

UNIVERSIDAD AUTONOMA DE NUEVO LEON  
FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACION



LOS MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA  
EN NUEVO LEON

Por

MA. SANJUANA CARMONA GALINDO

COMO REQUISITO PARCIAL PARA OBTENER  
EL GRADO DE MAESTRIA EN CIENCIAS  
DE LA COMUNICACION

OCTUBRE, 2002

TM

Z5630

FCC

2002

.C3



1020148231

**UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**  
**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**



**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA**  
**EN NUEVO LEÓN**

**Por**

**MA. SANJUANA CARMONA GALINDO**

**Como requisito parcial para obtener el grado de**  
**MAESTRÍA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Octubre, 2002**

**APROBACIÓN DE MAESTRÍA**

**LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA  
EN NUEVO LEÓN**

Aprobación de la Tesis:

---

**Dr. Fernando Esquivel Lozano**  
**Asesor de la Tesis**

---

---

---

---

---

**M C Rosa M Bernal Arrieta**  
**Subdirectora de Investigación y Estudios de Posgrado**

## **AGRADECIMIENTOS**

**Primeramente agradezco a la Universidad Autónoma de Nuevo León y a la Facultad de Ciencias de la Comunicación por todo el apoyo recibido para cursar la maestría y para obtener posteriormente el grado**

**A la M C Ana María del Carmen Márquez Rodríguez, Directora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, por su invaluable apoyo para la realización de mis estudios y para obtener posteriormente el grado**

**Al Dr. Fernando Esquivel Lozano, por sus valiosas sugerencias e interés en la asesoría y revisión de este documento**

**A mi esposo Roberto, a mis hijos Roberto, Ernesto y Adrián, por su comprensión y apoyo incondicional que me han brindado y a todas las personas que de una u otra forma contribuyeron a la realización de este trabajo.**

## RESUMEN

**Ma. Sanjuana Carmona Galindo      Fecha de Graduación: Octubre de 2002**

**Universidad Autónoma de Nuevo León**

**Facultad de Ciencias de la Comunicación**

**Título del Estudio: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA  
EN NUEVO LEÓN**

**Número de Páginas: 163**

**Candidato para el grado de Maestría  
en Ciencias de la Comunicación**

**Área de Estudio: Ciencias de la Comunicación**

**Propósito y Método de Estudio:** Estudiar a los medios de comunicación es reconocer su importancia y complejidad como factores de desarrollo y de cambio social. La relevancia de los medios si bien es múltiple radica en gran medida en su función de fuentes permanentes de información y de patrones culturales. En esta investigación se describen los medios de comunicación masiva en el estado de Nuevo León. Para llevar a cabo lo anterior se inició con una búsqueda de bibliografía relacionada con el tema hasta llegar a las entrevistas que se realizaron con los dueños de los medios de comunicación y algunos directivos de los mismos. Asimismo la investigación se hizo a manera de censo para abarcar a todos los medios existentes en el estado. El desarrollo de este documento se fundamentó en dos teorías de comunicación la funcionalista y la de responsabilidad social fundamentales y trascendentes en la sociedad actual.

**Contribuciones y Conclusiones:** Los resultados que arroja la investigación nos indican primeramente que Nuevo León no sólo sobresale en las actividades económicas como la industria y el comercio además de la educación y cultura y a todo ello se le suma el desarrollo de importantes medios de comunicación. Se ubicaron 38 periódicos 22 revistas así como 59 estaciones de radio y 5 canales de televisión siendo Monterrey el municipio donde se concentraron la mayoría de los medios masivos de comunicación. Se logró un panorama general de todos estos medios localizados en Nuevo León.

**FIRMA DEL ASESOR : \_\_\_\_\_**

## TABLA DE CONTENIDO

Capítulo	Página
<b>1 INTRODUCCIÓN</b>	<b>1</b>
1 1 Antecedentes	2
1 2. Planteamiento del problema	4
1 3 Objetivos de investigación	4
1 4 Preguntas de investigación	5
1 5 Justificación	5
1 6. Definición de términos	8
1 7. Hipótesis	10
1.8. Limitaciones y delimitaciones	10
<b>2. MARCO TEÓRICO</b>	<b>11</b>
2 1. Conceptos y definiciones	12
2 1 1. Comunicación	12
2.1 2 Comunicación de masas	15
2 2. Medios de comunicación	20
2 2 1 Prensa escrita	23
2 2 2. Revistas	25
2 2 3 Radio	27
2 2 4 Televisión	29
2 3. Teorías de comunicación	33
2 3 1 Teoría Funcionalista	33
2 3 2 Teoría de la responsabilidad social	37
2 4 Investigaciones sobre descripción de medios	47
2 5 Contexto de la investigación	49
2 5 1 Situación geográfica	50
2 6 Antecedentes de los medios masivos en Nuevo León	53
<b>3 MÉTODO</b>	<b>67</b>
3 1 <i>Diseño de investigación</i>	67
3 2 Técnica utilizada	68
3 3 Censo	68
3 4 Preguntas de investigación	69



<b>4. RESULTADOS</b>	<b>70</b>
<b>4 1 Peródicos</b>	<b>73</b>
4 1 1. Dianos de Monterrey	75
4.1.2 Semanarios	87
4.1 3. Otra penodicidad	90
4.1 4. Peródicos mensuales	93
4.1 5 Peródicos de Guadalupe	96
4 1 6 Peródicos de Cadereyta Jiménez	98
4 1 7. Peródicos de Linares	100
4.1 8. Peródicos de Sabinas Hidalgo	105
<b>4 2. Revistas</b>	<b>109</b>
<b>4 3. Radio</b>	<b>121</b>
4.3 1. Radio comercial	123
4 3.2. Radio no comercial o cultural	138
<b>4 4. Televisión</b>	<b>143</b>
4 4.1. Televisión comercial	144
4.4 2. Televisión cultural	148
<b>5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES</b>	<b>154</b>
<b>REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b>	<b>159</b>
<b>ANEXOS</b>	<b>164</b>

## LISTA DE CUADROS

<b>Cuadro</b>	<b>Página</b>
1. Municipios del estado de Nuevo León	52
2. Medios masivos de Nuevo León	72
3. Periódicos según su periodicidad en Nuevo León	74
4. Grupos editores de Nuevo León	75
5. Dianos de Monterrey	76
6. Periódicos semanarios de Monterrey	88
7. Periódicos de Monterrey con otra periodicidad	90
8. Periódicos mensuales de Monterrey	93
9. Periódicos de Guadalupe	96
10. Periódicos de Cadereyta Jiménez	99
11. Periódicos de Linares	101
12. Periódicos de Sabinas Hidalgo	106
13. Revistas de Monterrey	110
14. Revistas universitarias	111
15. Revistas especializadas	112
16. Grupos radiofónicos comerciales de Nuevo León	122
17. Estaciones no comerciales de Nuevo León	123
18. Estaciones de radio del Grupo Multimedios	125
19. Estaciones del Grupo Radio Alegría	128
20. Estaciones de radio de Núcleo Radio Monterrey	131
21. Estaciones de radio del Grupo Acir	133
22. Estaciones de radio del Grupo Radio México	134
23. Estaciones de radio del Grupo MVS	135
24. Estaciones de radio del Grupo Imagen	137
25. Estación de radio del Grupo Mass Comunicaciones	138
26. Estaciones de radio del Gobierno del Edo de N. L.	139
27. Estaciones de radio universitarias	141
28. Televisión de Nuevo León	143
29. Empresas televisivas comerciales de Nuevo León	144
30. Canales de Televisión de Televisión	144
31. Canal de Televisión cultural del Gobierno de N. L.	150
32. Canal de Televisión de la Universidad Autónoma de Nuevo León	152

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura</b>	<b>Página</b>
Mapa del Estado de Nuevo León	51

## 1. INTRODUCCIÓN

Estudiar a los medios de comunicación es reconocer su importancia y complejidad como factores de desarrollo y del cambio social. La relevancia de estos medios, si bien es múltiple, radica en gran medida en su función de fuentes permanentes de información y patrones culturales.

Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad, a establecer la agenda de los asuntos políticos y sociales que se discuten. Convergen tanto en el aspecto religioso, como en la actividad económica del comercio y la industria.

Hoy en día, como en otras épocas de la historia, éstos juegan un papel preponderante en la sociedad. Si bien se entiende que toda clase de información se recibe a través de los medios de comunicación, en ocasiones esta información carece de valor y de utilidad, para el estudiante, el profesional o simplemente para el ama de casa. Sin embargo es la misma rutina diaria la que nos hace estar pendiente, de la radio, de la televisión y de la prensa.

La necesidad de abordar un tema de creciente importancia como son los medios de comunicación es precisamente porque a través de ellos se tiende a

reflejar y reproducir el estado que guardan las relaciones sociales, sean de carácter cultural, ideológico, político o económico

Se vive, ciertamente, una época, en donde los medios están en un proceso de cambio continuo y es por ello, la necesidad de estar al pendiente de la transformación de los mismos. Uno de los propósitos de esta investigación es precisamente, tener una visión actualizada, o simplemente que ayude acrecentar los conocimientos que ya tienen los estudiantes y los docentes interesados en los medios de comunicación.

Por lo anterior se presentan en este capítulo, los antecedentes, el planteamiento del problema, los objetivos y las preguntas de investigación del tema estudiado, así como su justificación, limitaciones y delimitaciones, además de la hipótesis y definición de términos

### **1.1 Antecedentes**

Existe relativamente escasa información relacionada con los medios masivos de comunicación en Nuevo León, se conoce poco, es por ello que se estimó la necesidad de llevar a cabo esta investigación

Ante la carencia de datos referentes al sector de los medios de comunicación en la entidad, se consideró pertinente enfocarse precisamente a ellos, es conveniente establecer cómo se fundaron, dejar claro cómo están conformados

actualmente, cómo se han desarrollado hasta lograr su consolidación actual, quiénes han sido testigos de la transformación de los mismos, sus experiencias y demás por las que han pasado a lo largo de su trabajo. Porque los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la vida cotidiana de sus habitantes y son importantes para la sociedad en general, pues la mayoría de la información y del entretenimiento proviene de los medios.

Por la magnitud del desarrollo de Nuevo León y porque formamos parte del estado más sobresaliente de la República Mexicana, nuestros medios de comunicación son importantes a nivel nacional. Sin embargo la mayoría de los habitantes de Nuevo León desconocen la totalidad de éstos, se enfocan únicamente a los del área metropolitana y se olvidan del resto de los municipios del estado. Ese es principalmente el motivo de esta investigación, la cual estará enfocada a la recopilación de los medios impresos y electrónicos de todo el Estado.

Es necesario, además de útil, que los estudiantes de la carrera de Ciencias de la Comunicación se interesen por conocer los periódicos, las revistas, las estaciones de radio, los canales de televisión, de nuestro estado. Por otro lado es conveniente investigar más sobre los mismos, pues éstos forman parte de nuestra sociedad, y a la vez nos acompañan diariamente en el transcurso de nuestra vida. Además de todo esto sería interesante conocer

cuáles son los medios masivos de comunicación que tenemos en la actualidad que se leen, que se escuchan y se ven en nuestro estado

## **1.2 Planteamiento del Problema**

Nuevo León es un estado de los más sobresalientes de la República Mexicana; recientemente fue sede de la reunión de la ONU (Organización de las Naciones Unidas), en donde se llevó a cabo La Conferencia Internacional Sobre El Financiamiento Para El Desarrollo, todo esto lo hace más prominente y por ello es conveniente conocer sus medios de comunicación, que están al pendiente de las noticias que trascienden, es decir de los acontecimientos o sucesos del Estado, de México y del Mundo, para ello el problema de investigación se planteó de la forma siguiente

Cuál es el panorama general de los medios de comunicación masiva que existen en el estado de Nuevo León en el 2001

## **1.3 Objetivos de Investigación**

Para llevar a cabo la investigación se propusieron los siguientes objetivos que enseguida se enumeran:

I Describir y enumerar los periódicos que se editan en los municipios de el estado de Nuevo León

II Describir las revistas que se editan en Nuevo León

III Describir los grupos radiofónicos y estaciones de radio con los que cuenta la entidad

## **IV Describir las cadenas televisoras y canales de televisión en el estado**

### **1.4 Preguntas de investigación**

Es necesario dentro de una investigación el plantear preguntas para poder conocer o recopilar la información que desde el problema principal se han formulado; y las respuestas a cada una de las preguntas nos llevará a conocer precisamente los objetivos que se han marcado. Para ello se establecieron las siguientes preguntas:

¿ Cuáles son los periódicos que se editan en los municipios de Nuevo León?

¿Cuáles son las revistas que se editan en Nuevo León ?

¿Cuáles son los grupos radiofónicos y estaciones de radio con los que cuenta la entidad?

¿Cuáles son las cadenas televisoras y los canales de televisión en Nuevo León?

### **1.5 Justificación**

Se han hecho investigaciones de los distintos medios de comunicación, pero siempre refiriéndose a un sólo medio en especial, el propósito de esta investigación es el de conocer los medios de comunicación masiva específicamente en el estado de Nuevo León ( prensa escrita, revistas, radio y televisión)



No obstante siendo Nuevo Leon uno de los estados de mayor empuje en todos los ámbitos de la vida social, cultural y económica de la República Mexicana, además de haber recibido el reconocimiento a nivel mundial por los recientes acontecimientos que se llevaron a cabo en el municipio de Monterrey en el pasado mes de marzo y que éste fue calificado como el municipio más importante de América Latina. Si bien es sabido que Nuevo León, principalmente Monterrey estuvo en los "ojos del mundo", por haber sido sede de reunión de aproximadamente 72 mandatarios de diferentes países del mundo que participaron en la Cumbre Internacional, como así se le denominó a la reunión en donde se discutieron temas relacionados con la Financiación Económica de los Países Subdesarrollados del Mundo

La necesidad de abordar un tema de creciente importancia, es por que se carece de tal información, de ese sector que son los medios masivos. Tras hacer una revisión de los textos que comprenden o se relacionan con éstos, se ha constatado que las investigaciones que arrojan o reportan, los mismos autores son de fechas no muy recientes. Por lo tanto se estimó conveniente, además de interesante realizar esta investigación.

Se parte de la idea de que es necesario conocer las diferentes empresas periodísticas y a su vez los periódicos que se editan y circulan en el estado. Por que los medios masivos son parte importante de nuestra comunidad, además de servir a la sociedad pues nos informan, nos entretienen, y sería difícil

imaginamos sin éstos Asimismo, identificar las empresas radiofónicas y enumerar las estaciones de radio que se encuentran en la entidad Igualmente determinar las cadenas televisoras y sus canales con los que se identifican respectivamente

Por otro lado se desconoce cuáles son las revistas que se editan en los distintos municipios de Nuevo León. Sería interesante saber con esta investigación cuántos y cuáles son las que de manera mensual, quincenal, semanal o diariamente nuestra sociedad las compra y los lee

De antemano se conocen ciertos medios que se editan en nuestro estado, pero desconocemos aquellos que se editan fuera del área metropolitana. De manera que, se espera que con esta investigación conozcamos cada uno de ellos

La investigación tiene implicaciones prácticas, pues con ésta los alumnos de la carrera de Ciencias de la Comunicación, podrán obtener información necesaria para complementar parte de sus conocimientos, y en ocasiones puede ser requerida por sus maestros, información que muchas veces no está concentrada en un solo documento, libro o texto, y se ven en la necesidad de acudir a diferentes lugares para obtenerla Asimismo, ésta será una aportación

para que sirva de consulta y al mismo tiempo el alumno salga beneficiado al obtener fácil y rápido la información solicitada.

Por otro lado tendrá implicaciones metodológicas, por que servirá como material de apoyo para documentar en cierta medida a los docentes interesados en el tema de los medios de comunicación. Además se proporcionará todos los antecedentes históricos, de nuestros medios impresos y electrónicos, actualizados en el estado de Nuevo León.

Por lo tanto, se piensa que esta investigación apoyará en cierta medida a conocer e interesarse más por los medios de comunicación de nuestro estado, pues son igual o más importantes que otros, que se editan en distintos estados del país.

## **1.6 Definición de términos**

El periódico es una empresa privada que negocia con una mercancía o un servicio llamado noticia. Puede ser un sólo propietario, una sociedad o una compañía por acciones o un consorcio. Como todo negocio, su finalidad es obtener beneficios. Los periódicos, son publicaciones editadas normalmente con una periodicidad diaria o semanal, cuya principal función consiste en presentar noticias. Los periódicos también contienen comentarios sobre éstas,

defienden diferentes posturas públicas, proporcionan informaciones y consejos a sus lectores y a veces incluyen tiras cómicas, chistes y artículos literarios.

Las revistas son medios impresos de circulación masiva, cuya característica importante es que profundizan en los temas tratados. Las revistas ofrecen una gran selección de lectores, puesto que la mayor parte de las revistas modernas está dirigida a un grupo de determinados lectores.

La radio es una forma cotidiana de convivencia humana en comunicación, ya que la gente se comunica desde que se levanta hasta el momento de irse a dormir, como lo afirma Figueroa (1997). La radio en su forma más simple, parece ser sólo una sucesión de ondas que conjuga sonido, voz y efectos sonoros de manera paralela, pero no es así. La radio ha sido considerada por la teoría de la comunicación como el medio que ha capturado la atención de los investigadores en la tesitura de arte de expresión oral, ya que propicia en el ciego radioescucha un fenómeno auditivo de recepción simple a través del sonido y alcanza su plena madurez en la experiencia social (Figueroa, 1997).

La televisión es un sistema de transmisión y reproducción simultánea de imágenes en movimiento y sonidos a distancia, mediante ondas electromagnéticas o a través de corrientes eléctricas transmitidas por cable.

## **1.7 Hipótesis**

Cabe mencionar que en este tipo investigación, no se formulan hipótesis, solamente preguntas de investigación, que ya fueron establecidas anteriormente.

## **1.8 Limitaciones y delimitaciones**

En el transcurso de la investigación existieron varias delimitaciones: una de ellas fue, no encontrar suficiente bibliografía, literatura o textos relacionados con la investigación. Otra, la dificultad de actualizar cada uno de los medios, pues se descubría que el periódico o la revista, iban en su segunda o tercera época, porque ya habían cambiado de dueño y en ocasiones hasta de domicilio

En el aspecto de la bibliografía que fue consultada en cuanto al número, clasificación, representante o dueño de los medios de comunicación masiva llámese prensa, revista, radio o televisión en ocasiones era obsoleta a pesar de que orgullosamente se ostentaba como actualizada. Otra limitación fue, lo difícil para tener acceso a las entrevistas que se realizaron, a los directivos de los *medios de comunicación*

En las delimitaciones, la investigación se centró exclusivamente en los medios masivos del estado de Nuevo León en el año 2001

## **2. MARCO TEÓRICO**

Para efectos de la investigación, el Marco Teórico se encuentra integrado por los conceptos y definiciones, en este apartado se manejan los términos de comunicación, comunicación de masas y medios de comunicación, dentro de este último rubro se analizan la prensa escrita, revistas, radio y televisión respectivamente. Se incluyen también dos teorías de comunicación enfocadas al tema de investigación: la teoría funcionalista y la teoría de responsabilidad social.

Posteriormente, se citan todas las investigaciones que se han realizado relacionadas a la presente investigación, es decir se revisaron y se analizaron los trabajos previos, documentos, artículos e información enfocados a la investigación

Conjuntamente se contextualiza la investigación, es decir se mencionan cada uno de los municipios que integran el Estado de Nuevo León, que es objeto de investigación y finalmente se hace referencia a los antecedentes de cada uno de los medios masivos en el Estado

## **2.1 Conceptos y definiciones**

En este primer apartado del marco teórico de esta investigación, se mencionarán los conceptos y definiciones de comunicación, comunicación de masas, así como los medios de comunicación prensa, revistas, radio y televisión. Se hablará también de dos teorías de comunicación, tales como la funcionalista y la de responsabilidad social, mismas que están enfocadas al tema de estudio.

### **2.1.1 Comunicación**

La comunicación es un concepto muy amplio que concierne a un gran número de personas en todos los ámbitos de la vida social "La comunicación resulta ser algo concreto, algo real y que se produce siempre en un contexto determinado" (Corral, 1985: 25). La palabra comunicación tiene la misma raíz que comunidad y común ( del latín "comunis" o "comunicare" ). De esta semejanza podemos inferir que la comunicación con algún tipo de unión común entre las personas, una especie de forma de compartir lingüística o simbólica

En su acepción más general, "comunicación es acción y efecto de hacer a otro, participe de lo que uno tiene, descubrir, manifestar o hacer saber a uno alguna cosa, consultar, conferir con otros un asunto, tomando su parecer" (Flores y Orozco, 1983: 24)

Para los manejadores de información, la importancia de la comunicación yace en su capacidad de conectar significados simbólicos y crear una comprensión

común. La meta de la comunicación es establecer una comunidad de comprensión o compartir representaciones significativas a través de las actividades de comunicación más efectivas.

La comunicación puede definirse "como el establecimiento de una comprensión común; como la transferencia de representaciones significativas, de una persona a otra, como la estimulación de símbolos comunes en varias mentes a través de la interacción simbólica; o como la creación de representaciones significativas en otros a través de actividades de estímulo y respuesta" (Merrill, 1992 40 - 41).

El diccionario de las ciencias de la educación, Editorial Santillana (1995) explica que la comunicación tiene lugar cuando hay un intercambio de pensamientos u opiniones compartidos a través de las palabras, las letras o los mensajes. Como se afirmaba anteriormente el concepto de comunicación es muy amplio, pues consultando otro diccionario nos indica "que la comunicación atraviesa una multiplicidad de áreas de conocimientos y su unificación sólo puede ser hecha en una teoría que ya tuviese articulación propia" (Editorial Patna, 1989 284).

Para Israel (2001) la comunicación es la transmisión de algo determinado en un tiempo concreto, por un medio preciso y de una manera específica. Se habla de comunicación en la física, en la religión, en el arte, en la filosofía. La comunicación es todo intercambio de mensajes entre dos o más interlocutores.



En cambio, para Flores y Orozco (1983) la comunicación es un proceso mediante el cual se transmiten significados de una persona a otra, es transmisión de la información, ideas, emociones, habilidades por medio del uso de símbolos, palabras u otras maneras de expresión.

De esto resulta que la comunicación, mirada en su conjunto, es un medio y no un fin en sí, de hacer común a otros, algo que pensamos o sabemos para alcanzar objetivos ciertos. En este sentido, su finalidad más trascendente, consiste en justificar y hacer cobrar realidad al hecho fundamental de la existencia humana. Se puede decir que el término de comunicación designa el proceso mediante el cual se transmiten significados entre las personas y está vinculado no sólo al lenguaje sino a todos los sistemas de señales. Su estudio abarca un campo de estudio muy extenso pues la comunicación está presente en todas las relaciones humanas.

La comunicación pone en movimiento, inyecta dinamismo a todas las estructuras sociales del más variado orden, ya se trate de familia, la escuela, el club, la fábrica, el taller, la oficina, la iglesia, el equipo deportivo o la organización gubernamental.

La comunicación es básica para todas las disciplinas académicas, a pesar de que quienes más han insistido en ello durante largo tiempo son los especialistas del periodismo y de lingüística, tan es así que todas las carreras profesionales

que se imparten en la Universidad Autónoma de Nuevo León, llevan en su plan de estudios la materia comunicación oral y escrita

Por otro lado la información se actualiza a través de la comunicación. Hay en la naturaleza, acervo de datos, conocimientos, ideas, sentimientos o experiencias. Las expresiones de la cultura, los hechos, las normas, principios, fenómenos relaciones, interacciones son simplemente datos. Permanecen en estado latente, sin manifestarse con una orientación exterior, hasta en tanto no se convierta en información, por virtud de un factor dinámico que la hace objeto de la comunicación ( Flores y Orozco,1983 )

## 2.1.2 Comunicación de masas

En el seno de la sociedad industrial avanzada, los hombres continúan comunicándose, como lo han hecho siempre de viva voz. Pero se comunican también de mil otras maneras que les han sido legadas por la historia. La comunicación es tan antigua como el hombre, puesto que responde a una estructura básica del ser humano. El hombre es un ser social precisamente porque es capaz de comunicarse y en esa capacidad se fundamenta la existencia de las sociedades humanas

Es un hecho que el fenómeno de la comunicación ha adquirido una nueva dimensión en el siglo xx, como consecuencia del surgimiento de una sociedad de masas, que nace con la génesis de la economía industrial y los principios de una convivencia política basada en la democracia

La impresionante capacidad que tenemos hoy día de mandar mensajes a largas distancias de forma instantánea, transmitiendo simultáneamente significados parecidos, nos es tan familiar que es fácil mostrarse indiferente ante ello. Sin embargo, si tenemos en cuenta la vida humana en épocas primitiva, lo que hacemos hoy cuando leemos el periódico, ponemos la radio o miramos la televisión, representa un cambio de una magnitud extraordinaria en cuanto al comportamiento humano de la comunicación (De Fleur y Ball-Rokeach, 1999).

