acceso a la misma, después de agrupar a 600 radioescuchas, dicha asociación ha venido a menos y quedan muy pocos integrantes, sin embargo, los que aún siguen trabajan en forma activa en sus centros laborales y en aquellos espacios en los que interactúan.

A finales de 1989, se forma un nuevo radio club con la finalidad de defender los espacios de participación directa que tiene el público dentro de la barra juvenil de Radio 590 dirigido por Verónica Ortiz, en la cual hablaba de temas de actualidad y de problemas concretos dentro de la vida cotidiana de los participantes.

A principios de este año se lanza una convocatoria en varios periódicos con la finalidad de hacer más extensivo el club de radioescuchas, durante las primeras sesiones se tiene una respuesta positiva en las cuales se exponen inquietudes y objetivos, se pasa por un proceso de "depuración" y finalmente se concretiza en la dinámica y funcionamiento de éste, se organiza un evento masivo con la finalidad de manifestar el descontento que provoca la censura en cualquiera de sus modalidades, cabe mencionar que dicho evento es bastante concurrido y en la exposición de las cuatro mesas que hubo surgieron una serie de inquietudes y objetivos que la sociedad civil pretende lograr dentro de la radio.

Posteriormente se tiene una participación activa dentro del

programa CAOS, dirigido por Fernanda Tapia en Radio Educación los jueves de 5 a 7 p.m.; dentro de este programa se demuestra que la tesis presentada por la lic. Guadalupe Valdéz representante del IMER en la 3era. mesa en la cual expone que los radioescuchas no tienen imaginación ni creatividad para desarrollar programas de radio, es inválida ya que la creación de personajes, elaboración de programas y uso de los micrófonos por parte de los radioescuchas va más allá de los objetivos propuestos.

Más tarde los integrantes del club de radioescuchas participan con la misma conductora en su programa matutino MATUTINO CONTINENTAL de 6 a 10 a.m. en la estación radio 590 aquí se hace uso del micrófono a partir de la exposición un tanto satírica de hechos reales y concretos de la vida cotidiana de cada uno de los participantes así como de la sociedad civil, el cambio de administración de la emisora será la pauta para cerrarse un espacio más a la participación de los que están del otro lado de la radio; sin embargo, las actividades para el club no terminan aquí sino que se pasa de una etapa a otra ya que se tuvo la oportunidad de crear y aprender a usar la radio, un objetivo propuesto en los inicios del club, además se tiene una participación en el programa DESNUDOS, conducido por Verónica Ortiz en Radio UNAM los jueves a las 21 hrs.

Siguiendo con el avance en los objetivos se programa otra actividad a nivel masivo en la cual se pretende que la participación de la sociedad civil sea mayor para empezar a crear nuevas alternativas de escuchar radio y tener la posibilidad de

hacer uso de todos aquellos espacios en los cuales se da la oportunidad de expresar y opinar en cuanto a lo que sucede en el entorno y las posibles soluciones a muchos de los problemas que nos aquejan, la tarea apenas empieza y es larga, pero aún con todos los obstáculos que pudieran presentarse se seguirá adelante en los los objetivos fijados, no existe conclusión alguna ya que cada sábado la reunión se da en el local proporcionado por la UVyD ubicado en Chiapas y Córdoba en la colonia Roma, haciendo una atenta invitación a todos aquellos que deseen participar en la creación de una alternativa a las transmisiones de la programación del grupo en el poder.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Collin, Claude. La radio como instrumento de participación social y política. radio poder. México, Folios Ediciones, 1983. pág. 94
- 2.- Ibidem pág. 96

NOTICIEROS RADIOFONICOS

Dentro de la diversidad de contenido programático de las estaciones de radio, encontramos aquellas en las cuales se transmiten noticieros, algunos de 4 horas de duración, por ejemplo: MONITOR (1110 Mhz), INOCENTE O CULPABLE y VOZ PUBLICA (730 Mhz), PANORAMA INFORMATIVO (1260 Mhz) y otros de menos duración como el de DOMINGO SIETE (860 Mhz); cada uno de ellos tiene su propio perfil en donde el radioescucha tiene mucha o poca participación. Para nuestro estudio analizamos tres de éstos (MONITOR-conducido por el Lic. José Gutiérrez Vivó-, INOCENTE O CULPABLE y VOZ PUBLICA-dirigidos por Francisco Huerta-, por último el programa DOMINGO SIETE-realizado por Tomás Mojarro-). Cada uno de estos programas junto con sus conductores, tienen una forma particular de transmitir las noticias.

A continuación analizaremos el contenido de cada uno de ellos así como la forma en que manejan las noticias y la importancia que le dan a la participación del radioescucha.

Francisco Huerta.

El 13 de septiembre de 1976, sale al aire en la estación capitalina Radio ABC, el programa Opinión Pública conducido por el periodista Francisco Huerta.

"...sacar el microfono de la cabina, de los estudios y llevarlo a la calle, a los hogares, a los centros de trabajo a

donde está la gente, para que esa gente sea la que hable; pero no sobre temas huecos, convencionales, no, que hable el ciudadano acerca de su gobierno, de sus políticos, de sus problemas económicos, de la injusticia, en fin de lo que necesita corrección en este país. Que se convierta la radio en un gran referendun, que apoye el plebiscito, instrumento democrático desconocido en nuestra nación".¹

El programa se inició con una hora de transmisión de las ocho a las nueve de la mañana. Fue tal el éxito, que el horario se amplió de las siete a las diez de la mañana. Contó con colaboradores importantes en la prensa escrita. La Reforma Política de 1979 tuvo un espacio radiofónico en donde expresar sus puntos de vista. Para las elecciones de 1982 los candidatos de los diferentes partidos políticos tuvieron un espacio en este programa.

Una llamada de la Sra. Adela Osorio afirmando que el gobernador de Queretaro, Rafael Camacho Guzmán le obsequió al entonces candidato del PRI, Miguel de la Madrid, la hacienda "El Rosario", esto fue motivo para que el sindicato de trabajadores de la industria de la Radio, Televisión, conexos y similares, a través de Nezahualcoyotl de la Vega, su secretario general, con fecha del 16 de agosto de 1982, "Por convenir así a los intereses de la organización sindical", retirara la autorización concedida para que Francisco Huerta pudiera transmitir el programa opinión pública.

El PRI por conducto de su secretario de información Salvador Robles Quintero, desmintió el "infundio".

El programa radiofónico Opinión Pública fué suspendido. La concesión de la estación ABC fué vendida. Periodistas y público hicieron presión para que se reanudaran dicho programa. En la Cámara de Diputados fue tema de una sesión, pero Nezahualcoyotl de la Vega tuvo su premio: una diputación federal.

El 27 de agosto, a las 12:00 hrs. en la Alameda central se realizó una manifestación de radibescuchas para protestar por dicha medida, pero no fueron escuchados.

Parte del público siguió unido al rededor del periódico que se había generado como un subproducto de dicho programa: Voz Pública.

En 1984 en la XEQ del grupo Radiopolis, perteneciente al monopolio Televisa, Francisco Huerta tiene su espacio nuevamente.

En 1988 lo cambian a la XEX con la finalidad de que su auditorio se reduzca por las constantes llamadas relacionadas con el fraude electoral para la elección de Presidente, de donde es cesado el 31 de diciembre de 1990.

Su programa se distingue por la amplia participación del radioescucha.

Inocente y Culpable inicia a las 6 a.m. con una hora de duración; en este espacio, la gente tiene un lugar donde puede expresar sus quejas y a exigir justicia, en este programa se han tratado injusticias y abusos como fueron los casos de Ricardo López Juárez donde su madre relató los abusos y las torturas a las que fueron sometidos. El caso Fray Tormenta, donde se le acusaba de violar y vender niños los cuales albergaba en una casa

ubicada en San Martín de las Pirámides, dicho caso aún no se resuelve.

En todos los casos tratados en el programa se reciben llamadas que reflejan el coraje hacia la injusticia burocrática e interesada; una justicia a favor del poderoso y una justicia contra el débil.

Voz Pública se perfila como un noticiero de participación civil en el cual se dan comentarios con respecto a las noticias que da el locutor, su dinámica es dar la información noticiosa pidiendo al público que dé su opinión, en ocasiones pone en duda las noticias que da y pregunta si son importantes o bien que la gente proponga las noticias que considera trascendentes, su periodismo (como él mismo lo ha llamado) es un periodismo civil hecho por los radioescuchas, transmitiendo noticias que se viven en su propia vida cotidiana; podemos decir que su programación nos invita a reflexionar y participar en forma más activa sobre lo escuchado.

Voz Pública sigue buscando el fin real de una noticia y no como Radio Red, donde la noticia termina con una declaración oficial.

JOSE GUTIERREZ VIVO.

Ingresó a estudiar Administración de Empresas a los 17 años. De 1968 a 1972 vivió en Londres con el afán de aprender todo lo posible sobre los medios de comunicación. Trabajó en la BBC, en servicio Latinoamericano. Cuando volvió a México ingresó a la empresa en la que trabaja hasta la fecha, con la intención de dedicarse a las noticias.

Después de que el director de la empresa, Clemente Serna Alvear, concretó su idea de ingresar al campo de los noticieros, salieron al aire el primero de agosto de 1974 con Radio Reporte, Avance instantáneo y Monitor, que se transmitía de siete a ocho de la mañana. De 1974 a 1976, Gutiérrez Vivó fungió como director de información. Regresó a Londres a ampliar conocimientos en al BBC y, al volver, se ampliaron sus funciones en la empresa: operaba Radio VIP, manejaba Radio Red y tenía la responsabilidad del área de ingeniería. Después de un curso tomado en Japón en 1977, tomó la decisión de lanzarse al micrófono, así el primero de mayo de 1978, José Gutiérrez Vivó empezó a realizar una doble función: ser director de información y, a la vez, presentar esa información frente al micrófono.

En 1979 los días 27 y 28 de septiembre, transmitieron la Asamblea General desde Nueva York. En 1981 transmitió la cumbre Norte-Sur en Can Cún. En 1984 transmitió desde 21 países diferentes. Siendo estas transmisiones una innovación en nuestro país y quedando de manifiesto el poderío económico de Radio Red.

En 1979 a 1982 proporcionaron información vial sobre la ciudad de México y el área metropolitana, esto dejó de proporcionarse por problemas económicos.

En 1985 se recurrió a proporcionar la información vial desde una avioneta. Posteriormente su economía resurgió y se adquirió un helicóptero propio.

A principios de 1990, adquieren su unidad móvil la cual representa un adelanto tanto tecnológico como económico por medio

de esta unidad se transmiten las noticias desde el mismo lugar de los hechos.

Monitor es un noticiero matutino transmitido desde las 6 a.m. es conducido por José Gutiérrez Vivó, dicho noticiero proporciona un resumen cada media hora el primero es a las 6 a.m. y lo lee el Sr. Vivó, los demás los lee Leticia Almada quién además da la hora en cada corte. A las 6:30 aproximadamente el Sr. Jorge Oléa da un reporte policiaco y a partir de las 7 a.m. él mismo, abordo del helicóptero de la estación, da la información vial de las principales avenidas del D.F. y del área metropolitana, dicha información está dividida en 5 cortes, en total, son 20 minutos de información vial y 10 minutos de comerciales aproximadamente.

Las noticias deportivas son leídas por el Sr. Miguel Aguirre, se les dedica entre 10 y 15 minutos en total a lo largo del programa. Las notas ecológicas son proporcionadas por el químico Luis Manuel Guerra quien también las lee, dichas notas son patrocinadas por la industria Bayer.

La información económica también ocupa un espacio importante y es leída por Arturo Adam a quién le corresponden entre 20 y 25 minutos.