La comunicación de masas es el modo particular de la comunicación moderna, que permite al emisor de la comunicación, dirigirse simultáneamente a un gran número de destinatarios. El proceso de la comunicación de masas es formalizado, institucionalizado e impersonal. Consiste en mensajes que se envían a través de cualquier medio tecnológico a grandes grupos de personas o público masivo. La tecnología siempre está involucrada en la comunicación de masas, no hay intercambio de tú a tú. Los mensajes se comunican a una gran masa de personas a través de varios medios: la página escrita, la radio, la televisión, el cine.

La pertinencia de la comunicación de masas se basa sobre todo en el significado de la producción múltiple o de masas y en la gran extensión de la audiencia a la que los medios de comunicación de masas pueden llegar (McQuail, 1997).

Herber Blumer (citado por Mc Quarl, 1997) define el concepto de "masa" mediante un conjunto de contrastes con otros tipos de colectividad que se encuentran en la vida social, especialmente el "grupo", la "multitud" y el "público". Para Rocha (1995) en cambio, el término "masa" se usa en una "sociedad de masas", es la fuente intelectual de la cual obtenemos los conceptos de "medios masivos" y "comunicación masiva".

Esta idea de "masa" como una forma de organización social surgió de un siglo y medio de análisis teórico hecho por una gran cantidad de pioneros científicos sociales. El término "masa" fue usado "para referirse a una sociedad en la cual las personas carecían de fuertes lazos sociales, una sociedad en la cual las fuerzas de la industrialización y la secularización habían separado a los individuos de sus comunidades y los habían transportado al frío mundo de la impersonalidad. Todo esto en contraste con la típica vida de la aldea en donde las personas se identificaban en una vida de familia" (Rocha, 1995: 42)

La comunicación de masas, "consiste en un amplio fenómeno que emerge históricamente a través del desarrollo de instituciones que tratan de explotar nuevas oportunidades aglutinando y registrando información para producir y reproducir formas simbólicas, y para transmitir información y contenido simbólico a una pluralidad de receptores a cambio de algún tipo de remuneración financiera" (Thompson, 1998 46 ).

La característica más destacada de la comunicación de masas, no viene dada por el número de individuos que reciben los productos, sino más bien por el hecho de que los productos estén disponibles, en un principio, a una pluralidad de destinatarios.

Por otro lado la comunicación de masas nos dice Israel (2001) tiene las siguientes características: es pública, indirecta, a través de los medios tecnológicos, unilateral y dispersa en el espacio y a veces en el tiempo

Maletzake (citado por Israel, 2001), en una definición clásica, dice que es aquella forma de comunicación en la cual los mensajes son transmitidos públicamente ( sin la presencia de un conjunto de receptores limitado y definido personalmente) por medios técnicos de comunicación, indirectamente y unilateralmente a un público disperso o colectividad

El estudio de la comunicación, en su concepción más amplia, tiene una larga historia, pero nunca ha alcanzado la popularidad, el prestigio o los logros aparentes de muchas disciplinas científicas tradicionales. El estudio de la comunicación de masas, como disciplina independiente apenas ha empezado. Mientras que el público muchas veces está ansioso por obtener respuestas a lo que percibe desde ciertos contenidos transmitidos por los medios, la investigación sobre las comunicaciones de masas todavía tiene que crear una imagen positiva entre la comunidad de especialistas ( De Fleur y Ball-Rokeach, 1999 )

Los estudios sobre la comunicación de masas, aunque intereses conservadores lo pretenden disimular, se han visto siempre condicionados por la realidad comunicativa y social del contexto en que se desarrollaban. Hasta tal punto es así, que la historia de la investigación podría constituir una ayuda inestimable para el desarrollo de la propia historia de los medios de comunicación, en tanto que expresa los criterios sociales, las valoraciones, que sobre los medios han existido y variado a lo largo de la historia contemporánea (Moragas, 1991)

En cada época de la historia dice Moragas (1991), y en cada país se originan distintas demandas sociales para la investigación, siempre dependiente de las distintas funcionalidades que desde los centros de decisión político social, se atribuyen o se solicitan a los medios

Además de que ayuda al desarrollo de la propia historia de los medios es necesario que se promueva la investigación de la comunicación, pues la mayoría de nosotros depende de los productos de la comunicación de masas en cuanto a casi toda la información y entretenimiento que recibimos durante la vida

Resulta que lo que sabemos de las grandes figuras públicas y los asuntos públicos dependen en gran medida de lo que nos dicen los medios de comunicación de masas. Siempre estamos sometidos al periodismo y es poco lo que podemos hacer para evitarlo

Es demasiado poco lo que podemos ver por nosotros mismos. Los días son demasiado cortos y el mundo es demasiado grande y complejo como para que alguien pueda tener muchas certezas acerca de los asuntos del gobierno. Lo que casi todos nosotros creemos que sabemos, no lo sabemos en absoluto en el sentido de experiencia y observación. La mayor parte de nuestra información proviene de los medios de comunicación de masas. Es obvio que todos vivimos en un mundo sintético, y que la síntesis se ha formado en gran medida a partir de la información que suministra la comunicación de masas.

La concepción "medios de comunicación de masas" sólo responde al sentido de la comunicación social moderna a partir de la existencia de auténticos medios de comunicación social y de auténticas masas intercomunicadas. Precisa la existencia de unas fuentes noticieras, un sistema de transmisión de noticias, unos polos de recepción y transmisión y unos receptores que hayan planteado una demanda de información (Vázquez, 1997)

## **2.2 Medios de Comunicación**

A medida que los medios de comunicación (prensa escrita, radio, televisión) y el proceso de comunicación de masas, han sido objetos de estudios cada vez más sistemáticos, tanto mayor ha sido la importancia que como institución han ido adquiriendo en la sociedad.

Los medios de comunicación constituyen una industria creciente y cambiante que da empleo, produce bienes y servicios y alimenta industrias afines, también forma una institución en sí mismos, al desarrollar sus propias reglas y normas, que vinculan la institución a la sociedad y a otras instituciones sociales

Mc Quail (1997. 21) afirma que

- “Los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso medio de control, manipulación e innovación de la sociedad, que puede sustituir a la fuerza o a otros recursos
- Proporcionan una localización en donde cada vez más, se discuten los asuntos de la vida pública, tanto en el orden nacional como en el internacional
- Se han convertido en una fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades. expresan valores y juicios normativos mezclados con las noticias y los entretenimientos”

Sin embargo se piensa que la tarea de los medios de comunicación en su finalidad primaria, será la de interesar a una audiencia, y a partir de ahí se juzgarán las habilidades que haya que desarrollar y compensar en la comunicación de masas



Por otro lado en relación con el individuo, y respecto a la mera existencia de los medios de comunicación de masas se identifican otras tres funciones (Wolf, 1997: 74):

- "La atribución de status y prestigio a las personas y a los grupos objeto de atención por parte de los media;
- el fortalecimiento del prestigio para los que se someten a la necesidad y al valor socialmente difundido de ser ciudadanos bien informados;
- el fortalecimiento de las normas sociales, es decir, una función relacionada con la ética."

Cuando hablamos de medios de comunicación, hablamos de actividades de producción cultural e informativa llevada a cabo por "comunicadores de masas" de muchas clases y dirigidas a audiencias en un marco de regulación y de costumbre

McQuail (1997) establece, que los rasgos especiales de las instituciones de los medios, tal como está ampliamente constituida, son las siguientes

- Se refieren a producciones y distribución de "conocimiento" en forma de información, ideas y cultura, en respuesta de las necesidades colectivas y sociales
- Suministra canales para relacionar a ciertas personas con otras emisores con receptores, miembros de una audiencia con otros miembros de la misma audiencia, de todo el mundo con su sociedad

- Los medios de comunicación operan casi exclusivamente en la esfera pública comprenden una institución abierta en la cual todos pueden participar como receptores y, en ciertas condiciones como emisores
- La institución se relaciona con la industria y el mercado a través de su dependencia del trabajo pagado, la tecnología y la necesidad de financiación
- Aunque carecen de poder en si misma, la institución está invariablemente unida al poder del Estado a través de algunos de sus usos habituales y de mecanismos legales e ideas legitimadoras que varían de un Estado a otro

Estos rasgos no son exclusivos de los medios de comunicación, pero su existencia combinada proporciona a éstos últimos su carácter distintivo y su significado particular en una sociedad moderna

### 2.2.1 Prensa escrita

La prensa es un término genérico que abarca todas las publicaciones periódicas que llegan diversos públicos a un precio determinado o gratuitamente. No existe un medio impreso cuya difusión sea tan rápida e inmediata como la prensa

La prensa es una forma confesional colectiva que proporciona una participación comunal. Puede "pintar" los acontecimientos, utilizándolos o dejando de utilizarlos. Pero es la exposición comunal diaria de múltiples

artículos en yuxtaposición la que confiere a la prensa su compleja dimensión de interés humano. El periódico tiene un carácter confesional, y por su misma forma crea el efecto de las de interconexiones de un asunto, independientemente de los contenidos (Mc Luhan, 1996)

El periódico es el medio tradicional del género prensa y dentro de los medios de comunicación el periódico se distingue por lo siguiente (Beltrán, 1997 20 )

- Tiene capacidad para llegar a los más diversos públicos
- Es el medio impreso que se distribuye con mayor rapidez
- Es un medio de informativo y formativo
- Su precio es bajo, al alcance de todas las clases sociales.
- Se puede adquirir por suscripción.
- Tiene diversas capacidades de alcance.
- Satisface muchas necesidades al lector
- Acepta todas las ideologías
- Aunque es un medio efímero, su contenido puede fácilmente ser archivado.
- Abundan sus lectores asiduos y permanentes
- Su circulación es generalmente certificada
- Los costos publicitarios son los más bajos
- Es un medio selectivo

Ahora, si se analizan las características que se citaron anteriormente, se puede afirmar que no todas podrían ser "cualidades" del periódico primera, en que está al alcance de todas las clases sociales, porque gran parte de la población no tiene acceso y segunda en que los costos publicitarios son bajos

En cambio Mc Quail (1997), expresa otras características del periódico como medio de comunicación masiva: su individualismo, su orientación realista, su utilidad, y su adaptabilidad a las necesidades de una nueva clase social, las capas comerciales, industriales y financieras de base urbana y los profesionales.

Hay periódicos de carácter general que contienen diversas secciones de interés para públicos diferentes, los hay especializados, que solamente publican noticias y artículos sobre un determinado tema, algunos periódicos están dirigidos a cierta clase socioeconómica, otros toman en cuenta solamente el nivel intelectual de los lectores, algunos se publican diariamente y otros semanal o quincenal. En nuestro estado se editan varios periódicos importantes, tanto a nivel local como nacional, los cuales se describirán más adelante en la investigación.

## 2.2.2 Revistas

La revista es un medio impreso de circulación masiva, es considerada un medio permanente, pues tanto sus lectores primarios como los secundarios, generalmente las conservan (Beltrán, 1997)

Las revistas pueden tratar temas importantes con mucha mayor rapidez que un libro y con más profundidad que un periódico. Y cuando una revista decide ahondar en un tema durante un periodo de tiempo, puede llegar a tener un poderoso impacto acumulativo.

Una característica importante de la revista es que puede ofrecer anuncios a los consumidores. Es por eso que las revistas con buenos ingresos por concepto de *publicidad* continúan prosperando a un precio relativamente bajo para los consumidores. En el ámbito de la comunicación, las revistas juegan un papel muy importante, pues todos los públicos ven satisfechas sus necesidades personales, ya que hay revistas para todos los gustos y de todos los tópicos.

Según lo que se ha investigado, existen varios tipos de revistas:

- **Revistas de negocios** No están escritas para el consumidor medio, sino que se dirige a fabricantes, expertos en producción, comerciantes, especialistas técnicos o profesionales asociados.
- **Revistas literarias** Esta revista se le llama clasificada, es decir, las colaboraciones las juzga y revisa un tribunal editorial antes de ser aceptadas para su publicación.
- **Publicaciones universitarias** Son editadas y publicadas por las universidades.

- **Revistas para el consumidor o especializadas** Esta clase de revistas, se dividen en varias categorías revistas para hombres, para mujeres, de jardinería, de deportes, de espectáculos, de aficiones, de política, de sexo, etc

Las revistas se publican periódicamente, algunas en forma semanal, otras, quincenal, mensual o bimestral Como ya se dijo anteriormente las revistas son un medio de comunicación permanente, que selecciona a sus lectores y se adapta a la vida de éstos Por otra parte las revistas que se editan en nuestro estado, son pocas a diferencia de las que provienen de la ciudad de México y del extranjero

### 2 2 3 Radio

La radio es un medio de comunicación masiva en donde el receptor es igual a una masa informe y en ese contexto podría definirse más bien como un medio de difusión de información, que no establece un proceso de comunicación en sentido estricto

Es el medio informativo más extendido, más utilizado, de más fácil comprensión y manejo, y el más rápido en la comunicación de noticias La simultaneidad del medio, el costo limitado de la infraestructura técnica, el bajo precio de los receptores, la calidad sonora cada día mejor y la posibilidad de recibir mensajes sin disponer de formación técnica, ni cultural previa, lo ha

convertido en vehículo para los más variados fines, sean noticiosos, comerciales, políticos, educativos o propagandísticos

La radio, sin duda, fue ante todo una tecnología y sólo más tarde un servicio, comenzó más como un juguete y una novedad, que como una contribución seria, o incluso popular, a la vida social Sin embargo hoy en día se ha convertido en un negocio para los fabricantes, por un lado, por otro se ha convertido en un instrumento político, cultural y propagandístico y un medio de publicidad

La radio se ha vuelto hacia las necesidades particulares de la gente en distintos momentos del día, hecho que corre parejo con la multiplicidad de los aparatos en dormitorios , cuartos de baño, cocinas , coches, y ahora, de bolsillo Se ofrecen programas para gente dedicada a toda clase de actividades (Mc Luhan, 1996).

La radio es un medio de comunicación vivo, influyente y con una enorme incidencia social y cultural Como se sabe, en prácticamente todos los hogares de México hay al menos un receptor de radio abierta y su cobertura abarca el 98 por ciento de la población en toda la Republica Mexicana (Sosa, 2001)

Este medio, tuvo que encontrar nuevas necesidades que satisfacer en la sociedad cuando llegó la televisión. Si embargo la información en la radio tiene importantes ventajas frente a la de otros medios, porque es inmediata, directa, ágil. El hecho de que los espacios hablados en la radio ganen terreno, significa que es a través de la información, el entretenimiento y la diversión, como se gana audiencia.

La escasa investigación sobre radio es un hecho lamentable por que se pierde información muy valiosa para la toma de decisiones a fin de definir un mejor futuro para este medio, mejorar contenidos, buscar nuevos formatos radiofónicos.

Actualmente la actividad radiofónica está concentrada en manos de particulares, la presencia del Estado es casi nula. Monterrey, ocupa el tercer lugar de importancia en la industria radiofónica del país, y además fue la cuna de este medio. Por otra parte existen grupos radiofónicos muy importantes en la localidad, como son el Grupo Radio Alegría, y Multimedios Estrellas de Oro, y otros grupos, de ellos se hablará más adelante.

#### 2.2.4 Televisión

La televisión es un elemento cultural producido en el siglo pasado, con aportaciones de científicos de diversas partes del mundo, que de algún modo



han permitido su fácil introducción y aceptación, aun en lugares apartados. Se dice que es una forma superior de comunicación, por que el pensamiento formado a través de la imagen televisiva ha logrado sustituir el pensamiento que generan la palabra y el lenguaje escrito.

La televisión surgió como un medio que proporciona entretenimiento, los alcances y su importancia no se contemplaron cuando se creó. Sin embargo su rápido progreso y el desarrollo alcanzado en estos años la llevaron a convertirse en un medio de gran penetración. En la actualidad puede afirmarse que ya no es sólo una elite la que tiene oportunidad de acceso a la televisión, sino la masa del pueblo.

Vilches (1993) menciona que la televisión fue inventada como resultado de una investigación técnica y científica. Si la televisión no hubiera sido inventada, ciertos hechos sociales y culturales de nuestro tiempo no hubieran ocurrido, para esta hipótesis se pueden ofrecer cinco proposiciones.

- Su poder como medio de noticias y entretenimiento ha sido tan grande que ha alterado a todos los precedentes medios de información y entretenimiento.
- Sus propiedades inherentes como medio electrónico han alterado nuestra percepción básica de la realidad y por ende nuestras relaciones con los otros y con el mundo.

- Como poderoso medio de comunicación y entretenimiento ha tomado parte junto con otros factores, tales como la creciente movilidad física, siendo ella misma el resultado de otras nuevas tecnologías inventadas en la alteración de la escala y la forma de nuestras sociedades
- Ha sido desarrollada como un medio de noticias y entretenimiento. Ello ha tenido consecuencias imprevistas no sólo sobre los otros medios de información y entretenimiento reducido, su viabilidad e importancia, sino también en el proceso central de la familia y la vida cultural y social

Si se analiza el último punto de las proposiciones que hace Vilches en cuanto a las noticias por televisión, éstas tienen que ser cortas, sencillas, sin embargo las imágenes son cruciales y muchas veces excepcionales, que en otros medios de comunicación no pueden darse. Todo esto acusa al periodismo televisivo de ser más recreativo que noticioso, más estilo que substancia.

Los críticos también acusan a los periodistas de televisión, de dar énfasis a las malas noticias, de tratar con sensacionalismo ciertos aspectos de las informaciones, de invadir la intimidad de quienes hacen la noticia, de ser parciales en sus informes. Sin embargo los periodistas al cuestionarles la forma como desempeñan su trabajo contestan, que las noticias polémicas e insólitas son a menudo problemáticas, que lo que un telespectador considera sensacionalismo, el otro lo considera buen periodismo, que muchas personas buscan la atención del periodista y que los periodistas hacen lo que pueden.

para equilibrar las noticias, pero que en el proceso se ofende tanto al que sostiene como al que se opone a una cuestión

A pesar de estas críticas, parece que al consumidor de noticias le gusta como informa la televisión. De hecho los consumidores prefieren las noticias por televisión a la de los periódicos. La razón de esto es que las noticias por televisión tiene más impacto que la noticia escrita, por que son de fácil consumo y no hay que pagar por ellas.

La televisión "es el medio de mayor influencia en nuestra sociedad" (Alva de la Selva, 2001: 21). Es por ello que la mayor parte de los habitantes se inclina por las noticias televisivas, y como medio de entretenimiento. En general puede decirse que la televisión es un medio de comunicación que, habiendo nacido de una técnica nueva de sistema social y económica en manos de grupos financieros y políticos, ejercen una acción más bien para aumentar las riquezas de esos grupos, haciendo caso omiso de la formación del hombre y no cumplen además con la función social encomendada por el Estado.

Hoy en día es muy cuestionada la llamada función social que debe cumplir la televisión, tan es así que los mismos publicistas amenazaron con retirar toda su publicidad si el medio seguía con la misma línea en su programación. Se puede afirmar que la televisión está en crisis, no en lo económico, esto es bien claro, sino en la producción de programas que se transmiten diariamente.

En la localidad existen varias empresas televisivas de las cuales se hablará más adelante

## **2.3 Teorías de Comunicación**

En cuanto a las teorías de comunicación enfocadas a la investigación, las más relacionadas son la teoría funcionalista y la de responsabilidad social, de la funcionalista es de la que se hablará a continuación.

### **2.3.1 Teoría Funcionalista**

La teoría funcionalista de los medios representa básicamente una visión global de los medios de comunicación de masas en su conjunto es cierto que sus articulaciones internas establecen diferencias entre géneros y medios específicos pero la observación más significativa es la que tiende a explicar las funciones desarrolladas por el sistema de las comunicaciones de masas

Para Wolf (1991: 68), la teoría funcionalista ocupa una posición muy precisa, que consiste "en definir la problemática de los media a partir del punto de vista de la sociedad y de su equilibrio desde la perspectiva del funcionamiento global del sistema social y de la contribución que sus componentes (incluidos los media) aportan a la misma"

El sistema social en su globalidad es concebido como un organismo cuyas distintas partes desempeñan funciones de integración y de mantenimiento del sistema. Su equilibrio y su estabilidad se realiza a través de las relaciones funcionales que los individuos y los subsistemas activan en un conjunto

Wolf (1991) señala cuatro tipos de fenómenos comunicativos a) la existencia del sistema global de los mass media en una sociedad; b) los tipos de modelo específicos de comunicación relacionados con cada medio particular (prensa, radio, televisión; etc ); c) la implantación institucional y organizativa con la que operan los distintos media , d) las consecuencias que se derivan del hecho de que las principales actividades de comunicación se desarrollen a través de los mass media.

En cambio para McQuail (1997) dice que el enfoque funcionalista ha chocado con graves dificultades, tanto intelectuales como políticas. Una dificultad subyacente es acerca del significado del término "función". Se puede emplear en el sentido de finalidad, consecuencia, requerimiento o expectativa

Expresa que tal como se aplica a la comunicación de masas, la expresión "función de la información", por ejemplo, puede referirse a tres cosas distintas que los medios tratan de informar a la gente (finalidad), que la gente aprende de los medios ( consecuencia ), que se supone que los medios informan a la gente

(requerimiento o expectativa) Continúa diciendo que hay otras ambigüedades posibles, pero la variación del significado depende en general del punto de vista que se adopte: el del emisor, el del receptor, el del observador neutral, el del legislador o el regulador.

Cabe mencionar una dificultad suplementaria que deriva del hecho de que los medios de comunicación no sólo actúan en nombre propio, sino también de otros grupos u organizaciones, lo que hace difícil distinguir las funciones de los medios de comunicación de los otros cuerpos

Por otra parte para Paoli (1989) el funcionalismo es un conjunto de teorías que con diversos matices se adhieren a los siguientes conceptos

- a) Las funciones y las instituciones. Toda sociedad humana tiene un conjunto de necesidades y un conjunto de instituciones para satisfacerlas
- b) Equilibrio y conflicto Las sociedades humanas tienden al equilibrio
- c) La estructura social La sociedad humana es un organismo interrelacionado, cuyos elementos forman una estructura donde cada uno de ellos se afecta si alguno deja de funcionar
- d) La historia. La sociedad puede estudiarse sincrónicamente, ver sus necesidades satisfechas por instituciones que con ello cumplen sus funciones

Charles R. Wright (citado por Paoli, 1989) señala diversos niveles de análisis de la teoría funcionalista de la comunicación. En el primer nivel considera que los modos de comunicación con o sin medios masivos de ésta, estandarizan los fenómenos sociales. En segundo nivel, trata de esclarecer las condiciones para una investigación funcional de los modos de comunicación masiva. En un tercer nivel del análisis funcional, pretende ver la organización institucional de los medios masivos de comunicación.

Una visión de la función de los medios de comunicación como finalidad o como motivo parece proporcionar una mayor base común, esta versión tiene dos componentes. un tipo particular de actividad de los medios (una tarea), que puede mencionarse más o menos objetivamente, y un enunciado objetivo, valor, utilidad o fin proporcionado por uno u otro de los usuarios o supuestos beneficiarios (Mc Quail, 1997).

La teoría funcional ofrece varias posibilidades de explicar según el punto de vista de la sociedad o del individuo. Desde el punto de vista de la sociedad, los medios de comunicación pueden contribuir a la continuidad, al control social, a la integración y a la motivación, mediante gratificaciones simbólicas a quienes se adaptan o se rebelan.

Desde el punto de vista individual, el "excesivo énfasis" puesto en la elite y en los valores aceptados tal vez también satisfaga cierta necesidad de modelos de objetivos con los que identificarse y de reforzamiento de los valores, mientras

que el alejamiento de la realidad colabora asimismo a hacer más aceptables sus imposiciones.

Las funciones de los medios de comunicación en la sociedad según McQuail (1997).

- De información hablando desde este punto de vista, proporcionan información sobre acontecimientos ocasionados en nuestro entorno
- De correlación. en este aspecto explica e interpreta el significado de ciertos sucesos, además de apoyar a las autoridades y normas establecidas
- De entretenimiento en este rubro se encarga simplemente de proporcionar entretenimiento, diversión
- De movilización: al citar este término hacen campañas a favor de diversos objetivos sociales, sobre política, desarrollo económico, religión y trabajo.

### 2 3 2 Teoría de la Responsabilidad Social

La teoría de la responsabilidad social tiene un amplio abanico de aplicaciones, puesto que cubre diversos tipos de medios impresos privados e instituciones públicas de radio y televisión, que han de responder ante la sociedad

En la situación específica de la propiedad privada, el profesional de los medios de comunicación no sólo es responsable ante el consumidor y el



accionista, sino también en la sociedad en general. Puede considerarse "que la teoría de la responsabilidad social ha tratado de reconciliar tres principios algo divergentes: la libertad y la elección individual, la libertad de los medios y la obligación de los medios ante la sociedad" (Mc Quail, 1997: 157)

Puede que haya más de una manera de resolver las contradicciones potenciales, pero la teoría ha favorecido dos tipos principales de solución. Uno es el desarrollo de instituciones públicas, pero independientes, de administración de radio y televisión, desarrollo que a su vez ha ampliado enormemente el alcance y la fuerza del concepto de responsabilidad social. El otro es el del profesionalismo como medio de conseguir mayores niveles de eficacia, aunque manteniendo la autorregulación de los medios de comunicación (Mc Quail, 1997)

La influencia de la radio y la televisión como expresión práctica de la teoría de la responsabilidad social sobre la prensa de la propiedad privada ha quedado patente en la creciente voluntad de los gobiernos de contemplar o llevar a cabo medidas que contradicen formalmente los principios de la libertad de prensa

Estos incluyen diversas formas de intervención legal y fiscal diseñadas para lograr objetivos sociales positivos o para limitar los efectos de las presiones y tendencias del mercado. Han hecho su aparición en diversas formas: códigos o

estatutos para proteger la libertad editorial y periodística, códigos de la práctica periodística, regulación de la publicidad, legislación antimonopolista, establecimientos de consejos de prensa, revisiones periodísticas de comisiones de investigación, sistema de subsidio de la prensa

Los principios fundamentales de la teoría de la responsabilidad social puede resumirse de esta manera

- Los medios de comunicación deben cumplir ciertas obligaciones para con la sociedad
- Estas obligaciones se pueden cumplir al informar de manera veraz y oportuna
- Al aceptar y aplicar estas obligaciones, los medios de comunicación deben autorregularse en el marco de la ley
- Los medios de comunicación deben evitar todo aquello que pudiera conducir al crimen, la violencia o el desorden civil
- Los medios de comunicación deben ser pluralistas y reflejar la diversidad de su sociedad, dando acceso a diversos puntos de vista y al derecho de respuesta.
- Los periodistas y los medios de comunicación deben responder ante la sociedad y el mercado (Mc Quail, 1997)

Sin embargo se observa que cuando se trata de combinar la libertad con la responsabilidad, el peligro más importante consiste en que los medios de

comunicación de masas pueden perder de vista su responsabilidad fundamental

Theodore Peterson (citado por Rivers y Schramm, 1973), hace un resumen de las críticas a todos los medios de comunicación

- Los medios de comunicación de masas han manejado un enorme poder para alcanzar sus propios fines. Los propietarios han propalado sus propias opiniones, en especial las políticas y las económicas, a expensas de los puntos de vista contrarios
- Los medios de comunicación de masas han estado subordinados a la gran empresa y a veces han permitido que los avisadores controlaran la política y el contenido editorial
- Los medios de comunicación de masas se han opuesto al cambio social.
- Los medios de comunicación de masas a menudo han prestado más atención a lo superficial y a lo sensacional en sus reportajes
- Los medios de comunicación de masas han puesto en peligro la moral pública.
- Los medios de comunicación de masas han invadido la vida privada de las personas sin causa justa

Con todo lo antes descrito se comprueba que los medios de comunicación no han sufrido cambio alguno en su comportamiento, pues en la actualidad se viven esas mismas actitudes y formas de conducirse que difícilmente los harán

cambiar. Si bien es sabido que son ellos mismos los que no aceptan la reforma de una nueva legislación, pues ello acarrearía un perjuicio a sus propios intereses económicos.

Sin embargo la sociedad moderna, exige que se imponga a los medios una obligación de responsabilidad social, esta teoría impone restricciones éticas y morales a los medios de comunicación, sus propietarios, incluyendo los trabajadores.

Se sabe de antemano que en los medios de comunicación hay muchos líderes de mente clara que tienen un concepto más respetuoso del público. Sin embargo, las mismas políticas de la empresa no los dejan actuar por sí solos. Neil Postman (citado por Rivers y Methews, 1994), dice que la televisión está convirtiendo a las noticias y los asuntos públicos, en negocios del espectáculo, educando a la gente a evitar cualquier información que no se presente como diversión.

Por otro lado si se analiza a los medios de comunicación en México, en lo que se refiere a la responsabilidad, integridad y profesionalismo, Martínez (2000) nos comenta que existen varias razones en las que se incurre en estas conductas:

- La corrupción, que se da en varios departamentos gubernamentales e incluso aceptada y a veces exigida por los mismos periodistas

- Conflictos de intereses en donde el informador o el medio está vinculado con alguna de las partes de la noticia
- El sensacionalismo de la noticia, por buscar alto rating o mayor circulación de la noticia.
- La falta de acceso real a la información de órganos del Estado

Se analizaron las aportaciones que hacen los diferentes autores en materia de responsabilidad social. Sin embargo si se analizan los códigos de ética o códigos deontológico en los medios e comunicación, se llega a la conclusión que son escasos los medios que verdaderamente lo aplican y lo tienen instituido

Si se habla de la prensa escrita, los primeros pasos en materia de deontología informativa se dan en 1992, cuando el diario *Unomásuno* propuso la creación de un defensor del lector, aunque no habló de un código ético. Pero fue hasta junio de 1993 cuando el periódico *EL Economista* instituyó a un *ombudsman* y presentó un primer esbozo de código deontológico en México. Posteriormente publicarían el suyo *El Norte*, de Monterrey, también en 1993, y *El Nacional*, ya desaparecido en agosto de 1994. Y años después, seguirían *Novedades*, *El Financiero*, *Reforma*, *El Universal*, el semanario *Proceso* y recientemente el diario *La Crónica de Hoy*, *El Imparcial* y *El Informador* de Guadalajara

A la fecha, la preocupación ética de los medios y periodistas, manifiesta en códigos deontológico, es mínima. En México "existen alrededor de 1,330 radiodifusoras, casi 400 canales de televisión, cerca de 400 periódicos y unas 200 revistas, medios en los que laboran poco más de 35 mil periodistas" (Martínez, 2000: 29). Y sólo se conocen los códigos de ética de los periódicos antes mencionados. Los medios electrónicos sólo tienen la propuesta deontológico trazada por la CIRT (Cámara de la Industria de la Radio Y Televisión).

La idea de la autorregulación ha emergido en países desarrollados. Su propósito central es asumir marcos éticos que mediante el establecimiento de mecanismos determinados promuevan una responsable difusión informativa, resuelvan conflictos dentro del ámbito periodístico, y realcen y dignifiquen la imagen del ejercicio profesional. La autorregulación es resultado de la iniciativa y el compromiso voluntario de tres actores: empresas mediáticas, periodistas y sociedad.

En nuestro país, con fecha del 17 Marzo del 2001, quedó formalmente constituido, el Consejo de Autorregulación. La dirigencia de la CIRT (Cámara de la Industria de la Radio y Televisión) informó que los objetivos de este consejo son: promover el reconocimiento y la observancia de principios éticos y cívicos por parte de los concesionarios, para ofrecer una mayor calidad en los contenidos de radio y televisión, así como estimular las relaciones entre el auditorio y los medios de comunicación, sin que esto constituya un marco legal.

El Consejo de Autorregulación quedó conformado por la Asociación a Favor de lo Mejor, la ANUIES (Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Educación Superior), el CCE (Consejo Coordinador Empresarial) el CAEP (Consejo de Autorregulación de la Ética Publicista), el CNP (Consejo Nacional de la Publicidad), y lo preside Casio Carlos Narváez Lidolf

Asimismo, según el Secretario de Gobernación, Santiago Creel tiene atribuciones legales y deberá contar con un órgano de asistencia y consulta integrado por representantes de las Secretarías de Gobernación, de Educación Pública, de Salud, y de Comunicaciones y Transportes (Fundación Manuel Buendía, Rev Mex. de Com )

Si de acuerdo con Ernesto Villanueva (citado por Martínez, 2000), la existencia de códigos de ética, supone la voluntad de ser más profesional, la existencia de informadores más libres, el compromiso de ejercer un periodismo equilibrado y honesto, el avance de las relaciones gobierno- medios- sociedad y el grado de evolución ética del gremio, entonces se podría decir que a nuestro país le falta mucho en este aspecto

Se puede decir que la ética periodística en México, se le empieza a ver como un recurso ornamental que destaca la imagen de independencia, crítica y responsabilidad de un medio, que como un real mecanismo para profesionalizar y dignificar la tarea informativa, además de que ésta es muy necesaria para la misma credibilidad del medio informativo

Sin embargo para los periodistas no hay nada más importante que la ética. Un periodista tiene una sola cosa verdaderamente valiosa: su credibilidad. Un profesional de los medios de comunicación que pone en peligro esa credibilidad, a la larga no le es útil, ni a la sociedad ni a su profesión.

Los errores más comunes que cometen los reporteros en el ejercicio de su profesión, según Velázquez (1999: 9), son "informaciones descuidadas, inexactas, superficiales, versiones no confirmadas, fuentes extraoficiales dudosas, fuentes no identificadas, incapacidad profesional". Todo esto sucede en aras de ganar la exclusiva, se publica la nota a la ligera, indocumentada, inflada, amanillista, se pierde exactitud y credibilidad y el medio se expone a una demanda penal.

González Rubio (2001: 70), afirma "que los medios asuman su responsabilidad social, pues su función no es únicamente la de ser instrumentos de comunicación, y después de asumida tal responsabilidad, pueden forjar una cultura en el público".

La información tiene que ser transmitida con responsabilidad de parte de los periodistas, no podemos seguir viviendo de filtraciones y que todo el mundo se ampare en el secreto periodístico (Curzio, 2001).

Ahora en lo que se refiere al dueño de un medio de información puede expresar sus opiniones, si así lo quiere, en la página editorial, pero nunca



puede ni debe alterar o manipular la noticia ni presionar al cuerpo de redacción para seguir una consigna

Como lo señala Jorge Carpizo (2001: 30) "algunos grandes empresarios de los medios de comunicación quieren el poder absoluto como el que detentaron algunos reyes y emperadores a) persiguen estar situados encima de la ley, b) ser completamente irresponsables, pues desean que sus actos no se puedan impugnar jurídicamente; c) que su voluntad sea la única ley y las libertades de los demás se subordinen a la suya, d) hacer valer sus derechos humanos como escudo a su arbitrariedad pero hay desprecio y aversión a los derechos humanos de los demás individuos "

Sin embargo, en un Estado de derecho nadie está por encima de la ley, nadie es irresponsable de sus actos y todo individuo tiene la facultad de defenderse jurídicamente. En resumen, se puede enfatizar que el único compromiso del trabajador del medio de comunicación es con la sociedad y solamente a ella es a la que debe servir

Por otro lado el dueño del medio, debe lealtad a los lectores, no al gobierno en turno, o a un grupo político determinado. Algo que deben tomar en cuenta tanto los periodistas como los empresarios en materia de comunicación, es que entre más servicios preste a la comunidad, entre más identificado esté el medio con los lectores, los televidentes o radioescuchas, entre mayor sea su liderazgo moral y exista un efectivo departamento de circulación, la publicidad

será más generosa y por lo tanto el medio saldrá beneficiado y por consecuencia también ganarán sus trabajadores

En ocasiones es el mismo gobierno en turno el que los invita o les sugiere un código de ética o simplemente les exige que sean más profesionales en su desempeño periodístico, pero aún así la mayoría se resiste al cambio. Se sabe de antemano que la mayoría de los propietarios y trabajadores de los medios de comunicación anteponen sus intereses económicos, pues antes que nada el medio de comunicación que representan es un negocio

#### **2.4 Investigaciones sobre descripción de medios**

Respecto al tema de la investigación, como se afirmó en las limitaciones no existe bibliografía, sin embargo se ha consultado ciertos libros que no se apegan exactamente a la investigación, pero los autores hacen referencia a ciertas descripciones de los medios de comunicación, el inconveniente es que hacen el recuento de fechas no muy recientes

Por ejemplo en el libro "La historia de los medios de comunicación en Coahuila" de Carabaza y Ewald (1992), ellas hacen una investigación de los medios de comunicación que existen en el estado de Coahuila. Dividen al estado por regiones, y de esa manera establecen que existen 23 periódicos en el estado de Coahuila. Por otro lado describen 54 estaciones de radio, éstas las clasifican por ciudades que integran el estado. En cuanto a la televisión el

estado de Coahuila cuenta con dos televisoras locales Televisora de la Laguna Canal 4, y Canal 2, un canal independiente

Otra investigación es la de Arredondo (1986), quien hace una descripción de los medios en su libro "Los medios de comunicación en Jalisco" En el hace un recuento de los medios masivos en ese estado entre los años de 1980 y 1984 Los diarios que reporta en Jalisco en 1983 son 73, mismos que están distribuidos en diferentes municipios del estado

En lo que se refiere a las emisoras de radio son 34, éstas son de diferentes grupos radiofónicos y se encuentran en varios municipios de Jalisco en 1984 La televisión se inicia en 1959 en Guadalajara bajo el control de Telesistema Mexicano, S. A. Para el año de 1982 se crea la empresa Televida de Guadalajara S. A, con sus canales locales

Kann Bohmann(1989) realiza una investigación de los medios masivos a nivel nacional y presenta los siguientes datos Nos informa que para el año de 1982, la República Mexicana contaba con 371 diarios, y hace la descripción por entidades en la radio afirma que se contaban con 635 estaciones de A M y 175 de F M. en la televisión existían 148 televisoras En lo que se refiere a la radio y la televisión éstas también estaban distribuidas por estados

La información mencionada anteriormente es la que está enfocada a la investigación, sin embargo, Granados Chapa (1981) hace una investigación

sobre los medios de comunicación en México y en ésta menciona que al iniciarse los cincuentas, la UNESCO informó que había en México 163 diarios, con un tiraje de 1,300,000 ejemplares para una población total de 28 millones de habitantes. En 1958 se informa que existían 270 diarios. El Anuario Estadístico registra 232 diarios en 1968.

Por otra parte en lo que se refiere a la radio, para el año de 1977 existían 580 estaciones de radio comerciales de amplitud modulada y 113 estaciones de radio comerciales de frecuencia modulada en México. En cuanto a la televisión apunta Granados Chapa que, existían en 1978 TELEVISIÓN y la televisión del Estado.

Con todo esto se presume que en la actualidad no existen investigaciones acerca de descripciones de medios masivos, porque además se ha consultado el libro "La investigación de la comunicación en México", una sistematización documentada (1986 - 1994) de Raúl Fuentes Navarro, en donde se tienen registradas las investigaciones que se han hecho, no se encuentra ninguna reciente, con esto se reafirma lo anterior.

## **2.5 Contexto de la investigación**

La presente investigación se realiza en el estado de Nuevo León, dicho estado forma parte de la República Mexicana, figurando como uno de los más importantes de México. Se hará un recuento de los medios de comunicación

masiva, tanto electrónicos como impresos, de todos los municipios que conforman el estado, todo esto dentro del año 2001.

### 2.5.1 Situación geográfica

Para situar esta investigación se hablará del estado de Nuevo León. Está localizado en el extremo noroeste de la República Mexicana, perteneciente a la Región Noroeste. Limita al Norte con el estado de Coahuila, los Estados Unidos de América y el estado de Tamaulipas, hacia el Oeste limita con Coahuila San Luis Potosí y Zacatecas y al Sur con San Luis Potosí y Tamaulipas, al Este con Tamaulipas. Nuevo León es uno de los estados más importantes. Tiene una superficie de 64, 924 Km<sup>2</sup>.

Cuenta con una población total de 3; 826, 240 habitantes; de los cuales 1, 900, 158 son hombres, y 1; 926, 082 son mujeres, según el Censo general de población del 2000.

Nuevo León está integrado por 51 municipios, se anexa el presente mapa del Estado para situar a cada uno de ellos.



**CLAVE MUNICIPIO**

001	Abaso
2	Agualeguas
003	Adamasos
004	Ande
005	Anahuac
006	Apoda
007	Aramberm
008	Bustaman
009	de Iturbide
01	Carmen
12	de Flores
013	de Iturbide
14	de Iturbide
6	de Iturbide
17	García
8	García
19	General Bravo
02	General Bravo
021	General Obledo
02	General Obledo
02	General Obledo
024	General Zaragoza
02	General Zaragoza
026	General Zaragoza
02	General Zaragoza
8	Hidalgo
029	Hidalgo
1	Hidalgo
034	Hidalgo
035	Hidalgo
036	Hidalgo
7	Hidalgo
038	Hidalgo
9	Hidalgo
040	Hidalgo
04	Hidalgo
04	Hidalgo
043	Hidalgo
1	Hidalgo
6	Hidalgo
04	Hidalgo
048	Hidalgo
9	Hidalgo
	Hidalgo
	Hidalgo

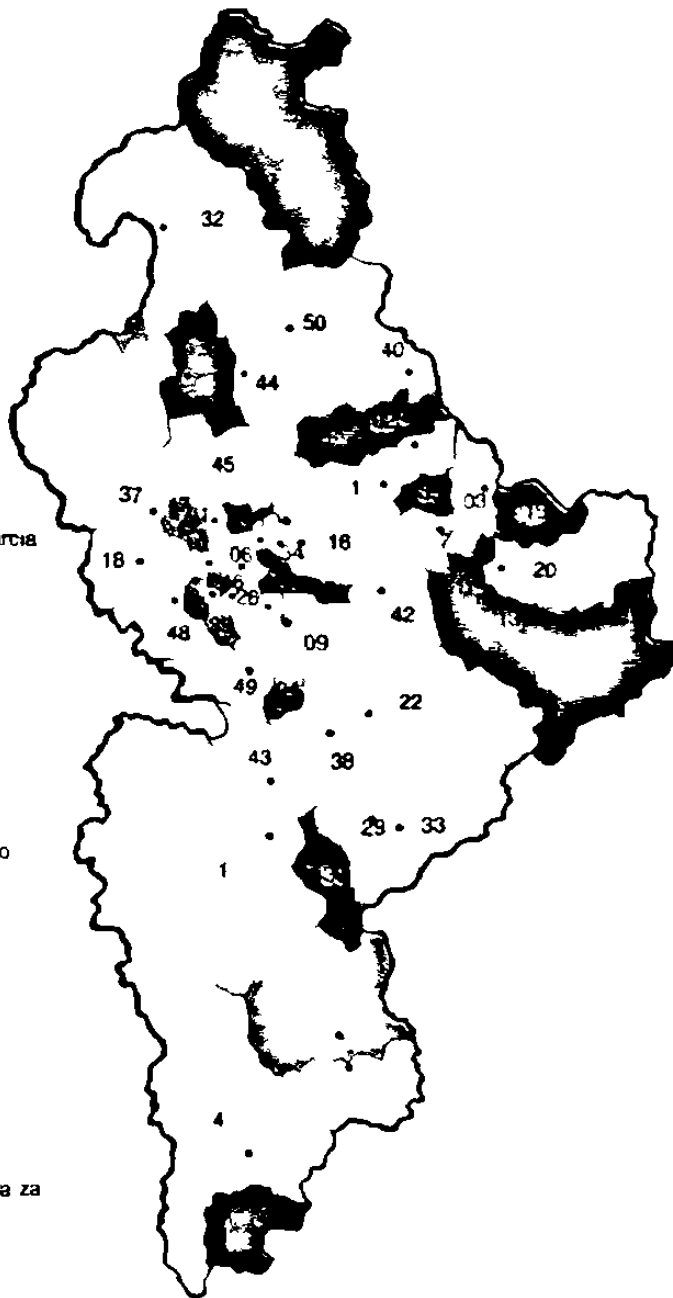


Figura 1 Municipios del Estado de Nuevo León

A continuación se citan cada uno de los municipios de el Estado de Nuevo León, y se menciona su población.

**CUADRO 1**  
**MUNICIPIOS DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN**

<b>Municipios</b>	<b>Hombres</b>	<b>Mujeres</b>	<b>Total</b>
Abasolo	1, 288	1, 226	2, 514
Agualeguas	2, 228	2, 162	4, 390
Los Aldamas	1, 256	1, 208	2, 464
Allende	14, 081	13, 692	27, 773
Anáhuac	9, 328	9, 196	18, 524
Apodaca	143, 349	140, 148	283, 497
Aramberri	7, 641	7, 199	14, 840
Bustamante	1, 749	1, 750	3, 449
Cadereyta Jiménez	39, 857	35, 202	75, 059
El Carmen	3, 354	3, 290	6, 644
Cerralvo	4, 731	4, 612	9, 343
Ciénega de Flores	5, 735	5, 469	11, 204
China	5, 877	5, 663	11, 540
Dr. Arroyo	16, 878	16, 877	33, 721
Dr. Coss	1, 149	1, 097	2, 246
Dr. González	1, 631	1, 554	3, 185
Galeana	20, 094	19, 425	39, 519
García	14, 700	14, 274	28, 974
General Bravo	3, 058	2, 741	5, 799
General Escobedo	117, 713	115, 744	233, 457
General Terán	7, 730	7, 745	15, 475
General Treviño	869	830	1, 699
General Zaragoza	2, 907	2, 669	5, 576
General Zuazua	3, 069	2, 964	6, 033
Guadalupe	332, 973	337, 189	670, 162
Los Herreras	1, 420	1, 375	2, 795
Hidalgo	7, 105	7, 170	14, 275
Higueras	703	668	1, 371
Hualahuises	3, 107	3, 306	6, 413
Iturbide	1, 742	1, 742	3, 484
Juárez	33, 670	32, 827	66, 497

Lampazos de Naranjo	2, 686	2, 619	5, 305
Linares	34, 160	35, 045	69, 205
Marín	2, 430	2, 289	4, 719
Melchor Ocampo	631	584	1 215
Mier y Noriega	3, 556	3 552	7, 078
Mina	2, 600	2, 449	5, 049
Montemorelos	26, 286	26, 455	52, 741
Monterrey	547, 618	563, 379	1,110 997
Parás	646	580	1, 226
Pesquería	5, 850	5, 471	11, 321
Los Ramones	3, 134	3, 103	6, 237
Rayones	1, 359	1, 254	2 613
Sabinas Hidalgo	16, 034	16, 295	32, 329
Salinas Victoria	9, 849	9, 175	19, 024
San Nicolás de los Garza	246, 483	250, 395	496, 878
San Pedro Garza García	58, 380	67, 598	125, 978
Santa Catarina	113, 481	113, 545	227, 026
Santiago	18, 524	18, 288	36, 812
Vallecillo	1, 126	1, 043	2,169
Villaldama	2, 114	2, 133	4, 247

Cuadro 1 Municipios del Estado de Nuevo León ( Continuación )

Fuente INEGI, según el Censo del 2000

## 2.6 Antecedentes de los medios masivos en Nuevo León

Según el periodista Héctor González (Citado por Yzcoa, 1996), la historia del periodismo escrito en Monterrey y el estado de Nuevo León se divide en cinco épocas: la primera, de los inicios del Nuevo Reino de León a 1826, cuando no se publicaron periódicos; la segunda, de 1826, cuando aparece el primer periódico, La Gazeta Constitucional a 1867, pasando por los amargos días de la invasión norteamericana (1846-1848) y la intervención francesa (1862-1867)



Cubre la tercera etapa el periodo comprendido de los años 1867 a 1885, con la aparición del primer periódico diario, buen número de publicaciones femeniles y del nacimiento de periódicos fuera de Monterrey. La cuarta etapa la incluye de los años 1885 a 1910, con la represión porfiriana a la prensa independiente y a la multiplicación de periódicos y revistas en Monterrey y el resto del estado y la quinta y última etapa abarca de 1910 a 1937 y una pequeña prolongación hasta 1943 y que pasa por el estallido de la Revolución Mexicana.

Pero la historia del periodismo local quedaba detenida al inicio de la década de los cuarentas, cuando la época de las transformaciones que vive el mundo y los cambios que la suceden obliga a modificaciones sustanciales en los equipos humano y técnico de los diarios, a fin de marchar a compás con la modernidad que rige en todos los órdenes.

El primer periódico de Monterrey y del noreste de México, fue la Gazeta Constitucional de Nuevo León, que sigue publicándose hasta ahora bajo el nombre de Periódico Oficial del Estado de Nuevo León, cuyo director es el Lic. Justo Sierra.