La dinámica de dicho noticiero es proporcionar las noticias como "verdades absolutas", además de no contextualizarlas, quedan estas en un vacío y muchas veces no tienen relación alguna. Además es portavoz de las declaraciones oficiales siempre optimistas, la importancia que le da a las actividades de los altos funcionarios y de el "primer mundo" (Inglaterra, Japón,

Estados Unidos, Francia por citar algunos) es característica, además tiende a hacer comparaciones, quejándose de todo lo "malo" que existe en nuestro país.

A diferencia del programa citado anteriormente la participación del radioescucha es casi nula y generalmente a favor de los comentarios que se dan a lo largo del noticiero.

TOMAS MOJARRO.

Periodista, novelista, valedor, escritor de cuentos, conductor de programas de radio y televisión, realiza y conduce en la actualidad cuatro series que transmite radio UNAM, la primer serie es: Pensamiento e Ideas de Hoy; salió al aire por primera vez el 15 de abril de 1975. Paliques y cabeceos, por su parte apareció el 13 de agosto de 1977. Palabras sin Reposo surgió el 28 de agosto de 1980 y Domingo Siete, el 7 de septiembre de 1987.

En Pensamientos e Ideas de Hoy se basa en el análisis de noticias actuales respaldándose en algunas anteriores sobre el mismo hecho, enriqueciéndolas con fábulas de su creación dadas al final de cada programa.

Paliques y Cabeceos es la "parte chusca" de los comentarios expresados semanalmente en radio, televisión, y prensa por los hombres públicos: políticos, deportistas, vedettes, el clero político, los líderes del sindicalismo oficial; al respecto comenta: "Ahora he combinado lo que actualmente dicen de aberraciones con lo que dijeron hace años, para conservar la memoria histórica. Por que ya cuanto con muy buen archivo después de tantos años de hacer el programa."²

Domingo Siete a diferencia de los dos anteriores fue planeada para poner los micrófonos al servicio de los radioescuchas, limitándose el conductor a hacer comentarios de noticias, traer a colación datos, cifras, declaraciones, hechos acontecidos mucho tiempo antes para mostrar a los radioescuchas la realidad tal cual es.

Mojarro señala: "Todos los programas tienen un solo objetivo, que es el de mi periodismo: presentarle a la gente su realidad política, social, económica y mostrarle -con esa realidad- que el sistema está siendo rebasado, está siendo ya inoperante. En síntesis: mostrar la realidad para que el paisaje deje de delegar y empiece a asumir."³

Domingo Siete inicia los domingos a las 10 a.m. y termina a las 11:30 a.m. le dedica aproximadamente 60 minutos a noticias nacionales e internacionales contextualizándolas, lee una noticia y la lleva a la realidad, la analiza e invita a sacar conclusiones que más tarde el radioescucha puede vertir en el programa.

Después de una serie de noticias, programa música cubana o de la huasteca hidalguense, analiza la letra de éstas y la relaciona con la realidad.

En promedio recibe 50 llamadas las cuales en su mayoría son para criticar los malos actos del gobierno así como sus errores y para denunciar las injusticias.

Está contra el alcoholismo, la televisión, el imperialismo yanqui y contra los malos gobernantes. Compromete su opinión y

apuesta contra el pacto.

La censura que hace en su programa es mínima, se limita a la imagen presidencial.

A diferencia de los dos anteriores, los comentarios hechos por el conductor son sin "mordaza", él habla y denuncia directamente.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- 1.- Rebeil Corella Ma. Antonieta. Perfiles del Cuadrante. experiencias de la Radio. México, Ed.Trillas, 1989, pág.275.
- 2.-
- 3.-

ANEXO 1
GUIONES RADIOFONICOS

GUIONES RADIOFONICOS

GUION RADIOFONICO GRABADO EL DIA 23 DE MARZO DE 1990. para presentarse en el programa CAOS dirigido por Fernanda Tapia en RADIO EDUCACION.

Entra blues de Batman.

JUAN- Radio Goya presenta su programa -pausa- DESNUDOS. un programa que busca la credibilidad de la cachondes,

(gemidos) mmhh, aahh,...

CARMEN- Buenas noches amigos, ya saben estamos desnudos, digo en su programa desnudos y aquí tenemos nada menos que a la tetona Mendoza, quién nos va a platicar esta noche sobre su relación con el Santos. A ver tetona como va eso eh!

TETONA- Ah, muchas gracias por invitarme Verónica, muchas gracias y a ti, mondrigo Santos, si me estás escuchando, ahora si te voy a decir todas tus verdades, verás malvado Santos.

VOZ - Aguas, aguas, ahí viene el Santos. (ruido).

SANTOS- Ya les caí pinches viejas, Qué están haciendo?. (golpes, ruido, gritos...

CARMEN- Ah, así eres en la cama Santos?.

SANTOS- Más o menos.

JUAN - Qué se traen ustedes dos?.

VOZ - Vístanse, vístanse, ahí viene Dallal.

CARMEN- Ay! pasenme mis bloomers.

JUAN - Al final, Verónica se fue con el Santos, la tetona Mendoza le metió una quebradora a Dallal, la estación fue vendida a un consorcio japonés y desde entonces el programa se llamó VESTIDOS MADE IN COREA.

entra dinero por nada (Dire Straits).

JUAN - (como en Rock 101)- Dinero por nada, dinero por algo, dinero por obreros, desde la transmutación ginecológica de la ideología trans oceánica, rock cientoúnico en el 99, perdón esa es la competencia, en la transmutación ginecológica, insisto, después del fraude electoral de la postmodernidad Salinista, rock cientoúnica.

VOZ - Aguas, aguas, ahí viene el Santos. (ruidos, golpes).

SANTOS- Ya estuvo suave payaaso, le acabo de romper el hocico al de la otra estación, y ahora voy contigo.

A partir de aquí utilizamos el formato para guiones de Radio

PARODIA DE RADIO RED

IDENTIFICACION DE RADIO RED

VIVO:

AHORA ENVIAMOS NUESTROS MICROFONOS CON NUESTRO HELICOPTERO PARA QUE USTED QUE NOS ESTA ESCUCHANDO, SE INFORME DE COMO ANDA EL TRAFICO Y SEPA POR DONDE IRSE. ENVIAMOS NUESTROS MICROFONOS TAMBIEN A GUADALAJARA Y TINGUINDIN AUNQUE NO LES SIRVA DE NADA, SALE...CAMBIO Y FUERA.

EFFECTOS DE CALLE/TRAFICO/HELICOPTERO

REPORTERO: GRACIAS, NOS ENCONTRAMOS A BORDO DEL PODEROSO HELICOPTERO "RAMBO-3" PROPIEDAD DE RADIO RED, Y LES INFORMAMOS QUE SE REGISTRA UN ENORME EMBOTELLAMIENTO EN LAS CALLES DE CONGRESO Y UNIVERSIDAD, PRACTICAMENTE NADIE PUEDE PASAR.

RECUERDEN TAMBIEN AMIGOS, QUE LAS CALLES DE REFORMA Y JUAREZ HAN SIDO CERRADAS POR REMODELACION Y LAS AVENIDAS ALTERNATIVAS SON AVENIDA GUADALUPE Y CALZADA DE LOS MISTERIOS.

TAMBIEN ES NECESARIO RECORDARLES QUE SE ESTAN HACIENDO MODIFICACIONES A ARTICULO 123, QUE LE HARAN DESEMBOCAR EN EL GRAN CANAL, EXTREME SUS PRECAUCIONES.

POR OTRO LADO, VEMOS QUE LA AVENIDA CONGRESO DEL TRABAJO SE ENCUENTRA SATURADA DE TIANGUEROS, TRAGAFUEGOS Y PAYASITOS

VIVO:

!!NO SE DICE ASI!!, !SE DICE "TRABAJADORES DEL SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMIA!", !PROSIGA!

REPORTERO:

PERDOON PATROON, LE NOTIFICAMOS QUE LA AVENIDA PATRIOTISMO DESDE HOY TOMA SENTIDO SOLO HACIA ORIENTE Y QUE LA AVENIDA SINDICALISMO SE CIERRA POR OBRAS DE REMODELACION POR TIEMPO INDEFINIDO.

SI VA A TOMAR REVOLUCION QUE SEA EN SENTIDO CONTRARIO, Y ANTE TODO EVITE CIRCULAR POR EL EJE LAZARO CARDENAS O POR AVENIDA CUAHUTEMOC, DEBE CIRCULAR POR EL VIADUCTO MIGUEL ALEMAN Y POR SOBRE TODO AGARRE SU DERECHA, PUES SI SE LE OCURRE AGARRAR SU IZQUIERDA QUE DIOS LO COJA CONFESADO.

VIVO: !NO META A OTRAS PERSONAS EN EL TRAFICO!

REPORTERO: OIGA SEÑOR VIVO, ME ACABO DE DAR CUENTA
QUE ESTE ES EL REPORTE DE AYER SIGUE
FUNCIONANDO PARA HOY?

VIVO: !CLARO!, !LO QUE IMPORTA ES EL MENSAJE!

REPORTERO: ESTA ES RADIO RED, SU ESTACION AMIGA...

VIVO: ESA ES K-2 !BABOSO!...

PARODIA DE TELE-BAZAR POR RADIO

EFFECTO DE CAJA REGISTRADORA

TEMA DE EL LLANERO SOLITARIO

LOCUTOR: !COMPRE!, !VENDA!, !ESTAFE!, !CAMBIE!,
!TRANSE!. RADIO BAZAR LE AYUDA
COMUNIQUESE A NUESTROS TELEFONOS
102-0202 Y 104-04040
Y AQUI ESTAN NUESTROS PRIMEROS ANUNCIOS:

-EL D.D.F. ANUNCIA OFERTA: PARA USTED
SEÑOR HOTELERO, PRECIOSOS TERRENOS CON
VISTA AL CHIC CLUB NAUTICO "XOCHIMILCO",
CADA LOTE INCLUYE 10 NATIVOS PINTADOS DE
GUEROS Y CAPACITADOS PARA LAVAR, TENDER
Y SERVIR, ADEMAS USTED NO COMPRA EL
TERRENO, LO ALQUILA POR 500 AÑOS A
PRECIO DE RISA, MAS INFORMES EN EL
ZOCALO, LADO SUR CON EL RE-"GENTE"

-!PROMOCION, PROMOCION!, PROMOCIONES
LOPEZ DE SANTAANA E HIJOS, ANUNCIA SUS
FABULOSOS PAQUETES DE EMPRESAS
PARAESTATALES NO ESTRATEGICAS NI
PRIORITARIAS, TOTALMENTE SANEADAS,
SINDICATO?, NO ES PROBLEMA TODO CON
PRECIO A TRATAR.

-SI SUS MASAS NO SE PLIEGAN FACILMENTE Y
ES CASI IMPOSIBLE DOBLEGARLAS, NO LAS
GOLPEE INUTILMENTE, NO SE CANSE DEJE EL
TRABAJO A LOS EXPERTOS: !MOLINOS "EL
GOLPE"! EN AVENIDA TLATELOLCO # 68 CON
SU DUEÑO Y SERVIDOR EL GENERAL RETIRADO
HERNANDEZ TOLETE.

-CONSORCIO JAPONES SOLICITA EXPERTO EN
EXPLOSIVOS Y SISMICIDAD, PARA ESTUDIAR
LA POSIBILIDAD DE DESPRENDER LA
PENINSULA DE BAJA CALIFORNIA DEL
TERRITORIO CONTINENTAL Y REMOLCARLA
HASTA EL IMPERIO DEL SOL NACIENTE,
MAYORES INFORMES EN LA ESTACION.