Se sabe de antemano que la mayoría de los actuales periódicos del estado se encuentran concentrados en Monterrey; a continuación se hace una descripción de los antecedentes de cada uno

Don Jesús Cantú Leal impresor enamorado de su oficio y de la cultura, debe Monterrey el nacimiento de El Porvenir, el mejor periódico de la ciudad y la frontera por muchos años y que, surgido el 31 de enero de 1919, sigue publicándose hasta la fecha y se mantiene como el decano de la prensa regional montañesa (Yzcoa, 1996).

Don Jesús fue el Presidente fundador de El Porvenir hasta su muerte en 1974 y dejó entonces el mando a su hijo Rogelio Cantú Gómez, quien fue Director Gerente del diario hasta 1984, cuando falleció. Llegó luego Jesús Cantú Escalante. Ahora están al timón José Gerardo y Rogelio Cantú Escalante. Como Director Gerente y Director Editor, respectivamente, y quienes son nietos del fundador e hijos del primer director Gerente

Eduardo Martínez Célis (Citado por Yzcoa, 1996), uno de los fundadores del diario, narra en su monografía "El Cuarto Poder a Través de los Siglos- Reseña Histórica de 1824 a 1937" cómo surgió a la vida la publicación. Para fines de orden político, se funda en enero de 1919 por varios hombres de empresa empeñados en favor del General Marciano González como candidato a gobernador del estado, el periódico que tras de su primera época es, sin género de duda, el más importante de cuantos diarios se hayan editado en Monterrey, y cuyo Director fue Ricardo Arenales, impreso en los talleres de Jesús Cantú Leal, pero hecho a mano, su presentación era, dentro de ese sistema, de lo más correcto, no obstante, y a pesar del talento periodístico y la brillante pluma de Arenales, no encontró la acogida que se esperaba a razón

de que el sentimiento público favorecía unánimemente la candidatura de don Juan M. García.

Liquidada la empresa y mediante un arreglo del señor Cantú Leal, quien como condición básica impuso la de desligar el periódico de todo compromiso político, pasó a sus manos El Porvenir asumiendo la dirección desde entonces y por muchos años su jefe de redacción, Federico Gómez y ocupando el puesto que éste dejaba vacante, Eduardo Martínez Celis.

La sección editorial le fue encomendada, y la cubrió por tres años a don Celedonio Junco de la Vega y el resto del personal se formó con Tomás A de Hoyos, redactor de noche, Eusebio Villanueva, como jefe de información, ingresando años más tarde y sustituyéndolo en ese puesto José Manuel Plowells, con Luis B. Herrera y Alfonso Navarro como reporteros, a quienes se sumaron más tarde Alfredo González Treviño y Julio González Montemayor (Yzcoa, 1996).

El estado de Nuevo León tiene el mérito de haber fundado cuatro de las emisoras pioneras de la radiodifusión en México, precisamente en Santa Lucía, que hoy se conoce como la ciudad de Monterrey

En un laborioso estudio sobre la centralidad de la radio en México, la investigadora Fátima Fernández (1991) afirma que las crónicas del norte y las del centro coinciden en señalar el año de 1921 como la fecha en que se inicia la

radio en México. En cuanto a los protagonistas no hay acuerdo. Hay quienes, en Monterrey y en el D.F. reclaman para su ciudad el título de pionera de la radiodifusión mexicana. En uno y otro sitio hubo quien se encargó de que quedara constancia por escrito.

A la llegada de la televisión, la radio mexicana tuvo que enfrentar una etapa de crisis que sólo fue superada con el establecimiento de perfiles programáticos para cada emisora. Cabe mencionar que existen en nuestra entidad importantes cadenas radiodifusoras, que transmiten en todo el estado, figuran entre ellas: el Grupo Radio Alegría, el Grupo Multimedia Estrellas de Oro. Además de otras radiodifusoras como el Grupo Acir, Grupo Radio México, Núcleo Radio Monterrey, entre otras.

El Sol periódico de Monterrey nació el 2 de abril de 1922 por la tarde, esto es como vespertino, y así continúa hasta hoy, como el decano en Monterrey de ese género. Rodolfo Junco Voigth a sus 27 años de edad, fundó El Sol, después de regresar de Estados Unidos y ser impactado por la afición hacia los periódicos que tenía Henry Ford, el fabricante de automóviles, y por percibir junto a su padre, don Celedonio, el olor del papel y la tinta de la imprenta (Esquivel, 2001).

Con el apoyo económico de la esposa del joven Rodolfo, María Teresa Gómez, fascinada también con la letra impresa, se hizo posible la obra periodística a la que animaron también los recursos de la familia Martínez

Echartea, que vió en el talento de aquel Junco Voight un caudal de posibilidades, para hacer negocio en este rubro, pues el estilo de informar impuesto por el nuevo empresario y la fama de los editoriales de don Celedonio empezaron a calar hondo en el naciente diario, que pospuso su salida unos días por problemas técnicos y no pudo nunca ser matutino por los mismos problemas con la imprenta, de suerte que su fundador decía que era "el primer sol que salía en la tarde" ( Esquivel, 2001).

En la década de 1930, Monterrey comenzó a tener un gran desarrollo comercial e industrial que generó un crecimiento de la ciudad en todos sus aspectos. Don Jesús D. González, hombre visionario fundador de Organización Estrellas de Oro, (Multimedios Estrellas de Oro) comenzó con la XET "La T Grande", con esta estación de radio, se inicia en Nuevo León este importante grupo radiofónico, que no sólo incursiona en este medio, sino que también lo hace en televisión y en la industria de los medios impresos.

La idea del nuevo periódico, en la mente de los mecenas industriales, era un matutino y lo imaginaban como el foro para *la gente del norte*, de donde le vino cabalmente el nombre, pues deseaban que no sólo El Porvenir a pesar de ser muy afines también a tal medio llevara el peso de la información sobre la sociedad de aquellos años.

El Norte periódico matutino fundado por, Don Rodolfo Junco de la Vega, nace 16 años después de la fundación de El Sol el 15 de septiembre de 1938, con

ocho páginas, a un precio de cinco centavos, y con un tiraje de 15 mil ejemplares, y que era todo un alarde si se toma en cuenta la tecnología de aquellas fechas, el número de habitantes de Monterrey (Esquivel 2001).

Los 25 anuncios pagados que publicó El Norte en su primer número pintaban un buen futuro, pero las ventas tardaron en florecer. Algunos de los iniciadores comentaban, todavía en los años setenta, como regresaban los voceadores con el montón de ejemplares de devolución a la editora El Sol, pues El Porvenir era el amo y señor de las calles. El Norte tardó muchos años en acreditarse. (Esquivel, 2001).

El 5 de noviembre de 1940 se inauguró oficialmente la radiodifusión de gobierno al quedar instalada la Estación Central, ubicada en uno de los departamentos de Gobierno. La Estación Central se dividió en dos: una se encontraba dentro del Palacio de Gobierno y otra en las afueras del edificio, funcionando como unidad de emergencia.

En ese momento se tenían instaladas 13 sub-estaciones transmisoras y receptoras distribuidas en la siguientes forma: las dos antes mencionadas, una en ciudad Anáhuac, Gral. Bravo, Gral. Zaragoza, Galeana, Dr. Arroyo, Los Aldamas, Agualeguas, Hidalgo, La Ascensión, municipio de Aramborn, una más en la Junta Local de Caminos de esta ciudad y la última en el Campamento General de Caminos sobre la carretera Monterrey – Reynosa (Zapata, 1990)

Las estaciones registradas totalmente hasta ese momento eran:

X-2-B-L-Z en Monterrey

X-3-B- L-Z en Anáhuac

X-4-B-L-Z en Graí Bravo

X-5-B-L-Z en Aramberri

X-6-B-L-Z en Galeana

X-7-B-L-Z en Dr Arroyo

Las demás estaban en trámite ante la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas.

Por otro lado en lo que se refiere a Radio Universidad, en el año de 1942, se donó un equipo radiofónico a la Universidad de Nuevo León, pero debido a los problemas internos de la máxima casa de estudios, éste fue retirado (Zapata,1990).

Anteriormente el Gobierno Federal había instalado un receptor de radio en el Colegio Civil de la ciudad de Monterrey. Este fue aprovechado para establecer una estación radiodifusora, en donde se difundieron conciertos y conferencias

En lo que se refiere a la televisión local, ésta surgió oficialmente "el 1º de septiembre de 1955 con la XWX canal 10, su edificio estaba localizado en el cerro del Topo Chico" (Zapata, 1990:97). Posteriormente en 1958 nació la XEFB TV canal 3 (hoy canal 2), propiedad también de Don Mano Quintanilla

Con la estación XENV inició sus transmisiones el Grupo Radio Alegría, en el año de 1960, grupo radiofónico de gran trayectoria en la región, su fundador Don Gonzalo Estrada, además de competir en este medio tradicional que es la radio, tiene una participación importante en la prensa escrita.

El 20 de Enero de 1961 surgió el canal 6 creándose una competencia televisiva a nivel local este canal era propiedad del grupo Monterrey, los cuales fundaron TIM (Televisión Independiente de México), dueños del XHM TV canal 8 de la ciudad de México (Valdés, 1996).

La ciudad de Monterrey, vio nacer una nueva señal televisiva el 24 de febrero de 1968, fecha en que Multimédios funda XHAW TV Canal 12, estación que se convertiría en la de mayor tradición en esta ciudad y en una de las principales emisoras del noreste del país. Reconocido por los televidentes como la Imagen Familiar.

En 1974 ( 7 de enero ) inició sus actividades XHFN TV canal 8 del Centro para el Estudio de Medios y Procedimientos Avanzados para la Educación CEMPAE Con esto Monterrey se convirtió en la primera ciudad de provincia que contaba con 5 televisoras que funcionaban simultáneamente.

Es El Diario de Monterrey uno de los más jóvenes y dinámicos y matutinos regiomontanos y con el vespertino El Extra de la tarde, dan a Multimédios Estrellas de Oro S.A. de C.V. consorcio informativo del que nacieron, las tres



vertientes de la comunicación masiva: la escrita, la radiofónica y la televisiva El Diario de Monterrey, nació el 22 de noviembre de 1974 y con fecha de el 12 de agosto de 1975 apareció El EXTRA de la tarde El Diario de Monterrey cambia su nombre por Milenio Diario de Monterrey y El EXTRA cambia a HOY EXTRAMEX.

En lo que concierne a la televisión educativa o cultural el estado cuenta con dos canales de televisión: Canal 28 y Canal 53. El canal 28 nace bajo la dirección del Lic. Alberto Brunell Meneses, Director fundador, de 1982 a 1985, siendo Gobernador del estado don Alfonso Martínez Domínguez.

El canal 28 nació, dentro de un proyecto federal que iniciara el entonces Presidente de la República, Lic. José López Portillo, cuando doña Margarita López Portillo fungía como directora de R.T.C. ( Radio, Televisión y Cinematografía ).

El 14 de mayo de 1982 fue inaugurado oficialmente el canal estatal de Nuevo León, mediante una placa que develara el propio Presidente de la República La construcción de la caseta de transmisión y la torre, ubicada en la cima del cerro El Mirador, constituyeron en ese tiempo, un alarde de ingeniería, con un tiempo récord de instalación de once meses. Originalmente, las emisiones eran repetidoras de la cadena T R M ( Televisión Rural de México ), que después con las mismas siglas se tituló Televisión de la República Mexicana El nombre oficial del canal era, por lo tanto, Radio Gobierno y T R M – N L que entonces

funcionaba como repetidora de programas de tele - secundaria para la población campesina, programas con temas de agricultura y ganadería y clases de lenguas autóctonas ( Garza y Flores, 1999 ).

Es importante señalar que tanto el canal, como las instalaciones de radio Gobierno, tenían su sede en los pisos 26, 27, 28 del Edificio Latino, ubicado en Juan Ignacio Ramón entre las calles de Escobedo y Zaragoza.

El 10 de enero de 1984, el Lic. Jesús Hernández Torres, director de R T C, por instrucciones del Lic. Manuel Bartlett, Secretario de Gobernación; ordenó que el canal de TRM-N.L ( Televisión de la República Mexicana en Nuevo León ) pasara al Gobierno Estatal y a partir del 10 de marzo del mismo año se iniciaron las transmisiones en vivo con la nueva imagen al servicio de Nuevo León y con el slogan: *Esto es televisión , estamos comunicando.*

Por el canal 28 han pasado varias administraciones según el gobernador en turno, siendo éstos los siguientes: Ing. Fernando Von Rossum, de 1985 a 1991, del año de 1991 a 1997 el canal estuvieron al frente del canal Lic. Jorge Cantú de la Garza (QPD), el Sr. Gustavo Sosaya y el Ing Enrique Garza. Posteriormente figura como directora la Sra Judith Grace González. Actualmente el canal se conoce como T.V. Nuevo León, y la dirección es ocupada por el Lic. Joseba Iñaki.

Otro periódico de Multimedia Estrellas de Oro es el EXTRA matutino, que fue fundado el 14 de octubre de 1984 ( cambia su nombre por HOY EXTRAMEX ).

La revista, es un importante medio de comunicación, sin embargo se cuenta en el estado con un número muy reducido de ellas. Se puede citar la revista FAMA, de Multimedia Estrellas de Oro salió a la venta por vez primera en el año de 1984. Fue fundada por Francisco D. González, su especialidad se centra en el mundo del espectáculo, tratando simplemente noticias y acontecimientos de personajes dedicados al medio artístico.

ABC de Radio Alegría, nació el 15 de junio de 1985 fue fundado por Gonzalo Estrada Cruz .

Metro es otro periódico que fue fundado el 8 de Abril de 1988, es un tabloide matutino, también de la Editora El Sol, de la misma que pertenecen El Sol y El Norte.

El Canal de la Universidad Autónoma de Nuevo León, el canal 53 nace en el año de 1988, bajo la supervisión de entonces rector Ing. Gregorio Farias Longoria, ubicado en la Ultra Alta Frecuencia (UHF) XHMNU-TV Pero es hasta el mes de mayo de 1990 cuando sale al aire (Zapata, 1990)

Al personal de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, se le encomendó la supervisión de las instalaciones así como la cuestión técnica de la transmisión. El edificio estaba ubicado en FIME, actualmente se encuentra instalado fuera de las instalaciones de la facultad antes mencionada; sin embargo es un canal al servicio de toda la Universidad, podrán disponer todas las preparatorias y facultades de la Máxima Casa de Estudios para la emisión de sus eventos.

El Canal 53 XHMNU-TV, nació con el objetivo principal de difundir programas de carácter cultural, para toda la comunidad estudiantil, además de brindar apoyo didáctico. Los principales colaboradores señala Zapata (1990) del canal 53 son los jóvenes de las facultades de Comunicación, Artes Visuales, y Filosofía y Letras, éstos participan de manera directa en la producción de programas. Además se agregan a ellos el Departamento de Prensa de la UANL y la Capilla Alfonsina.

Las Universidades, tanto públicas como privadas, cuentan con revistas especializadas en donde dan a conocer datos importantes relacionados con el desarrollo, avance y continuidad de las mismas.

La iniciativa privada, también se preocupa por dar a conocer datos relevantes relacionados con su empresa y esto lo hacen a través de las revistas. Cuentan con varias revistas encargadas de difundir diferentes aspectos relacionadas en su caso con cada una de las industrias y comercios a las que representan. Otra

Institución que utiliza la revista como medio de comunicación es la iglesia católica, en ella se sugieren lecturas bíblicas, reflexiones teológicas.

En el año de 1992 el Estado pone a la venta dos redes de televisión que se habían denominado IMEVISION , el concurso se inició en 1993, y el agraciado resultó Ricardo Salinas Pliego, adjudicándose la venta, posteriormente decidió cambiar de nombre a la empresa , por Televisión Azteca, es aquí en Monterrey en donde anteriormente se transmitía lo que se llamaba CEMPAE es precisamente ahí, donde se inicia un canal de televisión Azteca, hace más de siete años, su objetivo es mantener informado al noreste de la república (Valdés, 1996).

En el ámbito deportivo las revistas se encuentran presentes en la región. Cabe destacar que en el año de 1994 sale a la venta la revista especializada FÚTBOL AL DÍA, una revista más de Multimedia Estrellas de Oro.

Radio UDEM, es una estación de radio universitaria experimental, que sirve a los alumnos de la carrera de Ciencias de la Información y Comunicación. Inició sus transmisiones el 8 de septiembre de 1994.

ITESM Campus tiene presencia en la banda comercial de radio, es decir tiene una estación de radio en el 94.9 de Frecuencia Modulada. Frecuencia Tec tuvo sus inicios en 1999.

### **3. MÉTODO**

En este capítulo se describen las técnicas y los procedimientos que se llevaron a cabo para realizar la presente investigación. Es conveniente mencionar que en el caso particular de la investigación se realizó un Censo De igual forma se presentan las preguntas de investigación, en sustitución de hipótesis.

Por otro lado, el problema que se plantea en la investigación es establecer un panorama general de los medios de comunicación masiva en el estado de *Nuevo León, en el año 2001.*

#### **3.1 Diseño de la investigación**

La siguiente investigación es no experimental, que según Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (1997: 189), "observa fenómenos tal y como se dan en su contexto natural, para después analizarlos".

*Por su tipo, el trabajo es transeccional, porque se "recolectan datos en un solo momento, en un tiempo único", como lo afirma Hernández Sampieri, Fernández Collado y Baptista Lucio (1997:191). Y es descriptivo porque especifica, describe, analiza, en la investigación todos los medios de comunicación masiva.*

### 3.2 Técnica Utilizada

La investigación se llevó a cabo utilizando la técnica de investigación documental, como su nombre lo indica es la que utiliza la información contenida en documentos. Otra técnica empleada fue la entrevista que según Tenorio Bahena, Cerro Amado y Alcino Borvian (1988. 35), "es un contacto interpersonal por medio de una plática, que tiene por objeto recoger información de un individuo o grupo".

En la primera técnica se consultaron varios libros de texto para recabar la información para tener una visión completa; en cuanto a la entrevista se formularon varias preguntas, que se hicieron a los directivos de los medios de comunicación, éstas se pueden consultar en el anexo A

### 3.3 Censo

Como se mencionó anteriormente; en la presente investigación se realizó un Censo, que según Borja (1997: 45), "conlleva su indagación a todas las unidades estadísticas de la sociedad, en donde las conclusiones son mucho más precisas".

Por lo anteriormente citado, se procedió a levantar un censo de los medios masivos en Nuevo León (prensa escrita, revistas, radio y televisión), porque es la única forma de recabar la información completa que se pretende conocer

El procedimiento que se siguió en el Censo, fue a través de la Dirección de Comunicación Social de cada municipio, en donde se llevó a cabo una consulta para verificar la existencia de los periódicos, además de revisar los directorios de medios que se publican en el país.

### 3.4 Preguntas de investigación

Shmelkes (1988: 46), establece que "cuando la investigación es descriptiva generalmente no se formulan hipótesis, en su lugar se hacen solamente preguntas de investigación", por lo anterior se formulan las siguientes.

¿Cuáles son los periódicos que se editan en los municipios de Nuevo León?

¿ Cuáles son las revistas que se editan en Nuevo León?

¿Cuáles son los grupos radiofónicos y estaciones de radio con los que cuenta la entidad?

¿Cuáles son las cadenas televisoras y los canales de televisión en Nuevo León

### 3.5 Análisis de resultados

Respecto al análisis de resultados, se presentaron primeramente los periódicos, en los diferentes municipios, haciendo varias clasificaciones de los mismos; en seguida las revistas que se localizaron, posteriormente de acuerdo a los grupos radiofónicos, se establecieron las estaciones de radio que conforman cada grupo; por último en la televisión se dieron a conocer las empresas televisivas, definiendo el canal o los canales pertenecientes a las mismas. Asimismo, se determinaron las características de cada uno de los medios de comunicación citados anteriormente



## 4. RESULTADOS

Los resultados que se describen a continuación nos muestran la cantidad de periódicos y revistas, y de la misma forma se citan las estaciones de radio que conforman los grupos radiofónicos, las empresas televisivas y los canales de televisión que las representan, todos ellos distribuidos en cada uno de los municipios que integran el estado de Nuevo León.

Los datos concernientes de los medios de comunicación antes descritos, se obtuvieron a través de una serie de entrevistas realizadas a los directivos y dueños de los *medios de comunicación*. Asimismo, se consultaron varios libros y directorios de medios, es decir, se utilizó en algunos casos la investigación documental.

Es conveniente precisar que en primer lugar se conocerán la totalidad de los medios de comunicación que se localizaron en la entidad, esto es con referencia a la prensa escrita, revistas, estaciones de radio y canales de televisión.

Asimismo, es necesario mencionar que la clasificación que se realizará con respecto a la *prensa escrita*, será en un estricto orden alfabético, estableciendo

vanos cuadros de acuerdo a su periodicidad (dianos, interdianos, semanarios, quincenales, mensuales), todo ello en cuanto a los periódicos que se localizaron en el municipio de Monterrey; en lo que se refiere al resto de los municipios del estado se presentará la clasificación total en un solo cuadro según el municipio; por último siguiendo con este rubro se hará una recopilación total de acuerdo a su periodicidad, mencionando el municipio donde se edita el periódico, siguiendo el orden de importancia del mencionado municipio.

En el rubro de las revistas; como se constatará más adelante, se localizaron exclusivamente en la ciudad de Monterrey. Se presentará la recopilación total por orden alfabético; posteriormente se clasificarán según la especialidad de su contenido.

En el apartado de la radiodifusión, en primer término se mostrarán el total de grupos radiofónicos comerciales que transmiten desde Nuevo León, mencionando el número de estaciones de radio, abarcando tanto las de Amplitud Modulada (AM), como la de Frecuencia Modulada (FM) En seguida se hará la clasificación de cada uno de los grupos radiofónicos, mencionando las estaciones que forman parte del consorcio, todo ello se realizará tomando en consideración su trascendencia e importancia.

También se clasificarán las no comerciales, de las universidades y el Gobierno del Estado, es decir se presentará una recopilación de las estaciones de radio pertenecientes a la UANL, UDEM, TEC y Radio Nuevo León

Finalmente se incluyen las empresas televisivas establecidas en el estado, así como el recuento que se hace de cada uno de los canales de televisión que se localizaron en Nuevo León, todo ello en relación a la televisión comercial. En la televisión cultural se mencionan el Gobierno del Estado de Nuevo León y la Universidad Autónoma de Nuevo León, respectivamente.

Por lo tanto, así es como se registraron los datos de esta investigación concerniente a los medios de comunicación masiva.

A continuación se presenta el Cuadro 2 del total de los medios masivos locales del estado de Nuevo León

**CUADRO 2  
MEDIOS MASIVOS DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN**

Medio Masivo	Total
Periódicos	38
Revistas	22
Estaciones de Radio	59
Canales de Televisión	5

La recopilación que se hizo en el cuadro anterior de los medios de comunicación, en donde se reportan 38 periódicos de los cuales algunos son diarios, otros interdiarios (se editan cada tercer día), también los hay semanales, quincenales y mensuales. Cabe mencionar que el número de periódicos corresponden a cinco municipios de Nuevo León, como son Monterrey, Guadalupe, Cadereyta Jiménez, Linares y Sabinas Hidalgo.

En las revistas, se citarán las editadas por las universidades, por las empresas privadas, la iglesia católica, las enfocadas a la política, la cultura, el deporte y el espectáculo. En la radio destacan grupos radiofónicos de Nuevo León y del país; en este medio se reconocen por un lado la radio comercial y por el otro la radio cultural. Finalmente en la televisión compiten varias empresas televisivas locales y nacionales. En este medio se distinguen la televisión comercial y la cultural respectivamente.

Siguiendo con los resultados, en seguida se mostrarán en primer término los periódicos.

#### 4.1 Periódicos

Como se mencionó en el presente documento, la prensa escrita es uno de los medios analizados, por lo tanto, se muestra primeramente en el Cuadro 3 los periódicos de Nuevo León, en el se establece una clasificación de acuerdo a su periodicidad, siguiendo un orden de importancia según el municipio donde se

editan. Posteriormente se mencionarán los municipios donde se localizaron los periódicos.

**CUADRO 3  
PERIÓDICOS SEGÚN SU PERIODICIDAD EN NUEVO LEÓN**

Municipio	Dianos	Interdianos	Semanano	Quincenal	Mensual	Variable
Monterrey	11	1	4	1	3	1
Guadalupe	1	1		1		
Cadereyta Jiménez	1		2			
Linares	1			1	2	1
Sabinas Hidalgo	1		4	1		
Total	15	2	10	4	5	2

Como se observa en el cuadro anterior, Monterrey se caracteriza por contar con el mayor número de periódicos, que se editan diariamente, Sabinas Hidalgo en segundo término, después Linares, dejando a Guadalupe y Cadereyta Jiménez en último lugar.