-CONSTRUCTORA "TALAMONTES INC." COMPRA O
RENTA TERRENOS CON ARBOLES PARA INSTALAR
UNA FABRICA DE PALILLOS DE DIENTES,
PROMETE QUE GENERARA EMPLEOS, TAMBIEN
SOLICITAN PERSONAL EXPERTO EN HACHAS Y

SIERRAS.

MARCHA FUNEBRE (TARAREADA)

VOZ AMENAZANTE:

!LAS DROGAS DESTRUYEN!... PREGUNTALE A LAS ECONOMIAS DE LATINOAMERICA.

ENTRA TEMA DE NARANJA MECANICA FONDEA TODO LO SIGUIENTE

LOCUTOR:

-LA UNION DE LIDERES SINDICALES EN DESGRACIA OFRECE SUS SERVICIOS DE CONTROL Y REPRESION, JINETEO, ESQUIROLAJE, VENTA DE PLAZAS Y SERVICIOS CONEXOS, MEJORAMOS PRESUPUESTOS, LLAME A ESTA ESTACION Y PREGUNTE POR FIDEL, O SI REQUIERE DA MAYOR INFORMACION PUEDE PASAR AL RECLUSORIO ORIENTE Y PREGUNTAR.

-!JOVENES! Y NO TAN JOVENES, TIENEN MIEDO DE QUE SU RELOJ COMPRADO EN EL SECTOR INFORMAL DE LA ECONOMIA SE DESCOMPONGA?. EL NUEVO RELOJ TIMO-X LE OFRECE SUS NUEVOS MODELOS A PRUEBA DE PERROS POLICIAS Y DE POLICIAS PERROS, BOMBEROS, MACANAS, PICANAS ELECTRICAS Y PATADAS VOLADORAS...ES UN PEQUEÑO LUJO ...PERO !SU TIEMPO LO VALE!

Y ASI AMIGOS LLEGAMOS AL FINAL DE SU RADIO-BAZAR PATROCINADO POR TIANGUIS "GUILLERMINA", HAY UNO EN CADA ESQUINA.

SUBE TEMA NARANJA MECANICA

PARODIA DE RADIO-NOVELA

Locutor a: El sistema integral para el
(voz añorada) subdesarrollo infantil

Locutor b: El círculo de padres golpedores
(voz aguantentosa)

Locutor c: Y la fábrica de cinturones
(voz de señora enojada)

niño: ayayayayay!

Locutor a: presentan su muy gustada serie: "tener
una familia así o ser una familia así.."

niño: ¡esta del cocol!

diferentes voces: ¡callate escuincle!
¡los niños no hablan!
¡irrespetuoso, toma chamaco tonto!

golpes y gritos de dolor

padre borracho: ¡hip! es una ficha, perdón, es una dicha
que bebemos aquilatar ¡hip!

sargento Matute: ¡ese es mi cabo!

coro de niños: mundo de juguete, es ese lugar
mundo de juguete, vamos a jugar, a jugar
a jugar y buscar y buscar un bello lugar
bom, bom, donde brilla siempre el sol.

niña: hay, otra vez

narrador: Después de una larga y dura razzia,
(serio) digo, "visita" en importante procesadora
de levadura de cerveza en la colonia
Anahuac, el cabo, Gerardo Luis, llega a
su domicilio.

patrulla enfrena rechinando llanta

padre borracho: ¡hip! adios sargento matute (canta) pero
sigo siendo el rey.

narrador: Sobre el sillón de la sala, la hija del
(informativo) cabo Gerardo Luis, escucha el radio y
juega con su muñeca, que al darle una
nalgada dice:

muñeca: mamá.

narrador: el cabo se dirige tiernamente a su hija.
(tierno)

padre borracho: !quitate de ahí escuincla!
tropiezo, patada, chillido de la niña,
muñeca que cae.

muñecas: mamá, mamá...mádras.
fondea el lloriqueo de la niña

padre borracho: !Brianda! a donde crees que vas?,
quitame las botas y ponle a mi novela
"lambada por un amor".

niña : si papito, si...
(asustada)

padre borracho: !pero movida! (balbucea como papá oso).

niña: no me pegues papá.

padre borracho: !Y donde está ese escuincla que no ha
venido a saludarme? ... que ganas tengo
de mandarlo con su tío Willy...

madre: !hay! es que se salió a jugar viejito,
pero ahorita voy por él...n-n-no te
enojes.

padre borracho: !pero rápido! y !carajo!

madre: si, si ya voy, ya voy.... nno me vayas
a pegar.

narrador: La madre busca a Luis Gerardo y al
(amoroso) encontrarlo, amorosa, se dirige hacia
él.

madre: !Luis Gerardo! maldito escuincla, donde
andas, te ando buscando, no ves que tu
padre ya llegó?.

niño: hay mamá pues estoy jugando a la casita
con la vecina de enfrente y apenas me
tocó ser el cliente...

madre: !hay chamaco! que juegos son esos, eres
identico a tu padre, y mira nadamás que
pantalón traes...

niño: pus el mismo de hace un año...ya hasta
parecen bermudas.

madre: hay chamaco callate ya, andele que se padre lo anda buscando, pero ya !vamonos!

niño: no que los reyes del hogar?
(rezongando)

madre: !que tanto rezongas escuincle?!.
niño: que cuando sea grande quiero ser como mi papá.

madre: !Ah! bueno, !mas te vale!, debes seguir su ejemplo. ...mjm chamaco este.

narrador: Al llegar a la casa, se entabla un diálogo familiar.

La niña llora, el padre ronca, la madre acusa niño y el niño rezonga y se burla.