Siguiendo con los periódicos, es importante señalar los grupos editoriales arraigados en Nuevo León, que por su antigüedad y trascendencia gozan de cierto reconocimiento y prestigio a nivel local, destacando a nivel nacional algunos de ellos. Por lo tanto en el siguiente cuadro se muestran cada uno de ellos, con la cantidad respectiva de periódicos que editan.

**CUADRO 4  
GRUPOS EDITORES DE NUEVO LEÓN**

Editora	Total
El Sol	3
Multimedios Estrellas de Oro	3
Radio Alegría	2
Regio	2
El Porvenir	1
El Financiero	1
Tijenna	1
Corporación Informativa	1
Independientes	24

En el recuento que se hizo en el cuadro anterior, de las casas editoriales de la prensa escrita, cuyas ediciones son de forma independiente, se agruparon aquellas que simplemente tienen sus propios talleres de impresión, es decir que realizan la edición de manera "rudimentaria", sin contar con la tecnología adecuada de los grandes grupos editores

#### 4.1.1 Diarios de Monterrey

Continuando con el mismo rubro se presenta enseguida la clasificación de los periódicos de Monterrey cuya edición es diaria, cabe mencionar que en el siguiente cuadro se observará un estricto orden alfabético

**CUADRO 5  
DIARIOS DE MONTERREY**

Nombre	Director	Tiraje	Grupo Editorial	Formato	Fundación
ABC	Gonzalo Estrada	15,000	Radio Alegria	Tabloide	1985
EL FINANCIERO	Rogelio Cárdenas	15 000	El Financiero	Tabloide	1981
EL NORTE	Alejandro Junco	315,000	El Sol	Estándar	1937
EL PORVENIR	Gerardo Cantú E	45 000	El Porvenir	Estándar	1919
EL REGIO	Leopoldo Espinosa	8,500	Regio	Tabloide	1996
EI SOL	Alejandro Junco	45 000	El Sol	Tabloide	1922
HOY EXTRAMEX	Francisco González	60,000	Multimedios	Tabloide	1984
HOY EXTRAMEX	Francisco González	45,000	Multimedios	Tabloide	1975
METRO	Alejandro Junco	75 000	El Sol	Tabloide	1988
MILENIO DIARIO	Francisco González	75,000	Multimedios	Tabloide	1974
REGIODEPORTE	Leopoldo Espinosa	8,500	Regio	Tabloide	1976

Con los datos presentados en el cuadro anterior se puede concluir que, en lo que se refiere al formato 9 son tabloides y 2 son estándar. Además que varias casas editoras son dueñas de más de un periódico; en lo que se refiere al tiraje hay uno ( EL NORTE) que les lleva la delantera con un margen considerable en los ejemplares. Es necesario subrayar que los números correspondientes al tiraje, fueron proporcionados por los mismos periódicos.

En el siguiente apartado, se hará una descripción de las características más sobresalientes, las cuales los hace diferentes entre sí:

■ **ABC**, periódico del Grupo Radio Alegría, que se distribuye en todos los municipios de Nuevo León. Las secciones que maneja son: País, Mundo, Ciudad, Seguridad, El Tianguis, Deportes y Espectáculos. Es un periódico de interés general que es coordinado por un director general, un director comercial, que es fundamental en la organización periodística, también lo conforma el asesor del director, el jefe de diseño, el coordinador editorial y el jefe de información.

El pasado mes de junio cumplió 17 años de haberse fundado, editando una sección especial para conmemorar tan importante fecha. En el aspecto laboral, tienen 15 reporteros aproximadamente, además de contar con un editor para cada una de las secciones que maneja el periódico. El costo de la edición es de 3.00 pesos.

■ **El Financiero**, la especialidad del mencionado periódico no sólo es de finanzas, sino también abarca temas relacionados con la Política, Negocios, Economía, Sociedad, Finanzas, Internacional, Opinión, Cultural, Deportes, Agenda del Espectador, Espacio del Lector, Página Dos, pues son ciertamente las secciones que manejan dentro del periódico. Aunque las secciones más populares son las de finanzas y política.



Es un periódico que tiene oficinas en Monterrey y también en la ciudad de México. Por lo tanto cuenta con trabajadores a nivel nacional y regional, en el primero tiene alrededor de mil trabajadores y en el segundo 140 aproximadamente. La característica del periódico es que se distribuye en varios estados de la República Mexicana, tales como Durango, Coahuila y Tamaulipas. El tipo de formato que maneja es el tabloide, el número de páginas son entre 80 y 100 páginas diariamente

■ **EL NORTE** uno de los diarios más importantes del estado sigue en la preferencia de los lectores, gracias a sus constantes cambios y actualización. Es el periódico de mayor circulación y tradición en nuestro estado, se ha mantenido en el gusto del público gracias a las estrategias que maneja con sus colaboradores y editores, además de los editorialistas, publicistas y demás. El desarrollo que ha tenido este periódico se debe mas que nada al lugar que le dan a la gente, por lo que en el año de 1991, surgen los Consejos Editoriales con el propósito de orientar el contenido informativo y sugerir formas de reflejar mejor la realidad.

Pero algo más ha tenido que ver en el desarrollo de este grupo de prensa, pues si bien es cierto que su propietario le ha dedicado grandes sumas de dinero a la tecnología y a la adquisición de modernos sistemas computarizados dentro de Infosel, en el fondo ha sido el trato humano y la valoración profesional del trabajo periodístico lo que ha hecho que quienes piensan no sólo en

proyección sino en buenos sueldos y remuneraciones, suspiren por pertenecer a los diarios de la Editora El SOL.

Existen dos áreas con funciones diferentes, las cuales conjuntan su información para darle forma al periódico. El área comercial es responsable de toda la publicación de anuncios, los cuales abarcan un 60% de toda la información impresa en el periódico. Existen tres formas de obtener los anuncios; la primera de ellas son las agencias de publicidad, las cuales acuden con sus anuncios ya diseñados y en ocasiones, listos para pasar al departamento de pre prensa en donde se imprimen sus negativos. La segunda es mediante los publicistas, quienes se encargan de trabajar en conjunto con los clientes y diseñan el anuncio solicitado; y por último mediante los conocidos avisos de ocasión. Una vez obtenidos los anuncios, se pasan al departamento de esquemas, el cual tiene la función de definir espacios, dependiendo del tamaño y del lugar donde se desea publicar; es decir, existen esquemas de cada uno de los impresos, en donde se delimitan los espacios vendidos a anuncios, y los espacios disponibles para acomodar información noticiosa

En el área de redacción es donde se genera toda la noticia, la cual abarca el 40% restante de la información publicada. Existen dos formas de obtener noticias, la primera es mediante los reporteros; y la segunda es mediante las fuentes, quienes en ocasiones se acercan a proporcionar la información de algún suceso. Ya obtenidas las noticias por cada uno de los reporteros, éstas

deben pasar al editor, quien es la persona que se encarga de revisar si existen algunas modificaciones, o bien, si la noticia está lista para su publicación.

El editor también cuenta con un esquema, el cual le indica los espacios que tiene disponibles para acomodar las noticias. Una vez que se tienen las noticias ya acomodadas en sus espacios y formadas las páginas, se manda toda la información al Site, lugar donde se almacena toda la información del periódico. Toda información obtenida del área comercial y de redacción, se almacena en el Site, para luego pasar al departamento de pre prensa en donde se imprimen los negativos de las páginas, éstos pasan a fotomecánica, en donde se revelan los negativos en placas de aluminio, las cuales están listas para pasar a la prensa en donde se dará inicio su impresión.

Ya impresos los periódicos, pasan al departamento de circulación, en donde se encuentran todas las personas encargadas de su distribución. Los repartidores lo transportan a las 5 agencias (Sierra Madre, Silla, Cumbres, Contry y Linda Vista), y los subagentes los reparten entre sus voceadores, de modo que a primera hora de la mañana, el periódico está en las manos de los lectores, con un costo de 7.00 pesos. Los lectores pueden formar parte de los consejos editoriales, en los cuales mediante estadísticas de preferencia, ofrecen al periódico una retroalimentación de cómo mejorar su calidad informativa.

La Editora EL SOL que hizo nacer EL NORTE recientemente cumplió ochenta años, refrendando su compromiso con la sociedad desde su inicio. Afirman que fueron los valores de libertad, la verdad, la democracia y la justicia, los que guiaron este esfuerzo. "Al estrechar la relación con las comunidades a quienes servimos, buscamos dejar que los vientos de la discusión y el debate de las ideas implanten la verdad en el alma y en el intelecto de los mexicanos", estas fueron las declaraciones que se publicaron en el día de su aniversario en el mismo periódico (El Norte, 2002).

Además manifiestan tener serios compromisos

- Defender los ideales de la libertad siendo críticos e independientes y sin detenerse frente a los grupos de poder.
- Promover una democracia que va más allá de las urnas, entendiéndola como una forma de vida, integral e incluyente, que exige para su debido ejercicio la transparencia y el libre flujo de información
- Fortalecer la justicia como una noción envolvente que encara la existencia de todo tipo de seguridades personales y jurídicas, cuya vigencia toca a todos los ciudadanos exigir a nuestros gobernantes

En la actualidad, EL NORTE cuenta con diversos suplementos y ediciones suburbanas en el área metropolitana. En las ediciones suburbanas se pueden citar: Edición Anáhuac, Edición Las Cumbres, Edición Cumbres Joven, Edición La Silla, Edición La Silla Joven, Edición Linda Vista, Edición Sierra Madre,

Edición Sierra Madre Joven. Editora EL SOL, además cuenta con suplementos especiales de información y de consultoría, estos fueron creados para satisfacer diversas necesidades del público en general o de sus lectores. Los suplementos son los siguientes: Sr Fútbol, Hogar, Texas, Club, Magazine, Expo Bebé, Salud y Bienestar, Fortune, Autos 2000, Mc Allen, De Viaje, La Novia, Nuevos Profesionistas UDEM, Nuevos Profesionistas TEC, Expo Navidad, Año Nuevo, Catálogo de Compras, Time.

■ **El Porvenir**, es el más antiguo de los periódicos locales comerciales. Maneja distintas secciones tales como: Nacional, Internacional, Económico, En Escena, Culturales, Deportivo, Local, Justicia Legal. Sale a la venta de lunes a domingo, con un costo de 3.00 pesos. El Porvenir está dividido en dos grandes departamentos, el de Administración y Redacción. En el primero se concentra toda la contabilidad de la empresa desde la cobranza de que llevan a cabo los trabajadores hasta la nómina de los empleados, así como todos los asuntos relacionados para el buen desarrollo del periódico. El segundo se encarga de supervisar todas las secciones del periódico en cuanto a redacción se refiere. Cuentan con una infraestructura de la más alta calidad, pues sus instalaciones están ampliamente equipadas con las computadoras más modernas que existen en el mercado, así como también con el medio más moderno y fácil acceso a la información: La Internet.

El Porvenir, es sin duda el periódico, "que sigue circulando gracias a los primeros suscriptores, que han permanecido fieles a la suscripción. Quizás les

gusta el fondo periodístico, que maneja el periódico Otra de las razones podría ser, que los articulistas, escriben con apego a la verdad del suceso", según la opinión del Maestro Silvino Jaramillo, quien tiene una gran trayectoria en el periódico El Porvenir. Se sabe que es difícil mantenerse en el gusto de los lectores después de más de ochenta años que tiene circulando el medio escrito, sin embargo es un periódico que tiene por objetivo decir la verdad, informar sin rodeos, dejando atrás el amarillismo, pues éste está prohibido. La meta del periódico es *Contribuir al Bienestar Social*.

■ Otro diario de la ciudad de Monterrey, es **EL REGIO**, periódico impreso anteriormente en Editora El Porvenir, pues en 1999 cambió de dueño pasando sus oficinas a Washington 209 oriente y editado actualmente por Editora Regio Maneja secciones relacionadas con Espectáculos, Cultura, Local, Nacional, Justicia, Cadereyta y Chiapas.

Los lectores del periódico son los que de alguna manera están dentro del medio político o simplemente les interesa el estar informados de lo que sucede en la política. Se distribuye en toda el área metropolitana, además en los municipios de Cadereyta Jiménez, Montemorelos, General Terán, mediante suscripciones, en tiendas de conveniencia llamadas Oxxo y Super Siete Su periodicidad es diaria, tiene un costo de 3 00 pesos, el formato que maneja el periódico es el conocido como tabloide La sección más importante es la local, en ella manejan todo lo concerniente a la política del estado incluyendo interesantes editoriales. Maneja aproximadamente 10 reporteros

■ **El SOL Regiomontano**, así es como se denomina el diario sensacionalista vespertino, más antiguo y de mayor trascendencia en Nuevo León. Es un periódico que pertenece a la casa Editora EL SOL. Las secciones que maneja el periódico son, espectáculos, deportes, página dos, la chica sol, última hora policiaca, local, nacional, internacional, consulta externa, entretenimiento, especial, cartelera, hoy en la tv y avisos de ocasión. Las secciones que más destacan son las de deportes con 13 páginas, también la de espectáculos que abarca 9 páginas y la sección policiaca con 5 páginas de las 48 que contiene el periódico.

El tipo de formato es el tabloide y un costo de 5.00 pesos, recientemente cumplió 80 años y reiteran el compromiso de buscar la verdad y el conocimiento por encima de las debilidades humanas, además de la importancia de la información como principal herramienta de transformación de nuestra sociedad.

■ Otro periódico que cambia de nombre es Extra Matutino, por el de HOY EXTRAMEX, Más Noticias Más Deportes, así es como se identifica el tabloide. El diario está clasificado como sensacionalista. Su periodicidad es diaria, es un periódico matutino que consta de 55 páginas en las que maneja secciones de Deportes, Policía, Local Nacional e Internacional, Editoriales y Espectáculos. Se distribuye en todos los municipios de Nuevo León a través de voceros, revisterías y tiendas de conveniencia. Una parte se distribuye mediante suscripción, pero la mayoría se reparte en comercios establecidos y voceadores, tiene un costo de 5.00 pesos.

■ **Multimedios Estrellas de Oro** es un grupo consolidado en lo que a medios de comunicación se refiere, pues dentro de su consorcio, tiene en su haber otro periódico llamado **EXTRA**, que recientemente cambió su nombre por el de **HOY EXTRAMEX**, Más Noticias Más Deportes, es el slogan que lo identifica. Es vespertino, sale a la venta de lunes a sábado y se clasifica como sensacionalista, las secciones que maneja son. Puntos de Vista, La Chica Extra, Locales, Sucesos Policiacos, Especial, Nacional, Internacional, Acción Deportiva y Estrellas del Espectáculo.

De las secciones anteriores es la de Sucesos Policiacos y Acción deportiva a las que les dedican mayor espacio en el contenido del periódico, su edición consta de 39 páginas, el formato en que se edita es el tabloide, pero es un poco más grande que el matutino, tiene un costo de 5 00 pesos, llega a todos los municipios de Nuevo León por medio de voceros, revisterías y comercios establecidos. Cuenta con 120 trabajadores de los cuales de los cuales el 70% son reporteros y el 30% son editores. Cabe mencionar que el número de trabajadores antes mencionados laboran para **EXTRAMEX**, **HOY EXTRAMEX** y **Milenio Diario de Monterrey** que pertenecen al mismo consorcio.

■ **Metro**, su transporte a la noticia, es el slogan del periódico matutino de Editora El Sol; el tipo de formato de la edición es el denominado tabloide, consta de 48 páginas en cuyo contenido trata las secciones de Seguridad Pública, Especial, La Ciudad, Deportes, Chispas, Avisos de Ocasión, Nacional e Internacional. Las secciones que más destacan en la cantidad del contenido,



son en primer término Deportes, en segundo Seguridad Pública y por último Chispas que sustituye al medio del espectáculo, tiene un costo de 5 00 pesos y se distribuye a través de voceadores, revisterías y tiendas de conveniencia

■ **MILENIO Diario de Monterrey** (llamado así desde el 15 de noviembre del 2000) perteneciente al Grupo Editorial Multimédios, está sustentado por un grupo prestigiado de editorialistas, reporteros fotógrafos, diseñadores y editores que trabajan para llevar la noticia con la mayor precisión, veracidad y oportunidad, desde el lugar de los hechos hasta los ojos del lector

La periodicidad que maneja es diaria, además de figurar como un periódico matutino e importante pues ocupan el segundo lugar según los directivos. El formato que maneja en la actualidad es el llamado tabloide dejando atrás el tradicional al cambiar su nombre. Los directivos que conforman *Milenio Diario* de México son: el presidente, el director general, un director editorial, también los directores de planeación, de operación, de cierre, de producción y de pre prensa; además de los departamentos de ventas y mercadotecnia

Las secciones que maneja tradicionalmente son *Metrópoli*, *Seguridad*, *Acentos*, *Hey*, *Nacional*, *Fronteras*, *Empresas* y *Deportes*, dentro de esta sección se maneja un suplemento llamado *La Afición*. Otros suplementos del periódico son: *Imágenes*, *Extravagancia*, *Sivena* y *Autos*

Es un periódico que llega a todos los municipios del estado, ya que se distribuye por medio de voceadores y comercios, teniendo un costo de 5 00 pesos. Aunque no se puede omitir que también se vende a través de suscripciones, pues tiene una gran aceptación en la región.

■ En el ámbito deportivo, existen periódicos de reconocido prestigio, que fueron creados por las mismas casas editoras que ya manejaban ciertos periódicos, que al descubrir la cantidad de aficionados al fútbol, se dieron a la tarea de crear un periódico especialista en la materia; surgiendo así **REGIODEPORTE**, del periódico **El REGIO**. Lo que llama la atención del periódico es la forma como se edita, pues se maneja como complemento del periódico **El REGIO**, es decir al comprar la edición del **REGIODEPORTE** al mismo tiempo está recibiendo **El REGIO**. Tiene un costo de tres pesos y su circulación es diaria; su distribución es mediante suscripción, además se reparte a todas las tiendas de conveniencia **Oxxo** y **Super Siete**, **Ciudad Universitaria**, en toda el área metropolitana y en los municipios de **Cadereyta Jiménez**, **General Terán**, **Montemorelos**.

#### 4.1.2 Semanarios

Continuando con la prensa escrita en Monterrey, se establece en el próximo cuadro la codificación de los periódicos semanales

**CUADRO 6  
PERIÓDICOS SEMANALES DE MONTERREY**

Nombre	Director	Tiraje	Grupo Editorial	Formato	Fundación
El Trunfo de Nuevo León	Arturo Cepeda	3 000	Independiente	Tabloide	1972
Expresión	Leticia Treviño	1 250	Independiente	Tabloide	1989
La Mecha	Arturo Cepeda	3 000	Independiente	Tabloide	1969
Panorama	Claudia Chapa	3,250	Independiente	Tabloide	1969

En la edición semanal, como se apreció en el cuadro anterior, se localizaron 4 periódicos, los cuales serán analizados a continuación.

■ **El Triunfo de Nuevo León**, periódico de información y crítica, así se presenta el semanario. Dedicado totalmente a la política del Gobierno del Estado, pues las noticias que aparecen van desde la crítica a un servidor público hasta llegar al alcalde de cualquier municipio de Nuevo León, incluyendo trabajadores de las diferentes dependencias municipales y estatales. El costo es de 5.00 pesos, el contenido se realiza en 8 páginas, aunque en ocasiones varía dependiendo de las notas, el tipo de formato es el tabloide

El periódico está conformado por 10 colaboradores entre los cuales se encuentran 6 reporteros y el resto en ocasiones especiales prestan sus servicios; es conveniente mencionar que los trabajadores prestan sus servicios a el periódico La Mecha. La distribución de la edición se realiza en todos los

municipios de Nuevo León, además de las dependencias de gobierno estatales y municipales.

■ Las universidades privadas, disponen de este medio impreso, para dar a conocer asuntos relacionados con la institución educativa se puede citar a **Expresión**, periódico de la Universidad Regiomontana, empezó supliendo a otro medio de comunicación llamado Urbi, éste va más bien enfocado al alumnado, pues maneja secciones como: avisos urgentes, deportes, chismexpres, énterate, sintonízate. La finalidad es que la comunidad estudiantil y la administración de la institución intercambien impresiones

■ **La Mecha**, periódico de información, combate y crítica es el lema del semanario, cuyas notas las dedica exclusivamente a la política del estado, publica noticias enfocadas directamente con funcionarios públicos de cualquier rango, además líderes sindicales de los municipios que conforman el estado son parte noticiosa del periódico, El contenido no maneja secciones especializadas; el formato que presenta es el tabloide y tiene un costo de 5 00 pesos.

La edición consta de 8 páginas y se distribuye en todos los municipios de Nuevo León, además de distribuirse en las oficinas de gobierno estatales y municipales. Al hablar de colaboradores se pueden mencionar 10 de los cuales 6 son reporteros de los que llaman de planta y el resto son llamados por la empresa cuando se necesitan; es necesario mencionar que las personas que

laboran en el medio son los mismos que hacen posible que el periódico El Triunfo salga a la venta.

■ **Panorama**, se encarga de toda clase de noticias del campus, del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey; además publica columnas estudiantiles, apoyos a departamentos, clasificados y avisos. Laboran en este semanario 10 reporteros; el tipo de formato es tabloide y tiene aproximadamente 20 páginas. La distribución se hace de manera interna en todo el campus del Tec, Instituciones, Hoteles y Medios de comunicación. La publicación empezó hace 33 años y se realiza por la Dirección de Asistencia del Campus. Está avalada por la comunidad de Universidades de la Southern Association of College and schools.

#### 4.1.3 Otra periodicidad

Por otra parte también se recopilaron los que por alguna u otra forma varían su periodicidad; estos se presentan en el siguiente cuadro

**CUADRO 7  
PERIÓDICOS DE MONTERREY CON OTRA PERIODICIDAD**

Nombre	Director	Tiraje	Periodicidad	Formato	Fundación
Enlace	Leticia Treviño	750	Variable	Tabloide	1988
Periódico Oficial	Srta Gral de Gob	850	Interdiano	Tabloide	1836
Vida Universitaria	Edmundo Derbez	10 000	Quincenal	Tabloide	1951

Es necesario señalar que las compañías editoras de los periódicos antes mencionados son: el primero se edita en forma independiente, el segundo por el gobierno del estado y el último por la UANL, por lo tanto se describirán cada uno de ellos en el siguiente apartado.

■ **Enface**, de la Universidad Regiomontana en ella difunden información de interés a la comunidad estudiantil, así como proyectos, avances y noticias, busca además un acercamiento con el personal académico, su edición varía.

■ **El Periódico Oficial**, órgano oficial del estado de Nuevo León, es la publicación más antigua de la entidad. Por la naturaleza del periódico no existen reporteros, ya que la información la proporciona el Gobierno del Estado y la impresión se realiza en el Penal del Estado. Se imprime los lunes, miércoles y viernes. Este órgano informativo nace de la necesidad de hacer del dominio popular las leyes, disposiciones, decretos. En ocasiones aparecen edictos o avisos de alguna persona ajena al Gobierno del Estado, en ese sentido se cobran las inserciones, su precio se fija de acuerdo al tabulador de Hacienda

La Oficialía de Partes del Gobierno es quien se encarga de la distribución ya sea vía mensajería o por correo. Se distribuye en las Dependencias Oficiales de Gobierno del Estado y suscripciones que particulares tienen contratadas. Una característica importante es el número de páginas, pues éstas varían según la cantidad de información; además de contar con una sección única pues depende de la información que se vaya a manejar en su momento. Estas

características lo hacen diferente al resto de los periódicos de la región. El formato que maneja es el tamaño carta, pero en ocasiones es más grande.

■ Por otro lado, entre los periódicos universitarios se puede citar, *Vida Universitaria*, periódico quincenal de mayor trascendencia en la UANL, se encuentra en su segunda época, enfocado principalmente a la difusión de noticias relacionadas con la comunidad universitaria. Hoy en día *Vida Universitaria* maneja secciones variadas que van desde la historia, reportajes, ciencia y tecnología, deportes, cultura; todas enfocadas a la UANL, pues se difunden acontecimientos importantes para los estudiantes y los docentes interesados en conocer los temas relacionados con las secciones antes mencionadas.

Uno de los objetivos es mejorar el contenido del periódico, pues se pretende hacer ciertas modificaciones, porque actualmente se maneja como una especie de revista. Este periódico depende de la Secretaría de Extensión y Cultura de la UANL, cuya mayor preocupación es que todos los trabajadores de la Máxima Casa de Estudios especialmente los maestros se interesen en el periódico, sin olvidar a los alumnos principalmente, pues son ellos los más importantes para el periódico *Vida Universitaria*.