La niña pega un berrido escandaloso que despierta al padre.

niña: aaaaaaayyyyyy

padre: que, que, donde está la macana...donde
(despertando) la macana, mi macana.

madre: calma querido, no pasa nada.

padre: !pero que pasa aqui! mira nada más el mocote que dejó esta escuincle en mi placa del H cuerpo de apañeros.

madre: ya ves, ya ves chamaca lo que haces

Se escuchan golpes y chillidos

padre: y tu movido...te me agarras esos cascos y me traes unas chelas...!pero ya!

niño: hay si... unas chelas.
(burlón)

narrador: al salir el niño los padres se
(informativo) comunican.

madre: Gerardo Luis, tengo algo que decirte sobre Luis Gerardo, nomas no te enojas he?, es que, sabes, descompuso el radio y cada ves que oye una canción se pone a decir tarugadas en ves de ayudarme con

el quehacer...hay que castigarlo,
regáñalo, habla con él por favor.

narrador: El niño se dirige a la tienda.
(serio)

Golpeteo de botellas

niño : detente no me mates, detente no me mates....

tendero : ¡Josú! otra vez por aquí?
(gachupín)

niño : Si, me mando mi apá por unas chelas

tendero : Tu padre ya me debe hasta la camisa

niño : Pues no es mi culpa, ándele deme unas
chelas si no se va a enojar...

tendero : Ya no os fio nada...ora que si me traes
a tu hermanita podemos llegar a un
arreglo.

niño : ¡Ah que la chingada!
(muy quedo)

narrador : Luis gerardo regresa a su casa confiado
(sabahondo) en la comprensión de su padre

niño : Oye papá, fijate que el viejo tacaño de
la tienda no me quizo dar las chelas.

Padre : Que?
(enojado)

niño : Es que dice
(temeroso)

Padre : ¡Que!
(furioso)

niño : Que le debes
(llorando)

Padre : ¡Que, que , que!

Se oye un golpe seco, chillidos y más
golpes, que dejan paso a efectos de
arena de Box y público emocionado

narrador: ¡Comienza la gran y esperada pelea!
(deportivo) transmitimos desde cualquier hogar
mexicano que se respete

Padre : Y la desobligada de tu madre que no paga las cuentas, de seguro que sigues perdiendo el tiempo con tus radio-nóvelas y el club de radio escuchas, pues toma tú también.

Madre : No viejo, no me peques, pégale si (suplicante) quieres al chamaco, pero a mi no.

Suena una campana de Box

narrador : Los contendientes van a sus esquinas, el niño luce bastante mal, el padre es aconsejado por la mamá, la niña se dirige a su hermano.

niña : Hermanito, no te serviría un contac, aunque sea?

niño : Ay no, me hubiera quedado a bailar lambada con las vecinas.

narrador : Se escucha fuertemente la campana

Campana de rino y ambiente de Box

Padre : Ahora si vieja, donde está mi cinturón

niña : Cásalo, hermanito, cánsalo.

narrador : El padre frenético se avalanza sobre el (emocionándose) niño, el cual logra escabullirse, pero la madre lo detiene y el padre lo alcanza, lo golpea, la madre pone frente al padre un libro de Pedagogía, el padre lo toma, lo ve y ¡le pega en la cabeza al niño con el libro! y exclama:

Padre : Ora si te me largas con el tío Willy

Público : !Knock out!

narrador : !Espere!, si la miscelánea fiscal, los (conciliador) ajustes de personal, las huelgas inexistentes, o el pacto, le provocan irritación y se deja llevar por la furia, recuerde....antes de declarar !knock-out!, cuente hasta diez.

Público : Uno, dos, tres, cuatro, cinco, seis, (cada número mas fuerte) siete, ocho, nueve, ¡diez! ¡Fuera!

narrador : Al final Luis Gerardo, se fue a trabajar
al changarro del tío Willy,
La hermana se arrejún...perdón se casó
con el tendero,
La madre finalmente aprendió a contar
hasta diez,
Y el padre vió el final de "Lambada por
un amor"

narrador : No se pierda nuestro próximo episodio
en el que...Luis Gerardo tendrá hijos.

niño : Y recuerde si usted no mantiene a la
(llorando) familia unida... quién lo hará?

Voz : ¡El gaaaas!

ANEXO 2

ANALISIS DE LOS COMENTARIOS REALIZADOS POR JOSE GUTIERREZ VIVO,
FRANCISCO HUERTA Y TOMAS MOJARRO CON RESPECTO A LAS ELECCIONES
DEL ESTADO DE MEXICO EL 11 DE NOVIEMBRE DE 1990.

A continuación se anexan los comentarios realizados por José Gutiérrez Vivó, Francisco Huerta y Tomás Mojarro con respecto a las elecciones que hubo el 11 de noviembre en el Estado de México, dichos comentarios se transcriben en forma textual.

Francisco Huerta 12 de noviembre de 1990.

7:15 a.m.

"... el abstencionismo hasta el 70% , esto es muy significativo y tiene que analizarse, sería bueno conocer la opinión de usted, el por qué el ciudadano no quiere defender sus derechos políticos y derechos civiles".

8:00 a.m.

Pregunta Francisco Huerta Tiene algo que decir acerca de todo esto? (después de leer los principales encabezados de los diarios, haber pasado al aire las entrevistas denunciando las anomalías y al haber concluido el "Valedor" (como se autodenomina Tomás Mojarro), menciona los números telefónicos.

Participación de Tomás Mojarro en el programa de voz pública el 12 de noviembre de 1990.

"Abstencionismo y descontento ciudadano. 61,000 credenciales no fueron recogidas . Descontento general, los representantes de los partidos contendientes se acusan de fraude.

A raíz del nuevo fraude aumentará el descontento ciudadano, oyo es pensar que más fuerza pública necesitará el gobierno para mantener el estado de derecho, estado de derecho contra el ciudadano y estado de derecho a favor del gobierno.

Pregunta a Francisco Huerta. Se fortaleció la democracia el día de ayer o al contrario, se generó mayor descontento y se

amplió la brecha entre gobierno y gobernados, tu qué opinas, ustedes valedores, qué opinan?...

19 DE NOVIEMBRE DE 1990.

"Los partidos no tienen la credibilidad y el poder de convocatoria, por otro lado, el escepticismo de la gente"

"El votar es un deber y quién no lo hace no está cumpliendo con la Constitución, no tiene valor moral ni político su reclamo: primero hay que poner el ejemplo al gobernante".

Tomás Mojarro 11 de noviembre de 1990.

"El entusiasmo de la ciudadanía quedó de manifiesto, por la afluencia de votantes se prevee un bajo abstencionismo, de distribución irregular, los incidentes son aislados y se han desahogado de conformidad a la ley", esto se decía 3 días antes de celebrada la votación.

Así minuto a minuto, la estrategia de información del PRI precisaba qué decir, cómo informarlo, hasta donde se genera la afluencia de votantes y por último declarar a las 22:00 horas del 11 de noviembre que el PRI había obtenido un triunfo absoluto, esto reitero 3 días antes de ocurridas las elecciones.

Esto me recuerda, a mi, Mojarro, ese documento publicado en el Heraldó en el que el hoy presidente agradecía a todos los priistas que colaboraron en el proceso electoral por el triunfo claro, rotundo y contundente que había logrado, esto 20 días antes del 6 de julio* ... Ha! México.

*comentario retomado del Heraldó de México de una crónica hecha por Alemán-Alemán.

Vicente Luis Coca Alvarez (delegado general del Comité Ejecutivo Nacional del PARM en el Edo. de México) dijo "Es falsa la afirmación de que en el Estado de México afloraron las viejas prácticas del fraude, por lo menos se dio paso al fraude implicado con la informática, la robótica y la computación, se acudió con una gran tenacidad a la creación de una profesión: el fraude cibernético". Mojarro comenta al respecto ...modernización.

José Gutiérrez Vivó 12 de noviembre de 1990.

7:30 a.m.

En este horario los representantes del PRI en el Estado de México, emitieron sus comentarios con respecto al proceso electoral del día anterior, mencionaron que en su mayoría las elecciones les habían favorecido en más del 90%. Posteriormente, las 9:22 el sr. Vivó realizó una serie de entrevistas telefónicas con representantes de la oposición, se vierten algunas de ellas.

Entrevista realizada al sr. Angel Naranjo Reyes (presidente del Comité Directivo Estatal del PDM en el Edo. de México).

Vivó- Cómo percibe los resultados de ayer?.

Naranjo- Menciona la existencia del carrusel aunque indica que no ha hecho denuncia formal al respecto. "Al menos tenemos 2 municipios asegurados, hay que esperar hasta el miércoles o jueves".

Al momento en que Naranjo habla sobre los funcionarios corruptos, Vivó le da las gracias y corta la llamada.

Entrevista al Delegado General del Comité Ejecutivo Nacional

del PARM en el Estado de México Sr. Vicente Luis Coca.

Vivó- Cómo le fue al PARM?

Coca- Cómo le fue a la oposición? más de lo mismo, el gobierno de la República y el Gobierno del Estado no cumplió con lo prometido, la prepotencia, el autoritarismo y la cerrazón política.

Vivó- Tiene usted algunos elementos para asegurar estos puntos de vista que nos muestra?

Coca- El Delegado General Del PRI conjuntamente con el presidente del Comité Ejecutivo Federal se adelantan a dar resultados, resultados que oficialmente no pueden ser conocidos hasta el miércoles o jueves, ellos declaran una amplia ventaja del Partido Revolucionario Institucional, en contradicción con las propias declaraciones del Gobernador que dijo que ningún partido declararía nada hasta que tuviera en su poder más de 50% de las actas de escrutinio en su poder, por lo que no podrían declarar triunfo alguno. Era claro que ayer que se dieron estas declaraciones a las 22:00hrs, ningún partido poseía las actas, ya que la mayoría de las casillas se cerraron tarde.

Algunas denuncias de parte del entrevistado son las siguientes:

- 164 denuncias presentadas por las comisiones.
- En la casilla 37 del dto 30, la diputada Elizabeth Barrera de Macías, se presentó con guaruras agrediendo al representante del PRD y robando las urnas.
- 178 credenciales repartidas para el carrusel.

Coca Alvarez comenta que "no se vale que el PRI adelante

visperas por que da a pensar que ya tenia todo planeado.

Gutiérrez Vivó le da las gracias al licenciado "Le agradezco licenciado por el punto de vista de su partido y esperemos el miércoles o el jueves. Coca Alvarez le dice "estas irregularidades se comentan entre la gente y la prensa".

Podemos ver el tiempo dedicado a la noticia es variable ya que Francisco Huerta habló sobre ésta las 3 horas de duración del programa en donde las llamadas del radioescucha fueron aproximadamente 49 de las cuales el 95% eran denuncias de la corrupción que el PRI había hecho a través del carrusel, el robo de urnas, la repartición de credenciales a menores de edad, así como también se haya rasurado el padrón.

Sus comentarios se limitaron a reforzar lo que se denunciaba o bien a reflexionar sobre lo ocurrido, invitando al público a hacer lo mismo.

Las llamadas telefónicas en el programa de Tomás Mojarro tenían como fin denunciar las anomalías ocurridas, a diferencia de Francisco Huerta, Mojarro elabora una serie de comentarios que van desde el sarcasmo hasta la indignación por lo sucedido en el Edo. de México.

Dedicó su programa al tema electoral junto con las llamadas de los radiescuchas.

Gutiérrez Vivó les dedicó más y mejor tiempo (esto es la hora en que el rating del programa es más alto) a los representantes del PRI los que vertieron su información en forma positiva y alentadora para su partido. A los representantes de la oposición les dio mucho menos tiempo a todos juntos; en ocasio-

nes, dudaba de las declaraciones que hacían, así como también, los limitaba en su participación al momento en que denunciaban anomalías hechas por el PRI.

Una característica importante es que las llamadas del radioescucha fueron pocas y siempre comentadas vagamente por él.

Con lo anterior podemos darnos cuenta que cada uno de los locutores mencionados tiene una posición definida en cuanto al Estado y su política.