Se distribuye a todas las dependencias universitarias, además de las diferentes Cámaras de Comercio, líderes de opinión y bibliotecas extranjeras de

Texas y Nuevo México, pues se encuadernan todos los periódicos del año y se envían a cada una de ellas.

#### 4.1.4 Periódicos Mensuales

Otra clasificación que se menciona a continuación es la periodicidad mensual en Monterrey.

**CUADRO 8  
PERIÓDICOS MENSUALES DE MONTERREY**

Nombre	Director	Tiraje	Grupo Editorial	Formato	Fundación
Proyección 2000	Miguel Alanís	12 000	Independiente	Tabloide	1992
Vértice	Diego Osomo	6 000	Independiente	Tabloide	2000
Zarco	René Alonso	2 500	Independiente	Tabloide	1990

Como se señaló en el cuadro anterior en donde quedaron detallados los periódicos que se editan en forma mensual, los tres presentan el formato llamado tabloide, la impresión se hace de manera independiente, es decir no pertenecen a los grupos editoriales reconocidos, sin embargo, se imprimen en las instalaciones de Milenio Diario el primero; mientras que el segundo se hace en las instalaciones del ABC (Grupo Radio Alegría) En seguida serán estudiados cada uno de ellos.



■ La Iglesia Católica tiene presencia en los medios impresos con el periódico **PROYECCIÓN 2000**, éste es una publicación que tiene una periodicidad mensual. Las secciones tradicionales que contiene el periódico son La voz del Papa, Al Encuentro, Pensamiento Editoral, Pastoral Social, Pastoral Litúrgica, Catequesis, Reflexiones Dominicales, Pastoral Juvenil, Información y Pastoral Familiar. El costo de cada ejemplar es de 4 00 pesos; el formato del periódico es el tabloide y su impresión se lleva a cabo en las instalaciones de Milenio Diario, mediante un costo. Los colaboradores son exclusivamente sacerdotes; se distribuye a la Diócesis de Monterrey y su área metropolitana.

■ **Vértice**, órgano informativo de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Nuevo León. Nace ante la necesidad de crear un espacio para los alumnos de la especialidad de periodismo, pero en sí está abierto para todos los estudiantes de la facultad interesados en publicar artículos relacionados con la comunidad en general.

Los temas abordados los presentan en las secciones de Manifiestos, que son editoriales los cuales abarcan los espacios de dos páginas, en Asuntos se elige el tema y se realiza en dos o más páginas, en Tema se selecciona una nota principal y un solo articulista y Letra es la sección cultural que no debe faltar; estas son las secciones que comúnmente aparecen en el periódico. Tiene una periodicidad mensual y se imprime en las instalaciones del periódico ABC

Son alrededor de 12 los colaboradores los que hacen posible que *Vértice* sea una realidad, en su mayoría los que escriben son alumnos de la especialidad de periodismo y en ocasiones se invitan a los maestros a que aborden algún tema en especial. El ejemplar es gratuito y se distribuye en todas las dependencias de la UANL.

Se ha ido consolidando a través del tiempo en la forma del diseño, en el número de páginas, es más formal, más estilizado, se ha modificado en el contenido tratando temas no sólo del ámbito estudiantil, existe un interés en comentar los problemas de la comunidad, sin dejar a un lado los problemas que aquejan a los jóvenes.

Existe una propuesta de los colaboradores de *Vértice* de monitorear todos los noticieros del área metropolitana de los diferentes medios de comunicación para posteriormente crear una sección permanente en donde se analice los resultados de la investigación .

■ **Zarco**, es un periódico que se encarga de difundir noticias con tintes políticos relacionados con los municipios del área metropolitana como son Monterrey, Guadalupe, San Nicolás de los Garza, San Pedro Garza García, Apodaca, Escobedo; no maneja secciones en el contenido, sin embargo hacen mención de noticias locales y nacionales importantes que merecen su difusión En sus espacios de publicidad aparece La Comisión Federal de Electricidad y Agua y Drenaje de Monterrey.

El periódico maneja un total de 12 páginas, es gratuito y se distribuye en todas las dependencias de gobierno y naturalmente en las oficinas de los municipios antes mencionados. El formato que maneja es el llamado tabloide, tiene como colaboradores a personas reconocidas en el ámbito periodístico, como Héctor González, también se puede mencionar a Claudio A. Martínez, Noé Guerra, Arturo Molina Moya y Samuel Flores Longona. Igualmente colaboran cuatro reporteros más.

#### 4.1.5 Periódicos de Guadalupe

Siguiendo con los periódicos en Nuevo León, a continuación se presenta el Cuadro 8 con datos como nombre, director, tiraje aproximado, periodicidad y fecha de fundación todo ello referente a los periódicos del municipio de Guadalupe.

**CUADRO 9  
PERIÓDICOS DE CIUDAD GUADALUPE**

Nombre	Director	Tiraje	Periodicidad	Formato	Fundación
EL GRÁFICO	Miguel Carrzales	2,000	Diana	Tabloide	1980
EL INFORMADOR	Elias López A	2,000	Interdiano	Tabloide	1984
La Prensa de la Región	Ernesto Cantu	3 000	Quincenal	Tabloide	1997

En el cuadro anterior se indicó que son tres los periódicos editados en Guadalupe, N. L., municipio que en orden de importancia de los que se analizaron ocupa el segundo lugar, por otro lado en relación a las casas editoras simplemente se editan en forma independiente cada uno. Por consiguiente se presentan las características de cada uno de ellos.

■ **El GRÁFICO**, periódico de Ciudad Guadalupe, que se distribuye principalmente en las dependencias de gobierno. Su periodicidad es *diana* y el contenido de sus secciones van desde notas policíacas, deportes, espectáculos, nacional e internacional. Se apoya en agencias noticiosas especializadas como Notimex cuando se trata de notas nacionales e internacionales. Algo que se debe destacar de este diario, es el convenio que maneja con el gobierno, pues éste paga las notas, aparte de los desplegados, además de manejar la imagen de los alcaldes, pues destaca las participaciones comunitarias que realizan. El costo del periódico es de 3 00 pesos, el número de páginas es de 20 y el formato es el tabloide, cuenta con varios reporteros que se encargan de la redacción de cada una de las noticias

■ Se constató que varios periódicos dejaron de circular dando lugar a otros, este es el caso de **El Informador**, que entró en lugar de **El Machete**. Se edita en ciudad Guadalupe y la tendencia que maneja es naturalmente política, espectáculos y deportes, además de la sección de "machetazos". El contenido de las notas que publican se refieren a las actividades de los presidentes

municipales de Nuevo León, obras que realizan en la comunidad principalmente y avances en su administración.

El periódico tiene un costo de 5 00 pesos, mas sin embargo también se distribuye gratuitamente en las diferentes dependencias del Gobierno del Estado. Las personas que realizan los reportajes y a la vez redactan los artículos son tres; el formato es el tabloide, el número de páginas que regularmente se imprimen son 10.

■ **La Prensa de la Región**, es un periódico que se dedica a la publicación de noticias relacionadas con la política del estado de Nuevo León Destaca en sus notas, los avances, acciones comunitarias y logros obtenidos dentro de cada una de las administraciones municipales del área metropolitana, sin dejar de manejar los editoriales, y en ocasiones trata temas relacionados con la medicina o simplemente temas de actualidad de carácter nacional o internacional. Tiene un costo de 3.00 pesos, el formato que presenta es el tabloide y el número de páginas varía de 8 a 10.

#### 4.1.6 Periódicos de Cadereyta Jiménez

Siguiendo con la prensa escrita, los datos de los periódicos que se editan en Cadereyta Jiménez, que a continuación se muestran en el cuadro siguiente, se observan las mismas características que los anteriores, pasando desde el nombre, director, tiraje, penodicidad, hasta la fecha de fundación

**CUADRO 10  
PERIÓDICOS DE CADEREYTA JIMÉNEZ**

Nombre	Director	Tiraje	Formato	Periodicidad	Fundación
La Razón	Francisco Tijerna Gzz	3 500	Tabloide	Diana	1979
La Espiga	Daniel A Herrera C	3 300	Tabloide	Semanal	1996
Lo Nuestro	Hermen Macías López	1 000	Tabloide	Semanal	1998

Es interesante describir los periódicos citados en el cuadro anterior, por consiguiente se hará a continuación.

El periódico más antiguo de Cadereyta Jiménez es **La Razón**, es el de mayor tradición en el mencionado municipio. Dentro de sus secciones maneja Locales, Editorial, El País, Mundo, Cadereyta, Deportes y Espectáculos Cabe mencionar que en la sección de locales publica todas las noticias que suceden en la ciudad de Monterrey. La periodicidad es de martes a domingo y el viernes publican edición Cadereyta, en donde sólo se tratan noticias de la región.

El tipo de formato es el tabloide, consta de 11 páginas regularmente, a excepción del viernes en donde se imprimen más páginas debido a que incluyen la edición especial Cadereyta, es editado por la Compañía Editorial Tijerina, S. A. Tiene un costo de 5.00 pesos, se distribuye en distintos municipios de Nuevo León, se pueden citar Benito Juárez, Santiago, Linares,

Montemorelos, Hualahuises y naturalmente en Monterrey, por medio de suscripciones y repartidores.

En el laboran 17 personas, entre ellos 6 reporteros, y los demás se encuentran distribuidos entre el jefe de información, jefe de negocios, los correctores del periódico, el jefe de deportes. El periódico es objetivo y veraz en su información.

■ **La Espiga**, es otro de los periódicos que se edita en Cadereyta. La característica del semanario que lo hace diferente, es la forma que publica las noticias, pues no existe una clasificación de secciones; sin embargo maneja toda clase de información desde política, sociales, deportes y las relacionadas con la seguridad, la llamada nota roja. Cabe destacar que los artículos que se publican son exclusivamente de Cadereyta y alguna nota del municipio de Benito Juárez. Tiene un costo de 4.00 pesos; el formato del periódico es el tabloide, regularmente consta de 32 páginas y es editado por Corporación Informativa ,S.A. Se distribuye en varios municipios de Nuevo León. Son 28 los trabajadores que del mencionado semanario entre ellos se pueden citar reporteros, editores, jefe de redacción entre otros

■ **Lo Nuestro**, semanario informativo, así es como se identifica Se edita en Cadereyta Jiménez. Las noticias que se publican van enfocadas exclusivamente a la política del mismo municipio, es un semanario que se distingue por no manejar secciones, sin embargo la única sección que se identifica es la de Deportes y a ésta le dedican cuatro páginas de la edición

En ocasiones publica noticias trascendentes del municipio de Monterrey, pero exclusivamente de la nota roja. Consta de una edición de 20 páginas regularmente, el tipo de formato es el tabloide, tiene un costo de 5 00 pesos, maneja además publicidad relacionada con comercios establecidos en la región.

#### 4 1.7 Periódicos de Linares

Otro municipio de Nuevo León en donde se localizaron varios periódicos es Linares; en el cuadro que sigue se presentan datos relevantes de cada uno de ellos.

**CUADRO 11  
PERIÓDICOS DE LINARES**

Nombre	Director	Tiraje	Formato	Periodicidad	Fundación
El Mañana de Linares	Angel González	1 000	Tabloide	Mensual	1999
El Diálogo del Noreste	Jorge Cuj Domínguez	1,000	Tabloide	Mensual	1998
El Diálogo Diferente	Ramiro Cortés Castillo	1,000	Tabloide	Variable	1998
La Verdad en Nuevo León	Romualdo Ramones	2,000	Tabloide	Quincenal	1973
Voz de la Región Citrícola	Gonzalo Estrada Cruz	3,000	Tabloide	Diana	1998

En el siguiente apartado se hace mención de las características principales de los periódicos clasificados en el cuadro anterior, de los cuales uno es diario, otro es quincenal y el resto, uno es mensual y el otro varía en su edición, a los datos anteriores cabe mencionar que se imprimen de manera independiente sólo uno es editado por el grupo Radio Alegría ( Voz de la Región Citrícola)



■ **El Mañana de Linares**, es un periódico que va en su segunda época. Se especializa en la difusión de los logros, avances, alcanzados en la administración municipal en turno. Su preocupación es la de conocer las necesidades de la comunidad haciéndolas públicas, para que de esta manera se puedan canalizar a la autoridad competente. Las propuestas, los informes, los planes de trabajo de los funcionarios públicos se dan a conocer a través de este periódico. De igual manera se promocionan todas las decisiones a favor de la comunidad del sur del Estado de Nuevo León.

Es un periódico que igual maneja noticias enfocadas a la política o a la comunidad de los municipios del sur del Estado, precisamente los que abarcan la región citrícola, además se incluyen los pertenecientes al 5º. Distrito de Tamaulipas que incluyen Palmilla, Tula. Tiene un costo de 2 50 pesos, la edición consta de 8 páginas, el tipo de formato es el llamado tabloide. Son tres las personas que hacen posible que el periódico salga a la venta, de los cuales dos son reporteros; la publicidad comercial que aparece en el periódico, es exclusivamente de los negocios establecidos en las regiones antes mencionadas, a las cuales llega oportunamente la edición.

■ **El Diálogo del Noreste**, se identifican como "periodismo de altura" en comunicación, además de ser un periódico independiente de información y debate al servicio nacional de México, así lo expresan en la página principal del periódico. Los colaboradores que investigan y redactan las noticias son cuatro, además incluyen editoriales de personas invitadas.

El contenido de las noticias reflejan preocupación por los acontecimientos internacionales, asimismo se interesan por los problemas de la comunidad a la que representan al tratar las deficiencias de los servidores públicos. Es un periódico que se distribuye en forma gratuita a todas las dependencias gubernamentales, clientes directos y público en general, igualmente en gasolineras; a pesar de tener un costo de 3 50 pesos ejemplar

Los colaboradores del periódico son seis personas, dos de ellas son reporteros, los cuales investigan y redactan las noticias más sobresalientes de Linares, así como también parte de Tamaulipas como lo son Reynosa y Ciudad Victoria. La forma de la edición es el tabloide, el contenido se maneja en 16 páginas en total incluyendo publicidad de los negocios del sur del Estado y Tamaulipas.

■ **El Diálogo diferente** es un periódico parecido a los demás que circulan en Linares y que se editan igualmente en la región, pues ciertamente resalta en el contenido secciones de sociales algunas veces, políticas y las concernientes a la comunidad que es lo que más caracteriza este medio, se dan los editoriales de personas invitadas interesadas de publicar temas interesantes

Destacan como colaboradores cinco reporteros preocupados por difundir los problemas de la ciudadanía, además otras tres personas más que trabajan en el periódico, que juntos hacen que lleguen a diferentes rincones del Estado de Nuevo León como son General Bravo, General Terán, China, Allende Iturbide,

Galeana, Mier y Noriega, asimismo al 4º y 5º. Distrito de Tamaulipas. Tiene un costo de 3.00 pesos, el contenido se presenta en 16 páginas y la forma es el tabloide; imprimiendo publicidad de los negocios de la región y también de los lugares donde se distribuye.

■ **La Verdad de Nuevo León**, periódico de Linares, que difunde noticias de varios municipios del sur del estado y no sólo ello sino que se ocupa de Tamaulipas otro estado de la República Mexicana, podría ser por la situación geográfica que existe entre los dos estados. Es un periódico enfocado a la política utilizando el slogan "Decimos lo que otros callan y no somos revolucionarios", así es como reza en su primera plana del mencionado periódico.

Cabe mencionar que se encuentra en su tercera época debido al cambio de dueño; tiene un costo de 3.00 pesos y su forma es el tabloide. Entre sus colaboradores se encuentran varios corresponsales, entre ellos el de Reynosa, Ciudad Madero y Tampico Tamaulipas.

■ Otro diario de interés general es el de **Voz de la Región Citrícola**, editado por el Grupo Radio Alegría. Es un periódico se preocupa por difundir noticias de varios municipios del estado, como son General Terán, Montemorelos, Allende, Iturbide, Galeana, Hualahuises, Santiago y naturalmente Linares; dedicándoles entre una y dos páginas en las secciones que maneja y llamándola Voz.

Además en las secciones aparece Voz Editonal, El Tianguis, Nacional, Internacional, Voz Entretenimiento, Voz Policía, Espectáculos y Deportes. Como sucede en varios periódicos del estado la sección policía comprende varias páginas de las que conforma el periódico que son 21.

Tiene un costo de 3.00 pesos, la forma que presenta es el tabloide y se distribuye en los municipios implicados en las secciones antes mencionadas y en otros municipios de Nuevo León. Entre los colaboradores se cuentan siete que ocupan diferentes puestos directivos en Editorial Monterrey que es precisamente en donde se edita el periódico; además tiene colaboradores en Linares y Montemorelos. Cuenta con varios departamentos como son el de ventas y sistemas.

#### 4.1.8 Periódicos de Sabinas Hidalgo

Otro en turno es Sabinas Hidalgo, en donde se concentran varios periódicos y uno de ellos data del año 1953 y sigue editándose a la fecha. A continuación se establece una recopilación en el cuadro siguiente, en donde se especifica el nombre, director, tiraje, formato, periodicidad y fundación, de la prensa escrita de Sabinas Hidalgo.

**CUADRO 12  
PERIÓDICOS DE SABINAS HIDALGO**

Nombre	Director	Tiraje	Formato	Periodicidad	Fundacion
La Prensa de Sabinas	Rodolfo Garza Acevedo	800	Tabloide	Diana	1999
La Ciudad	Pablo Coronado	1,000	Tabloide	Semanal	1978
Las Noticias Para Quién	Pablo Coronado	1,000	Tabloide	Semanal	1978
Más Deporte	Lucio González M	1,000	Tabloide	Quincenal	1995
Perfil Político	Lucio González M	1,000	Tabloide	Semanal	1996
Semana Regional	Jorge Mascareñas	1,200	Tabloide	Semanal	1953

Es conveniente precisar que aunado a los datos anteriores, que se reflejan en el cuadro, en lo que se refiere a las compañías editoras los periódicos se imprimen de manera independiente; por consiguiente se presenta una descripción de los periódicos a continuación.

■ **La Prensa de Sabinas**, es exclusivamente regional, en su contenido noticioso, refiriéndose a varios municipios de Nuevo León, entre ellos se pueden destacar, Bustamante, Villaldama, Vallecillo, Anáhuac y Sabinas Hidalgo, obviamente.

Las secciones que tratan tradicionalmente son: Local, Regional, Cultura, Sociales, Policéfica, Espectáculos y Deportes. Entre sus colaboradores están tres reporteros, aparte de dos corresponsales que tienen en Nuevo Laredo Tamaulipas, pues en ocasiones especiales citan notas referentes a la ciudad.

Igualmente utilizan esporádicamente los servicios de la Agencia Notimex, cuando es necesario difundir alguna noticia importante.

Los departamentos que trabajan conjuntamente, es el de captura, diseño gráfico, noticias, de igual manera el de dirección. La prensa de Sabinas sale a la venta diariamente, teniendo un costo de 5 00 pesos y por medio de suscripción es de 3.00 pesos; el formato que presenta el periódico es el denominado tabloide; asimismo, la edición es de 12 páginas. Los lugares a donde llega el periódico es básicamente a los municipios antes mencionados.

■ **La Ciudad** es un periódico que difunde noticias que reflejan los problemas más apremiantes de la comunidad de Sabinas Hidalgo, además de manejar noticias enfocadas a la política, sin dejar de mencionar claro, los logros, avances o programas de la administración municipal en turno, presentando también notas relevantes de Villaldama y Vallecillo; igualmente la publicidad impresa que aparece en el contenido del periódico se refiere a estos municipios

Cabe mencionar que es un periódico de tradición en la región que se ha mantenido en la preferencia de los lectores, que tiene un costo de 2 00 pesos, que su contenido se manifiesta en 8 páginas y que se distribuye en los mismos municipios que le proporcionan la publicidad para su promoción. Son dos los reporteros que trabajan en la edición del periódico y por último la forma que presenta es el tabloide.

■ **Las Noticias Para Quién** destaca de la misma forma como su "hermano" el periódico La Ciudad, se encarga de igual manera de informar los acontecimientos importantes de la administración en turno e inclusive publica los informes de los alcaldes de Vallecillo, Villaldama y obviamente de Sabinas Hidalgo.

Se distribuye en las dependencias municipales antes mencionadas, la publicidad que aparece en el medio es exclusiva de éstos, el costo de cada ejemplar es de 2.00 pesos y la forma que presenta la edición es el llamado Tabloide.

■ **Más Deporte**, es un periódico quincenal, encargado exclusivamente de los acontecimientos que son noticias propias de la región, a pesar de llamarse Más Deporte, también se encarga de difundir noticias de relevancia social de la comunidad de Sabinas Hidalgo, otra sección que tratan es la local, recibe el respaldo laboral de cinco reporteros que se encargan de investigar y de redactar la noticia del momento. La edición consta de 8 páginas y tiene un costo de 5.00 pesos. Se distribuye en establecimientos del municipio para la gente interesada y también por medio de suscripciones; la forma de la edición es la llamada tabloide.

■ **Perfil Político**, es uno de los periódicos que se destaca por difundir los problemas que sufre la comunidad de Sabinas Hidalgo, además de conocer y

ventilar todos los asuntos políticos que surgen en el gobierno municipal. La publicidad que aparece son de los propios negocios establecidos en el municipio; por otro lado el contenido de las noticias se expresan en 8 páginas, la forma es el tabloide y tiene un costo de 5.00 pesos. Se distribuye en establecimientos para su venta al público y mediante suscripciones, asimismo en la presidencia de Sabinas Hidalgo.

■ **Semana Regional.** Algo que sin lugar a dudas caracteriza a este semanario, que es el primer periódico que nace en Sabinas y es el único que ha permanecido hasta la fecha, puesto que muchos han desaparecido. Las noticias que son leídas y comentadas por los habitantes de Sabinas Hidalgo que aparecen en el periódico, son enfocadas en gran parte a la región, salvo en algunos casos que se tratan noticias que interesan a varios municipios del Estado de Nuevo León. Tiene un total de 10 páginas y un costo de 2.00 pesos. En su edición maneja publicidad de negocios establecidos en la región y también del municipio de Monterrey. Carece de secciones especializadas y las noticias las presenta de manera general, lo mismo maneja obituarios, sociales, informes de gobierno de alcaldes de municipios colindantes de Sabinas Hidalgo.

#### **4.2 Revistas**

La revista, es otro medio de comunicación que pretende ganarse un lugar dentro de la preferencia del lector. En esta investigación se ha constatado que



si para un periódico es difícil mantenerse en circulación, para una revista resulta mucho más. Circulan toda clase de revistas, de política, de historia, educación, negocios, religiosas, culturales, deportivas y es en la ciudad de Monterrey, Nuevo León, donde se editan todas las revistas.

Cabe mencionar que en la clasificación que se hace de las revistas de Monterrey se sigue un estricto orden alfabético, haciendo énfasis en el nombre, director, tiraje, periodicidad, fundación.

**CUADRO 13  
REVISTAS DE LA CIUDAD DE MONTERREY**

Nombre	Director	Tiraje	Periodicidad	Fundación
Aprender a Ser	Juan A. González	1, 200	Trimestral	1979
Armas y Letras	Ricardo Villarreal	1, 500	Bimestral	1944
Calidad Ambiental	Ma. Briceño C	5, 000	Bimestral	1993
Cátedra	Héctor Franco	1 000	Variable	1982
Cintermex	Jesús Franco A	12, 000	Bimestral	1993
Contexto Gráfico	Eloy Zambrano	5, 000	Mensual	1993
Eje	Agustín Rodríguez	20 000	Quincenal	1993
Fama	Raúl Martínez	270, 000	Quincenal	1984
Faro	Martín Reyes	10 000	Mensual	1997
Fe Histórica	José F. Gómez H	750	Bimestral	1979
Fútbol Al Día	Roberto Hernández	10, 000	Quincenal	1994
Ingenierías FIME	Fernando Elizondo	800	Trimestral	1998
Innova	Mayela Rodríguez	6, 000	Bimestral	2001
Integración FCQ	Emilia Vázquez	800	Bimestral	2001
Investigación Jurídica	Pedro Quezada B	800	Semestral	2001
Nave	Jaime Palacios Ch	20 000	Bimestral	1987
Revista de Humanidades	Blanca López	1, 000	Semestral	1996
Roel	Samuel López L.	1, 000	Trimestral	1942
Señor Fútbol	Alejandro Junco	15 000	Semanal	1997
Trabajo y Ahorro	Luis A. Cavazos	17 000	Quincenal	1922
Verbum	Amelia Puente	16, 000	Bimestral	1994
Versiones	Jesús Gutiérrez T	3, 000	Mensual	1998

Es necesario realizar una clasificación de acuerdo al contenido, tomando en consideración el cuadro anterior, por consiguiente se muestran a continuación, las revistas editadas por las universidades de Nuevo León, tanto públicas como privadas, señalando el nombre y la universidad respectivamente.

**CUADRO 14  
REVISTAS UNIVERSITARIAS**

Nombre	Universidad
Aprender a Ser	Mexicana del Noreste
Cátedra	Filosofía y Letras UANL
Ingenierías	Ingeniería Mecánica y Eléctrica UANL
Innova	Universidad Autónoma de Nuevo León
Integración	Ciencias Químicas UANL
Investigación Jurídica	Derecho y Ciencias Jurídicas UANL
Nave	Tecnológico de Monterrey
Revista Humanidades	Tecnológico de Monterrey
Verbum	Universidad de Monterrey

De lo anterior se desprende que son 9 las revistas que registran las universidades, tanto públicas, como privadas, en donde dan a conocer a la comunidad estudiantil los acontecimientos, avances, logros y metas de la universidad, por un lado y por otro se discuten temas de investigación y proyectos académicos .

En seguida se establecerá una recopilación de revistas encargadas de difundir la cultura, el deporte, la religión, la política, los espectáculos y los negocios.

**CUADRO 15  
REVISTAS ESPECIALIZADAS**

Cultura	Religión	Deportes	Espectáculos	Política	Negocios
Armas y Letras	Fe Histórica	Fútbol al Día	Fama	Eje	Cintermex
Roel		Señor Fútbol		Versiones	Faro
					Trabajo y Ahorro

A las revistas concentradas en el cuadro anterior, le agregamos dos más, una de ellas Calidad Ambiental, encargada de difundir temas de ingeniería ambiental y la otra Contexto Gráfico, relacionada con las artes gráficas.

En el siguiente apartado se realiza una descripción de cada una de las revistas mencionadas en el Cuadro 13, estableciendo las características o cualidades, que las hacen únicas en su especialidad.

■ **Aprender a Ser**, publicación de la Universidad Mexicana del Noreste, en donde destacan secciones de cultura general, educación, y otra llamada nuestra gente en donde se reconocen personalidades y eventos que conciernen a la universidad. Tiene una característica muy especial, ya que las zonas de distribución, en primera instancia van dirigidas a la comunidad estudiantil. Después se manda a ex –alumnos de la universidad, a las diferentes embajadas de Estados Unidos, Cuba, a la mayor parte de América Latina y a la Federación de Instituciones Particulares de Educación Superior (FINPES) El título de la revista Aprender a Ser es el lema de la Universidad, esta publicación

surge tres años después de haberse fundado la Universidad Mexicana del Noreste. Su objetivo es la investigación, la difusión y la docencia.

■ Una de las revistas de mayor antigüedad es sin lugar a dudas **ARMAS y LETRAS**, una revista cultural de la UANL, en donde se tratan temas relacionados con el teatro, la música, las artes, las letras.

Se realiza bajo la supervisión de la Dirección de Publicaciones de la UANL, en los talleres de la Imprenta Serna, es decir fuera de las instalaciones de la Universidad. Entre los colaboradores que escriben se pueden mencionar; los colaboradores ocasionales y los permanentes, los primeros suelen ser *invitados* por los directivos de la revista y los segundos son los que tienen una relación laboral formal mediante un contrato de trabajo. Sin embargo se invitan regularmente a personas conocedoras de determinados temas según las necesidades de la revista.

Los temas que se publican son fijos, se contemplan desde los enfocados a la sociología, el cine y la música. Se escriben historias, ensayos literarios, poesía, reseñas de libros. Particularmente la revista ha mejorado en la calidad de materiales de diseño en la portada, en los diseños que se realizan en su desarrollo editorial; pero las intenciones son contar con escritores de talla nacional, porque hasta la fecha solamente escriben autores de la región

Es importante mencionar que ARMAS y LETRAS recibió una invitación del INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes) para dar a conocer la revista a nivel nacional esta presentación se realizó el 9 de julio del presente año

La revista se distribuye a personas interesadas en ella, tiene un costo de 40.00 pesos el ejemplar, además mediante suscripción de un año por la cantidad de 100.00 pesos. Se puede encontrar en bibliotecas de las dependencias de la UANL, en bibliotecas de Universidades extranjeras pues anualmente se envían todos los números que se editaron durante todo el año.

ARMAS y LETRAS cuenta con la supervisión de las siguientes personas: un coordinador editorial, un editor, además de un formador, del diseñador editorial y naturalmente con un diseñador gráfico.

■ **Calidad Ambiental**, revista de enlace e información en el área ambiental, es otra revista del Tecnológico de Monterrey, Su finalidad se encuentra en informar sobre temas de ingeniería ambiental y artículos técnicos relacionados con ingeniería química. Se creó como un medio por el cual se tendría contacto con empresas en relación con el medio ambiente, dentro de sus colaboradores se encuentran investigadores y doctores en ingeniería ambiental internacionales.

■ La Facultad de Filosofía y Letras, cuenta con la revista **Cátedra**, dedicada a la publicación de trabajos editados olvidados, Reseñas, Contraseñas

(eventos, crónicas, notas periodísticas), difunde trabajos de investigación. En sus publicaciones incluyen autores locales, nacionales y extranjeros,

■ **Cintermex**, es una publicación institucional del Centro Internacional de Negocios, que trata de asuntos relacionados con el calendario de eventos programados, además de expomarketing, artículos de interés. Lo interesante de esta revista es la distribución, pues ésta se realiza en 96 países del mundo. Empezó como boletín en Marzo de 1993 y fue creciendo. En 1995 y 1996 obtuvo el premio APEX a la excelencia editorial, otorgado por la compañía Communication Concepts, por su diseño y contenido, esta revista fue la única ganadora de América Latina.

Entre sus objetivos está lograr una comunicación efectiva con todas las personas involucradas en la industria de las ferias, convenciones y exposiciones; difundir una cultura de ferias y exposiciones alrededor del mundo. Monterrey se caracteriza por la concentración de la mayoría de las revistas.

■ Como se había mencionado anteriormente, otra especialidad de las revistas es la de artes gráficas, en esa línea se puede citar a **Contexto Gráfico**, el contenido se basa en dar a conocer los empresarios gráficos, proporcionar direcciones electrónicas, tips de soluciones digitales. Su distribución se realiza entre anunciantes, universidades, agencias de publicidad, imprentas.

■ Eje, es donde el lector encontrará temas políticos y de análisis, puesto que se respeta a quienes propongan opiniones y argumentos, en donde se pretende influir en la sociedad. Esta revista; se caracteriza por tener corresponsales en distintos estados de la República Mexicana.

■ El medio del espectáculo también tiene un sitio en los medios de comunicación, en el destaca la revista de espectáculos **FAMA**, editada por Multimedios Estrellas de Oro, se encarga de ventilar todas noticias relacionadas con figuras del medio artístico, destacando situaciones personales o simplemente notas relevantes sobre su trabajo. Tiene un costo de y maneja el formato de tabloide; el contenido de la información se manifiesta en 20 páginas.

■ La religión, también se apunta en los medios masivos con la publicación **Fe Histórica**, el objetivo del periódico, es la reflexión teológica, análisis social, sugerencia de lecturas. Esta publicación va en su segunda época desde 1995.

■ Otra revista que destaca en el ámbito empresarial es **FARO**, revista de negocios de la CANACO ( Cámara Nacional de Comercio) de Monterrey. Sirve de boletín informativo a todos sus socios o negocios afiliados a la cámara, así como acuerdos tomados por el gobierno. Esta revista sustituyó a la llamada Emporio Comercial, que dejó de circular en 1999, pero se sigue publicando a la fecha en internet. Cabe mencionar que esta revista nace en 1991, sustituyendo a la revista Nuestra Cámara, la cual duró más de 100 años.

■ **Ingenierías**, es una publicación arbitreada por la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica encargada de difundir investigaciones realizadas por los maestros de la institución. Asimismo publican artículos relacionados con las materias impartidas y planes de estudio de carreras, eventos estudiantiles, pero en su mayoría los artículos van enfocados a ingenierías como lo indica su nombre.

Son varios los colaboradores de la revista que van desde un editor y coordinador editorial, consejo editorial formado por siete miembros todos maestros de la institución, un comité de colaboradores integrado por seis maestros, además del impresor, el de fotografía, tipografía, diseño y Webmaster.

■ **Innova**, es una revista, que depende de la Dirección de Comunicación e Imagen de la UANL, se creó precisamente ante la preocupación del Sr. Rector Dr. Luis Galán Wong, de mantener informada a la comunidad estudiantil, a la planta docente y al iniciativa privada, de todos los acontecimientos realizados por parte de las autoridades administrativas y académicas que integran la Máxima Casa de Estudios.

Es prioridad de los funcionarios de dar a conocer todos los eventos de carácter estudiantil, acuerdos o convenios firmados con empresas de la iniciativa privada en beneficio de los alumnos; además de informar sobre los cursos, diplomados, conferencias que la misma UANL ofrece a los maestros e



investigadores de todas las dependencias que forman la institución educativa. Asimismo, hace del conocimiento público de todas las actividades realizadas en todas dependencias educativas de la universidad.

La revista Innova es distribuida en forma gratuita en todas las dependencias de la UANL, además de la empresas privadas de la localidad. Las personas que hacen posible que se edite la mencionada revista son 11 personas en total, de las cuales hay editores, coordinadores de redacción y de diseño y varios colaboradores.

■ **Investigación Jurídica**, es una revista recientemente creada (enero 2001), por la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales de la UANL, con la finalidad de dar a conocer temas relacionados con la Ciencia Jurídica en todas sus especialidades. Su contenido es obviamente leyes y reglamentos vigentes haciendo un estudio detallado basándose en los antecedentes históricos de los mismos.

Las personas invitadas a colaborar en la revista tienen el grado de Doctor, figurando entre ellos conocidos juristas extranjeros. Asimismo se discuten problemas actuales relacionados con la era moderna del derecho. Se distribuye en todas las universidades privadas en donde se lleve la Licenciatura en Ciencias Jurídicas, además en las universidades extranjeras en forma gratuita.

Es una revista extensa en el contenido pues consta de 177 páginas y está abierta a recibir todas las opiniones y puntos de vista de los distintos aspectos y ramas de la Ciencia Jurídica.

■ **Integración**, es una revista de la Facultad de Ciencias Químicas de la UANL, que se edita con el fin de dar a conocer los avances académicos, obras y mejoras realizadas en la institución educativa, además de proyectos enfocados con el mejoramiento académico y administrativo. Es una revista cuyo propósito es de vincular a la comunidad estudiantil con la propia institución interesándose por ella. Consta de 52 hojas y se distribuye en la misma facultad.

■ **Nave** es precisamente la revista que ofrece un espacio a los estudiantes para que manejen sus asuntos; se caracteriza por manejar secciones como Opinión Gráfica (caricaturas), Editorial, Opiniones, Literatura, Humor, Sociales, Avisos de Ocasión, Robot. Se distribuye en todas las bibliotecas de las universidades y es gratuita.

■ **Revista de Humanidades** que se encarga de publicar los artículos relacionados con temas de investigación de Literatura, Lingüística, Ciencias Sociales, ésta tiene un consejo editorial que revisa los artículos. Es una publicación académica en la que los colaboradores son los mismos maestros que realizaron las investigaciones. Tiene un costo de 55.00 pesos y se distribuye por el ITESM y las principales librerías de la ciudad.

- La revista **ROEL**, es el órgano informativo de la Sociedad Nuevoleonesa de Historia, Geografía y Estadística. Es llamada así en homenaje al desaparecido Santiago Roel, ha tenido interrupciones generalmente obligadas por las contingencias económicas, pues en ocasiones es patrocinada por la UANL y otras veces por el gobierno.

- Otra revista de deportes es la llamada **Señor Fútbol**, de Editora El Sol. Maneja exclusivamente, como su nombre lo indica, todo lo relacionado con los equipos de fútbol de Monterrey y de nuestro país. La distribución se hace a través de suscripciones teniendo un costo de 40.00 pesos por trimestre, además se distribuye en tiendas de conveniencia y revisterías.

- En los negocios la iniciativa privada, se ha preocupado por mantener informados a sus trabajadores y colaboradores por medio de revistas.

**Trabajo y Ahorro**, es una de las revistas del grupo FEMSA, que se distribuye en toda la República Mexicana donde se encuentra las "sociedades hermanas". Cabe destacar que esta revista es la de mayor tradición en la ciudad.

Como revista institucional de edición constante es la más antigua de Latinoamérica, pues se funda en el año de 1922. Con fecha reciente se crea otra revista del mismo grupo industrial llamada: **Siempre los Mejores**.

■ La Universidad de Monterrey, también tiene presencia en el campo de la comunicación en cuanto a revistas, se puede mencionar **Verbum**, está dirigida a ex - alumnos, padres de familia y amigos de la institución.

■ **Versiones** haciendo honor a su nombre, es una revista que difunde toda clase de opiniones o versiones, tratando de ofrecer al lector diferentes puntos de vista en todos los temas tratados que van desde los políticos, académicos, sociales sólo con la idea de motivar a las personas a interesarse por los acontecimientos de actualidad. Se distribuye específicamente en los medios políticos y de administración pública, oficinas de gobierno, estatal y municipal, organizaciones no gubernamentales, partidos políticos.

Con todas las características que definieron a cada revista se concluye que, son las editadas por las universidades las que acaparan a los lectores, puesto que cuentan con un número considerable de publicaciones. Siguiendo un orden de periodicidad se resume que en total son 2 semanales, 4 quincenales, 3 mensuales, 8 bimestrales, 3 trimestrales, 1 semestral y otra en forma variable.

### **4.3 Radio**

En la radiodifusión destacan diversos e importantes grupos que tienen una posición relevante en el mercado a nivel local y nacional naturalmente. En el siguiente cuadro se presentarán cada uno de ellos con el total de estaciones de radio.

**CUADRO 16  
GRUPOS RADIOFÓNICOS COMERCIALES DE NUEVO LEÓN**

Grupos Radiofónicos	Estaciones	A M	F M
Multimedios Estrellas de Oro	20	11	9
Radio Alegría	11	6	5
Núcleo Radio Monterrey	4	2	2
Acir	1	1	
Radio México	6	3	3
MVS	3		3
Imagen	1		1
Mass Comunicaciones	1	1	
<b>Total</b>	<b>47</b>	<b>24</b>	<b>23</b>

Como se mostró en el cuadro anterior, son ocho los grupos radiofónicos que se situaron en Nuevo León, de los cuales, sólo el grupo Multimedios Estrellas de Oro, el grupo Radio Alegría y Mass Comunicaciones, son de la localidad, el resto de los mencionados son nacionales. Por otro lado son en total 47 radiodifusoras de las cuales 24 son de Amplitud Modulada y el resto es decir 23 son de Frecuencia Modulada. Todos los anteriormente señalados se describirán más adelante.

Al hablar de la radio en Nuevo León no sólo se hablará de la radio comercial, sino también de la permitida, es decir, de la radio del Gobierno del Estado

que también realiza una función específica en el estado. Aunado a todo esto se mencionarán las estaciones de las universidades, la de UANL y las dos universidades privadas, la UDEM y el ITESM, como se señala a continuación.

**CUADRO 17  
ESTACIONES NO COMERCIALES DE NUEVO LEÓN**

Estaciones No Comerciales	Estaciones	A M	F M
Gobierno del Estado de Nuevo León	9	1	8
Universidad Autónoma de Nuevo León	1		1
Universidad de Monterrey	1		1
Instituto Tecnológico de Estudios Sup. de Monterrey	1		1
Total	12	1	11

Analizando lo anterior, se concluye que existe un total de 12 estaciones no comerciales de las cuales corresponden 1 a la banda de Amplitud Modulada y 11 a la Frecuencia Modulada.

#### 4.3.1 Radio Comercial

De los grupos radiofónicos establecidos en Nuevo León, clasificados anteriormente en el Cuadro 16, se estudiarán en el siguiente apartado.

Si bien es sabido que los grupos radiofónicos de Nuevo León sobresalen a nivel nacional, uno de ellos es **Multimedios**; precisamente porque una de las áreas de mayor tradición de **Multimedios Estrellas de Oro** es la radiofonía.

Esto es debido a que precisamente a través de este ámbito como la sociedad regiomontana vio nacer al conjunto de empresas que originalmente era sólo una estación de radio. Así en 1930 marca el inicio del grupo que hoy representa una de las más grandes cadenas radiodifusoras de México.

Multimedios Radio comprende 28 estaciones en Frecuencia Modulada y 13 en Amplitud Modulada, distribuidas a lo largo de 15 importantes ciudades. De las cuales 20 se localizan en el estado de Nuevo León. Por otra parte, Multimedios Radio pone a disposición del cliente sus cabinas de grabación de audio, donde desarrolla material publicitario como jingles, comerciales registro de voz y producción.

Cabe mencionar que esta cadena radiofónica de la localidad, que también comprende otros medios de comunicación como la prensa y televisión, se anuncia actualmente como cadena televisora (**MULTIMEDIOS TELEVISIÓN**) del norte del país.

A continuación se presentan en el Cuadro 18, todas las estaciones de radio del Grupo **Multimedios Estrellas de Oro**.

**CUADRO 18  
ESTACIONES DE RADIO DEL GRUPO MULTIMEDIOS ESTRELLAS DE ORO**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XET	990	T Grande de Mty	Regional	Monterrey	Junio 1930
XEAW	1280	La Macro Estación	Romantica	Monterrey	Enero 1934
XER	1260	Radio Linares	Variable	Linares	Julio 1942
XEJM	1450	Más acordeón	Grupera	Monterrey	Julio 1957
XENL	860	Radio Recuerdo	Baladas	Monterrey	Agosto 1958
XETKR	1480	La TKR	Rancheras	Monterrey	Marzo 1966
XEIZ	1240	Radio Metrópolis	Noticias	Monterrey	Nov 1967
XERG	690	La deportiva 690	Deportes	Monterrey	Marzo 1969
XEAU	1090	La Guacharaca	Colombiana	Monterrey	Nov 1969
XEACH	770	Cadena Radio	Variable	Monterrey	Oct 1983
XELN	830	Super Llegadora	Grupera	Linares	Marzo 1967
	FM				
XET	94.1	La Calien T	Grupera	Monterrey	Julio 1962
XHAW	101.3	Inolvidable	Romántica	Monterrey	Marzo 1992
XHITS	106.1	Stereo Hits	Baladas	Monterrey	Marzo 1992
XHJD	98.9	D 99	Internacional	Monterrey	Sep 1974
XH MON	1370	Radio Fórmula	Variable	Monterrey	1989
XHPAG	105.3	La Más Buena	Tropical	Monterrey	Nov 1991
XHPJ	106.9	Classic 106.9	Juvenil	Monterrey	Nov 1976
XHFMTU	103.7	FM TU	Rock	Monterrey	Agosto 1979
XHLRS	95.3	Super Llegadora	Grupera	Linares	Nov 1996

De las estaciones señaladas en el cuadro anterior del grupo Multimédios se hará una descripción en el siguiente apartado.

- Cada una de las estaciones tiene cinco locutores, tres operadores de audio, un continuista y un director de programación. Existe además los departamentos de administración, comercialización, creatividad, grabación y mercadotecnia. Éste último realiza estudios de audiencia midiendo las preferencias y gustos del público, para determinar si son los locutores, los



premios que se ofrecen al realizar ciertos concursos o la publicidad que se transmite, lo que al final de cuentas infiere el que escuchen la estación.

Además **Multimedios** tiene la ventaja de que el perfil de las difusoras da oportunidad de llegar prácticamente a todos los sectores de la sociedad, esto debido a la amplia variedad de opciones en el contenido de cada una de las frecuencias que operan bajo el sello de **Multimedios**, el cual va desde el musical y de entretenimiento para público juvenil y adulto de todos los estratos, hasta el informativo, con los más completos noticieros radiofónicos de la región. En el ámbito de las noticias, la XEAW estación radiofónica mas antigua del Grupo Multimedios Estrellas de Oro, se dedica exclusivamente a transmitir noticieros durante todo el día, desde las 6:00 A.M. hasta las 11:00P M Posee una característica especial esta estación porque, se enlaza a los noticieros televisivos de las 6:00 A.M, 12:30 P.M y 7:00 P.M, del canal 12 el cual pertenece al mismo consorcio.

Existen tres tipos de noticieros: los institucionales que tienen una duración de 10 minutos, los de la hora cuya transmisión es de 3 minutos y los noticieros de deportes, los cuales son tres durante el día. Cabe mencionar que cuando se transmiten los noticieros se encadenan todas las estaciones del grupo radiofónico, en torno al horario, en sus dos bandas, se habla de Amplitud Modulada y de Frecuencia Modulada, sin embargo se realiza un cambio en el contenido del noticiero, en el locutor que lee las noticias, pues existe una identificación con la audiencia que constantemente los escucha

En los noticieros de la hora, que son nueve, las personas que están al frente que leen y a su vez comentan las noticias, realizan entrevistas cuando se requiere, o así lo amerite, éstos empiezan desde las 9:00 de la mañana haciendo varias interrupciones hasta las 10:00 de la noche, momento en el que se enlaza con el noticiero de TELEVISIÓN de la Ciudad de México, de Joaquín López Dóriga; posteriormente ya para finalizar se hace un resumen de 10 minutos de las noticias más sobresalientes del día.

■ Otro Grupo importante en la región que también impuso su sello en la radio, es el **Grupo Radio Alegría** el cual también compite en prensa, editando un periódico en Monterrey y otro en el municipio de Linares.

Inicia sus transmisiones en 1960, con la las estaciones cuyas siglas son la XENV y XEBJ, posteriormente se le incorpora una radiodifusora independiente; hasta la fecha posee cinco estaciones en Amplitud Modulada y tres en Frecuencia Modulada.

En el siguiente cuadro se presentan las estaciones del Grupo Radio Alegría haciendo referencia a las siglas de la estación, frecuencia, identificación, municipio desde donde opera y fecha de fundación.

**CUADRO 19  
ESTACIONES DEL GRUPO RADIO ALEGRÍA**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XEMR	1140	Radio ABC 1140	Baladas	Monterrey	Dic 1941
XENV	1340	La Sabrosita	Regional	Monterrey	Enero 1960
XEBJ	570	El Barnlito	Rancheras	Monterrey	Enero 1960
XESH	1400	Radio Sabinas	Grupera	Sabinas Hidalgo	Dic 1967
XEZ	660	Noti-Radio 660	Románticas	Monterrey	Abril 1971
XEV	1310	Radio 13	Vallenata	Monterrey	Ago 1977
	FM				
XHMG	102.9	Premier 102.9	Pop	Monterrey	Sep 1976
XHXL	91.7	91 X	Inglés	Monterrey	Sep 1976
XHRK	95.7	La Sabrosita	Cumbias	Monterrey	Junio 1979
XHSB	100.9	FM 100	Pop	Sabinas Hidalgo	Oct 1983
XHGBO	92.1	Radio Cañon	Grupera	General Bravo	Mayo 1996

Como se observó en el cuadro anterior, la mayoría de las estaciones se encuentran en Monterrey (8), y el resto se encuentran en Sabinas Hidalgo y General Bravo. Las estaciones radiofónicas detalladas en el cuadro anterior serán analizadas a continuación.

De este grupo radiofónico de trascendencia en nuestro estado se conoce poco debido a las políticas internas que manejan en la empresa, sin embargo, se puede describir, como una empresa que se mantiene a la vanguardia, es decir, que se preocupa por contar con tecnología de punta, pues en la actualidad se manejan a través de la computadora, por medio de ella, tienen acceso a internet, lo mismo que a las agencias informativas de noticias, de las que obtienen la información noticiosa al grupo radiofónico. Se pueden mencionar las siguientes agencias: Notimex, Universal, EFE, APS.

En el ámbito laboral; trabajan aproximadamente 200 personas en el Grupo Radio Alegría; misma que se distribuye en los siguientes departamentos: Gerencia Administrativa, Gerencia Operativa, Gerencia de Comercialización y Gerencia de Continuidad. Cabe destacar que dentro del Departamento de Noticias, que es encabezado por tres editores de noticias, pues por el momento cuentan con tres turnos en la empresa; destacan la colaboración de seis reporteros, en cuanto a la función de redacción es hecha por los mismos editores; cuentan con operadores de audio, pues son los que graban los noticieros, además de una cabina especial, todo el personal mencionado está rodeado de la infraestructura acorde a sus necesidades.