Así pues, Mojarro y Huerta son denunciadores del Estado y hacen que la gente participe en forma más activa, que se da cuenta de la realidad en la que vive y tenga elementos para iniciar un debate activo en torno a todos los hechos injustos. En pocas palabras, podemos retomar la frase tan característica de Mojarro "Hay que dejar de delegar para empezar a asumir".

Mientras tanto, Vivó habla siempre a favor del Estado y su política, por el tono utilizado en sus comentarios podemos deducir que todo lo que dice y hace en su programa va encaminado a fortalecer la política tanto económica, ideológica y cultural que existe. Es portavoz del sistema y quiere convencernos para seguir aceptando las condiciones actuales que imperan en el país.

CONCLUSIONES

La radio como MMC al servicio de la clase en el poder, ha demostrado ser un medio eficaz para formar y reforzar actitudes en los individuos que van desde un apoyo total al sistema de gobierno, hasta el rechazo a este mismo sistema.

Los locutores como parte importante, contribuyen a que el radioescucha participe en forma activa o bien se quede sentado escuchando lo que pasa a su alrededor, que al fin y al cabo, los dirigientes de la nación junto con sus colaboradores, harán lo que esté en sus manos para solucionar los problemas que se les presentan.

Sin duda, la voz humana y sus diversos matices crean en cada uno de nosotros una serie de sensaciones que nos llevan a actuar en forma específica ante algún acontecimiento, siendo parte de una sociedad heterogénea en la cual se entremezclan diferentes culturas y costumbres, formas de ver la vida y de actuar ante ella.

En el estudio realizado mencionamos la importancia de la ideología transmitida a través de la radio, así como sus principales exponentes.

Pudimos percatarnos de cómo cada vez más, se fortalece el sistema de explotación y desigualdad social en que vivimos, el cierre de espacios radiofónicos (el más reciente fue el de los programas Inocente o Culpable y Voz Pública), es una pequeña muestra de la prepotencia de los dueños de las estaciones

radiofónicas a los cuales no les interesa tener una radio como servicio público, fin establecido dentro de la Ley Federal de Radio y Televisión, sino más bien como un medio lucrativo en el que se venden una serie de espacios a las grandes transnacionales e industrias mexicanas.

La violación constante a la Ley de Radio y Televisión, es algo evidente a cada momento en que se escucha la radio por lo que escuchamos comerciales de bebidas alcoholicas y de productos nocivos para la salud desde las primeras horas del día, cuando en realidad, éstas deben transmitirse después de las 10 p.m.

La selección que se hace de las llamadas es otro aspecto que no debemos dejar de largo, ya que se viola el derecho de libre expresión marcado dentro de las garantías individuales de nuestra Constitución.

BIBLIOGRAFIA

- 1.- Ansart, Pierre. Ideología, conflictos y poder. Ed. Premia. La Red de Jonás.
- 2.- Collin, Claude. La radio como instrumento de participación social y política. radio poder. México, Folios ediciones, 1983.
- 3.- Cremoux, Raúl. La legislación Mexicana en Radio y Televisión. México, UAM Xochimilco, 1989.
- 4.- González, Liaca. La opinión pública (bases preliminares para el estudio de la propaganda política. México, UNAM, 1977.
- 5.- Gutiérrez, Espíndola y Mejía Barquera. Para una historia de los medios en 1990. en Revista Mexicana de Comunicación, #15, año 3, enero-febrero, 1991.
- 6.- Ipola, Emilio de. Ideología y Discurso Populista. México, 1982.
- 7.- Mattelart, Armand. Comunicación y Cultura en América Latina #8. 2a. ed., México UAM Xochimilco, 1986.
- 8.- Mattelart, Armand. La comunicación Masiva en el Proceso de Liberación. México, Siglo XXI 1982.
- 9.- Mejía Barquera, Fernando. La industria de la Radio y la Televisión y la Política del Estado Mexicano (1920-1960). Vol. I, México, Fundación Manuel Buendía, 1989.
- 10.- Pierre, Albert y Tudesq André-Jean. Historia de la Radio y la Televisión. F.C.E., 1982.
- 11.- Rebeil Corella, Ma. Antonieta. Perfiles del Cuadrante. experiencias de la radio. México, Ed.Trillas, 1989.
- 12.- Romero, José Luis. Situaciones e ideología en Latinoamérica. México, UNAM, 1981, Colec. Nuestra América.
- 13.- De la Selva, Alma Rosa. Radio e Ideología. Ed. El Caballito, México, 1988.
- 14.- Velasco Ugalde, Enrique. Las concesiones que se vencen en 1989. en Revista Mexicana de Comunicación, #4, año 1, marzo-abril, 1989.

- 15.- Young, Kimbal. La opinión pública y la propaganda.
México, Paidós, 1980.

INDICE

	PAG.
INTRODUCCION.....	1
JUSTIFICACION.....	3
METODOLOGIA.....	6
CAPITULO I	
ORIGEN DE LA RADIO: ANTECEDENTES HISTORICOS.....	7
ANTECEDENTES HISTORICOS DE LA RADIO EN MEXICO.....	10
El nuevo bloque dominante y los radiodifusores.....	17
El grupo dirigente de la industria de la radio- difusión.....	21
El crecimiento de la industria de la radiodifusión.....	27
CAPITULO II	
LA INFLUENCIA DE LA RADIO EN SUS RADIOESCUCHAS.....	33
Definición y función de la ideología.....	33
CAPITULO III	
OPINION PUBLICA.....	48
Definición de opinión pública y su importancia dentro de la radio.....	48
CAPITULO IV	
LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISION.....	62
CAPITULO V	
ALGUNOS MODELOS RADIOFONICOS.....	75
CAPITULO VI	
NOTICIEROS RADIOFONICOS.....	88
ANEXO 1.....	97

ANEXO 2.....	109
BIBLIOGRAFIA.....	118
INDICE.....	120