Por otro lado, aparte de los locutores que trabajan en cada una de las estaciones de radio que posee la empresa, también colaboran los comentaristas, éstos como su nombre lo indica hace los comentarios pertinentes de las noticias presentadas en el momento. Los comentaristas noticiosos como los llaman en la empresa actúan por su cuenta, tomando en cuenta que la radiodifusora no recibe línea alguna. A su vez en ocasiones proporcionan ayuda social, pues en algunos casos canalizan a la población radioescucha con las personas idóneas para que les solucione el problema.

A los comentaristas Héctor González, José L Portugal, Pascual Sagredo y Carlos Saucedo; se les otorga toda clase de facilidades, pues tienen sus juntas periódicas cada semana y en ocasiones juntas extraordinarias cuando es necesario y se justifica.

Existe gran preferencia del público, pues cada una de las estaciones del grupo va enfocada a cierto sector de la población. Hay para todos los gustos desde música en inglés, pop, colombiana, grupera; es decir manejan todos los géneros musicales. Otra situación que los ubica en la aceptación del público son las promociones que se hacen en las estaciones de radio, conjuntamente con los controles remoto, es sin duda lo que las mantiene en la popularidad de la gente.

Se puede considerar que el trabajo de los locutores es decisivo en el gusto del público, aunque en ocasiones no están de acuerdo en el formato de la programación. Es sin duda los programas en vivo los que entretienen y mantienen al público realmente pendiente por lo dinámico de los mismos. Sin embargo algo que no se debe olvidar es que ante todo el grupo radiofónico constituye un negocio y eso lo hace olvidarse de la función social que debe cumplir, dedicándose exclusivamente a buscar el rating, a costa de lo que sea, es decir se dedica exclusivamente a entretener al público, aunque en ocasiones raye en lo ridículo.

■ **Núcleo Radio Monterrey** cuya misión es formar parte activa en el desarrollo y mejora constante de la comunidad, esa es la preocupación de su director el Sr. Teófilo Bichara y cuyo slogan es "Esto es Núcleo Radio Monterrey". Precisamente por esto, se esfuerzan día tras día para mejorar los servicios y mantener congruencia con lo que se proponen. La idea es trabajar

para los radioescuchas, no para la competencia y pensando en ello el propósito es mejorar continuamente.

El Grupo Núcleo Radio Monterrey posee cuatro estaciones de radio que a continuación se presentan en el siguiente cuadro.

**CUADRO 20  
ESTACIONES DEL NÚCLEO RADIO MONTERREY**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XECT	1190	Morena	Romántica	Monterrey	1971
XEG	1050	La Ranchera de Monterrey	Regional	Monterrey	1944
	FM				
XHCHL	99.1	Morena	Romántica	Monterrey	1996
XHRL	98.1	Génesis	Pop	Monterrey	1972

Las estaciones mencionadas en el cuadro anterior serán estudiadas en el siguiente apartado.

Cada una de las estaciones que conforman este grupo están basadas en una acción comunicativa auténtica, empática y cálida con un auditorio de todas las edades y niveles sociales, buscan llevar con la magia de la radio, tanto un sano esparcimiento como la sensación de compañía y el calor humano que sólo un medio como éste, que mueve la imaginación y sentimiento del público, puede ofrecer. Trabajan día y noche creando una programación de lo más completa y variada, pensando exclusivamente en el público que los escucha, esa es la principal preocupación de las personas que laboran en este grupo

La Frecuencia radial "Morena" en AM Y FM, llevan a las familias neolonesas de los distintos sectores, los grandes éxitos de todos los tiempos, combinando el catálogo de oro de los compositores que han escrito la historia de la música mexicana y las de las nuevas generaciones. Con sus transmisiones de 24 horas continuas cubre su programación con expresiones musicales que combinan los conceptos de calidad, buen gusto y sentimiento popular, haciendo honor a su slogan solo hay "Música que llega".

En cuanto a la frecuencia de "La Ranchera de Monterrey", por su amplia cobertura y poder de convocatoria en quienes la escuchan, tiene el compromiso de mantenerse en constante evolución para seguir siendo merecedora de la preferencia del público y mantenerse presente en comunidades tanto urbanas como rurales. La señal de XEG está en hogares, talleres, oficinas, parcelas y rancherías y demás rincones de la República Mexicana, así como de Estados Unidos y Centroamérica.

Una de las misiones es llevar a los radioescuchas, especialmente a quienes residen en el extranjero, el recuerdo de nuestras raíces, el esfuerzo de nuestra identidad. Para muchos compatriotas que viven en el extranjero, esta estación se ha convertido en el único contacto con su tierra. No en balde muchos radioescuchas la identifican como "La Paloma Mensajera de México".

En la actualidad los distingue por la tecnología más moderna en sus transmisiones, equipos de grabación y reproducción, lo cual la hace merecedora de la confianza de sus anunciantes y agentes de publicidad.

■ Otro grupo radiofónico importante **Acir**, cuenta con 180 difusoras en la República Mexicana. En Monterrey sólo se encuentra localizada una, la XEOK, que empezó como estación musical; pero actualmente es conocida como una estación deportiva, además cuenta con programas evangélicos. Esta estación cuenta con tres cabinas, una sala de grabación y se transmite al aire las 24 horas el día, en el siguiente cuadro se detalla la frecuencia mencionada

**CUADRO 21  
ESTACIONES DE RADIO DEL GRUPO ACIR**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XEOK	900	Bonita Acir	Deportiva	Monterrey	1944

■ Siguiendo con los grandes grupos radiofónicos de la región, toca el turno al **Grupo Radio México**, que surge al venderle el Grupo Radio Centro parte de sus estaciones en Monterrey. Transmitiendo las 24 horas y contando con estaciones en donde se difunde toda clase de música, que va desde la romántica, colombiana, grupera, pop, corridos regionales; cada una de las frecuencias tanto en AM como en FM han logrado permanecer en el gusto del público precisamente porque se han encargado de llegar a todos los sectores sociales, a través de los locutores, pues estos son fundamentales en la



preferencia de los radioescuchas, en ocasiones por medio de las promociones que se realizan, por la clase música que difunden, entre otros son los factores que hacen que las estaciones penetren en los hogares, oficinas, talleres y demás lugares en donde reciben la señal.

En el siguiente cuadro se hace referencia a las estaciones radiofónicas que conforman el citado grupo, cuyo director es el Ing. Guadalupe Urrutia.

**CUADRO 22  
ESTACIONES DE RADIO DEL GRUPO RADIO MÉXICO**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XEFB	630	LA FB	Románticas	Monterrey	1931
XEH	1420	Tremenda Tropical	Ballenata	Monterrey	1921
XEMN	600	La Regiomontana	Regional	Monterrey	1957
	FM				
XHMF	104.5	Planeta	Pop	Monterrey	1985
XHSP	99.7	La Invasora	Grupera	Monterrey	1972
XHQQ	93.3	Banda 93.3	Grupera	Monterrey	1963

Como se pudo observar el **Grupo Radio México**, posee actualmente 7 estaciones de radio en la localidad; anteriormente Radio Fórmula perteneció a este grupo radiofónico pero se independizó. Con aproximadamente 50 locutores en todo el grupo hacen que su música llegue a todos los municipios de Nuevo León.

Es necesario mencionar que la XEFB es la única encargada de difundir noticias en horario matutino de 6:00 a 10:00 y en horario nocturno de 6 00 a 8:00, en el resto de las frecuencias transmiten exclusivamente música de acuerdo a la estación que se sintonice.

■ Tiene el mérito de haber fundado la primera estación de radio estereofónica FM en el país, nos referimos al **Grupo MVS**, de Don Joaquín Vargas Gómez. MVS Radio ha tenido el reto de competir por la atención de un público que cuenta con múltiples fuentes de información, cultura y entretenimiento y por la fidelidad de un anunciante que exige efectividad comprobada por los medios que contrata para su publicidad.

El grupo MVS tiene en la región, las frecuencias que se clasifican en el siguiente cuadro.

**CUADRO 23  
ESTACIONES DE RADIO DEL GRUPO MVS**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	FM				
XHSRO	92.5	Stero Rey	Moderna Inglés	Monterrey	1967
XHSR	97.3	Exa FM	Moderna	Monterrey	1976
XHMSN	100.1	La Mejor	Norteña	Montemorelos	1995

MVS radio, con sus dos estaciones que transmiten desde Monterrey tienen ciertas características que se debe mencionar, en primer término la frecuencia que se identifica como Stereo Rey carece de noticieros, en segundo término

transmite música continua las 24 horas, haciendo intervenciones esporádica un sólo locutor.

En la otra estación se escuchan varios programas encargados a su vez por diferentes locutores, que trabajan en forma alterna. Dentro de su programación manejan toda clase de música, además de anécdotas de los artistas favoritos del público. Son alrededor de seis locutores los que de una manera profesional sacan adelante la emisora. MVS está conformada por los departamentos de Continuidad, Producción, Ventas, Administración y Técnico.

Se puede decir que MVS Radio ha puesto a trabajar la imaginación y la creatividad de la empresa, que con una visión clara del potencial en la radio y una oferta original en los contenidos de las emisoras, ha logrado grandes resultados.

■ **El Grupo Imagen**, opera en Monterrey bajo la dirección del Lic. José Hernández Villarreal. La frecuencia XHMN Imagen, viene a sustituir la estación llamada Stereo 7. Por otro lado los departamentos que componen este grupo son: Dirección, Asistente de dirección, además de los departamentos de producción, continuidad, ventas, técnico, administración y pagos y cobranzas. También cuentan con locutores, operadores, coordinadores de producción, mantenimiento y asistentes. En total son aproximadamente 20 trabajadores los que laboran en el grupo radiofónico.

En el aspecto de la infraestructura, poseen una cabina local, un estudio de producción, una cabina de transmisión y sus transmisores se encuentran ubicados en la Loma Larga, con sistema DALAT europeo que permite automatizar una estación de radio.

Al hablar de la programación que transmiten se puede mencionar el noticiero Imagen Informativa, transmisión que se lleva a cabo dentro del horario matutino, vespertino y nocturno; también está Revista Imagen. Incluyen también la barra musical y Don Dinero como así se titula un programa que habla exclusivamente del aspecto económico.

En Monterrey operan con una sola estación como se manifiesta en el cuadro siguiente, en donde se establece las siglas, frecuencia, identificación, municipio donde se encuentra y fundación.

**CUADRO 24  
ESTACIÓN DE RADIO DEL GRUPO IMAGEN**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	FM				
XHMN	107.7	Imagen	variable	Monterrey	2001

Por último en la radio comercial se cita al grupo Mass Comunicaciones, cuyo director es Jorge Gámez González, éste se caracteriza por poseer dos estaciones de radio en el municipio de Montemorelos. Es necesario destacar

que una de las estaciones del mencionado grupo se encuentra manejada actualmente por MVS ( se consideró en el grupo). En cuanto a la segunda se presentará en el cuadro siguiente.

**CUADRO 25  
ESTACIÓN DE RADIO DEL GRUPO MASS COMUNICACIONES**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Género Musical	Municipio	Fundación
	AM				
XERN	950	Radio Naranjera	Baladas	Montemorelos	1967

El grupo mencionado en el cuadro anterior está constituido desde 1990, anteriormente se denominaba Radio Televisora del Valle. Son 12 los locutores que se encargan de transmitir durante las 24 horas; manejando noticieros cada hora, con una duración de 4 minutos, además de los que se transmiten de 40 minutos en horario matutino y vespertino. Realizan constantemente monitoreos para determinar las preferencias del público; asimismo manejan toda clase de publicidad enfocada a todos los niveles sociales socioeconómicos.

#### 4.3.2 Radio no comercial o cultural

La radio cultural o educativa como medio de comunicación en la región ha logrado la aceptación de la comunidad. Como se mencionó anteriormente en el cuadro 15 en donde se clasificaron las estaciones no comerciales de Nuevo León.

Se describirá primeramente a Radio Nuevo León. En marzo de 1978 inició sus transmisiones la primera radiodifusora estatal nuevoleonesa bajo los auspicios del gobierno del estado de Nuevo León, en el siguiente cuadro se hace una recopilación de las estaciones que conforman el sistema radio Nuevo León.

**CUADRO 26  
ESTACIONES DE RADIO DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Municipio	Fundación
XHAHU-FM	103.3		Anáhuac	1978
XHSB-FM	89.5		Sabinas	1978
XHCER-FM	100.7		Cerralvo	1978
XHLOS-FM	97.7		Montemorelos	1978
XHNAR-FM	103.3		Linares	1978
XHGAL-FM	97.7		Galeana	1978
XHARR-FM	96.5		Dr. Arroyo	1978
XHQI-AM	1510	Radio N L	Monterrey	1978
XHCI-FM	102.1	Opus 102	Monterrey	1978

Del grupo clasificado en el cuadro anterior se hará una descripción en el apartado siguiente.

■ **Radio Nuevo León** nace en agosto de 1991 cuando es expedida una nueva Ley Orgánica de la Administración Pública, la cual permite separar las funciones televisivas y radiodifusoras. Está formado por nueve estaciones de radio distribuidas en distintos municipios del estado. Cada una de ellas posee su propia programación y un perfil que corresponde a la región en la cual se encuentra ubicada .

Las nueve estaciones pretenden cumplir cabalmente con su carácter público, por lo que llevan a cabo las funciones de informar, orientar, servir como vehículo de servicio social y como canal de comunicación entre las autoridades del estado y los municipios donde se encuentran enclavadas, sin perjuicio de ofrecer a sus radioescuchas una programación que equilibre la difusión de la cultura y el entretenimiento.

Cada una de las estaciones foráneas posee su propia programación y equipo de trabajo. Ninguna es repetidora. Sin embargo tomadas como un grupo, comparten ciertas características que las distinguen de las estaciones del área metropolitana de Monterrey.

El rasgo principal es la aplicación del modelo de Radio Comunitaria, que consiste en el manejo de una programación fundamentada en las problemáticas propias de la comunidad en la que cada estación está ubicada. Este modelo se aplica en un 12% de la programación, aproximadamente, pero la meta es llegar a un 40%. Dado que, en el caso de algunos municipios, Radio Nuevo León es el único medio de comunicación disponible, el mayor porcentaje de la programación está dedicado al entretenimiento.

Existen otras estaciones no comerciales dependientes de Universidades, tales son los casos de Radio Universidad, de la UANL, Radio UDEM, de la Universidad de Monterrey; Radio Frecuencia TEC, del Tecnológico de

Monterrey. Todas ellas de reciente creación y enfocadas principalmente a los jóvenes, como se señala en el Cuadro 27.

**CUADRO 27  
ESTACIONES DE RADIO UNIVERSITARIAS**

Siglas	Frecuencia	Identificación	Municipio	Fundación
XHUNL FM	89.7	Radio Universidad	Monterrey	1992
XHUMY FM	90.5	Radio UDEM	Monterrey	1994
XHTEC FM	94.9	Frecuencia Tec	Monterrey	1999

■ **Radio Universidad**, está integrada actualmente como un concepto de comunicación de radio y televisión, del Canal 53 en la frecuencia AM y FM, que depende directamente de la rectoría. Cuenta con cuatro departamentos en forma independiente. El contenido de la programación va enfocado a la población en general, haciendo énfasis a los jóvenes universitarios; transmitiendo desde las 7:00 AM a 11:00 PM, cubriendo gran parte del área metropolitana.

El cambio de Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica a las instalaciones ubicadas en Luis G. Urbina 121 Colonia Anáhuac, San Nicolás de los Garza, benefició al medio en independencia, mayor cobertura y más apoyo para equipo y producción; logrando adquirir recientemente equipo digital, utilizando para su transmisión equipo de fibra óptica.



El personal que trabaja es aproximadamente de 150 personas entre empleados de planta, conductores, colaboradores y estudiantes que hacen su servicio social, es necesario destacar que el personal antes mencionado cubre también lo que es televisión.

Las metas principales de la radiodifusora son, llegar a los universitarios, contar con el público meta de 110,000 estudiantes y 7,000 trabajadores, además de sus egresados; que los universitarios hagan propia la estación. Actualmente se encuentra en construcción el edificio exclusivo que albergará posteriormente a Radio Universidad y el Canal 53, en el área de Ciudad Universitaria.

- **Radio UDEM**, sirve principalmente a la propia universidad en el sentido de difundir información relevante para los estudiantes; además transmite música, noticias y programas variados que interesan a la comunidad en general.

La finalidad de la estación principalmente es la servir a los alumnos de la carrera de Ciencias de la Información y Comunicación, a poner en práctica los conocimientos que se ven en diferentes clases. La potencia actual les permite una cobertura del 100% del área metropolitana y brindar un horario de programación de 14 horas diarias.

- **Radio Frecuencia Tec en FM**, es la estación que depende del Instituto Tecnológico de Estudios Superiores de Monterrey. Al establecerse formalmente

ésta se fijaron ciertos objetivos de los cuales, uno de ellos es la realización de programas que contribuyan al desarrollo sostenible de la comunidad, *complementar a través de la práctica radiofónica, el aprendizaje para las áreas de Comunicación e Información. Además servir de vínculo, para que la comunidad manifieste sus necesidades en el ámbito cultural y de salud* Asimismo proporcionar al auditorio una opción de radio que promueva conocimientos, valores y formas de vida.

Por otro lado en el aspecto de los colaboradores se les dará preferencia a los *alumnos y maestros del Instituto a participar en la producción, conducción y operación de la estación, debiendo por escrito presentar alguna propuesta, la cual será examinada para su aprobación.*

#### 4.4 Televisión

Finalmente toca el turno a las cadenas televisoras de la región, en este medio destacan tres grupos televisivos, el Gobierno del Estado, así como la UANL, *compiten con las empresas televisivas comerciales; como se muestran a continuación y de las cuales, se hablará más adelante.*

**CUADRO 28**  
**TELEVISIÓN DE NUEVO LEÓN**

Empresas Televisivas	Canales de TV
TELEVISA	2 y 34
Multimedios Estrellas de Oro	12 y 64
Televisión Azteca Noreste	7
Gobierno del Estado de Nuevo León	28
Universidad Autónoma de Nuevo León	53

#### 4.4.1 Televisión Comercial

Primeramente se analizará la televisión comercial, en Nuevo León existen, tres grandes empresas televisivas, las cuales se describen en el cuadro siguiente, con sus respectivos canales de televisión.

**CUADRO 29**  
**EMPRESAS TELEVISIVAS COMERCIALES DE NUEVO LEÓN**

Empresas Televisivas	Canales de TV
TELEVISA	2 y 34
Multimedios Estrellas de Oro	12 y 64
Televisión Azteca Noreste	7

Las empresas televisivas importantes de la localidad, que se señalaron en el cuadro anterior, que son TELEVISA, Multimedios Estrellas de Oro y Azteca Noreste, serán clasificadas según el canal, las siglas, director, fecha de fundación y municipio, en el cuadro siguiente.

**CUADRO 30**  
**CANALES DE TV DE MONTERREY**

Canal	Siglas	Director	Fundación	Municipio
2 VHF	XEFB-TV	Eugenio Azcárraga	1958	Monterrey
34 UHF	XHCNL	Eugenio Azcárraga	1995	Monterrey
12 VHF	XHAW-TV	Francisco D González	1968	Monterrey
64 UHF	XHSAW-TV	Francisco D González	1999	Monterrey
7 VHF	XHIM-TV	Guillermo Salinas P	1993	Monterrey

Como quedó asentado en la clasificación anterior, las empresas televisivas serán estudiadas en forma detallada en el siguiente apartado.

■ **El Grupo TELEVISA**, posee en Monterrey dos canales de televisión el Canal 2 y el Canal 34, así como los repetidores 6, 10 y 22 XEFB Canal 2 de TELEVISA Monterrey, ha tenido diferentes directores, Eugenio Azcárraga es el actual director. Su característica principal es la calidad en imagen con la que cuenta, porque su mayor preocupación es estar a la vanguardia tecnológicamente hablando, para ofrecerle al televidente además de programas de entretenimiento, noticieros con calidad en imagen.

El canal transmite durante las 24 horas, los noticieros parte importante de la televisora y en donde se fijan objetivos para lograr cierto rating, estos se transmiten en horarios tanto matutino, vespertino y nocturno; en cada uno de ellos se preocupan por difundir los acontecimientos importantes que en un momento dado son noticia, del mismo modo divulgan noticias enfocadas al medio artístico, igualmente lo hacen con los deportes, que con los problemas de la comunidad, de tal manera que todo es noticia para los informadores televisivos.

Para lograr estar en el lugar de la noticia cuenta con unidades móviles en donde se transportan los reporteros para cubrir la nota. Tiene como colaboradores en el departamento de noticias personas muy dedicadas que realizan su trabajo con profesionalismo y entrega.

Son varios departamentos los que integran el canal desde el Director General, Producción, Noticias, Deportes, Espectáculos y Ventas. Sin embargo tal parece

que en el área de la programación enfocada al entretenimiento transmiten una cantidad considerable de programas ya repetidos.

Continuando con el Grupo TELEVISA , está el Canal 34 de reciente creación, que en algunos casos funciona como repetidor del canal 2 local transmitiéndose al mismo tiempo ciertos programas durante el día.

En cierta medida se puede considerar como un canal que depende totalmente del canal 2 de Televisa Monterrey, por lo tanto tiene los mismos departamentos dentro de su administración. Hoy en día este canal se caracteriza por transmitir programas de publicidad pagada, dedicándole un tiempo considerable.

■ **El Grupo Multimedios Televisión** brinda programación de corte familiar, musical, deportiva y noticiosa, atendiendo las necesidades propias de la comunidad y de sus anunciantes. Además, tiene diversas señales en la Web que posicionan al grupo como uno de los pioneros en aplicaciones de streaming de audio y video en México. Cuenta también con un sistema de monitoreo vehicular que consta de seis cámaras digitales conectadas entre sí por medio de fibra óptica en toda la zona metropolitana de Monterrey.

La división de Multimedios televisión, cuenta con tecnología de punta, tales como unidades móviles, equipo digital, un helicóptero Bell 286, entre otras herramientas necesarias para ofrecer un servicio competitivo y de calidad. Recientemente instaló una nueva antena en el Cerro El Mirador

El Canal 12, importante canal televisivo de Multimedios, establecido en Monterrey desde 1968, compite con los del Grupo TELEVISA y a su vez éstos con Televisión Azteca; otro destacado grupo establecido en Monterrey con el canal 7 y el repetidor canal 4.

Este canal, reconocido por los televidentes como **La Imagen Familiar**, ha logrado consolidar sus señales entre las más vistas en la región noreste de México. Este mencionado grupo, tiene presencia en Saltillo, Torreón, Ciudad Victoria, Tampico, León, Nuevo Laredo y Matamoros, pues en cada una posee un canal de Televisión. Cabe mencionar que en la actualidad este grupo se anuncia como una cadena televisiva ( **MULTIMEDIOS TELEVISIÓN**)

Siguiendo con la televisión, **Tele Ritmo Canal 64**, fue creado en 1999, este proyecto surge de la idea de atraer y atacar todo el mercado grupero, televidentes, disqueras, grupos, empresas de instrumentos y salones de baile, este canal sólo hace publicidad 100% grupera.

■ **TV Azteca Noreste**, como es identificado el Canal 7 de televisión en Monterrey Nuevo León, surgió en el año de 1994, forma parte de Azteca México Canal 13. Es una empresa que nace con el único objetivo de mantener bien informado al noreste de la República Mexicana, pues con el paso del tiempo se unieron los estados de Coahuila y Tamaulipas, adoptando el término Noreste. Las transmisiones llegan precisamente a los estados antes mencionados además parte del valle de Texas gracias a una Torre,

denominada "Terrena", la cual se encuentra dentro de las instalaciones de TV Azteca Noreste.

Destacan dentro de la empresa televisiva el área administrativa, que se encarga de comercializar los espacios en televisión dentro de la programación, cuenta con cuatro Direcciones Generales de Ventas. El área de sistemas, es el staff que da soporte técnico a la televisoras.

Los programas que se transmiten a nivel local se realizan en el área de producción. El área de noticias es básicamente el pilar de toda la información que se genera en el estado de Nuevo León, en este departamento laboran editores, redactores, reporteros camarógrafos.

#### 4.4.2 Televisión Cultural

En la televisión cultural participan el gobierno del estado y la Universidad Autónoma de Nuevo León. El primero cuenta con el Canal 28 en donde si bien es sabido, en éste no existen intereses comerciales, sólo se busca que la programación llene ciertos objetivos dentro de sus contenidos Cabe destacar que de un 70% de producción en la programación bajó a un 40% de la producción con la finalidad de realizar programas con más calidad Algo que no puede pasar desapercibido es su logotipo, que fue cambiado recientemente reemplazando al anterior, éste es el mapa del Estado de Nuevo León con 51 puntos representando a cada uno de los municipios que conforman el Estado

Es necesario subrayar que en sus transmisiones existe un noticiero titulado **Imaginate**, único noticiero cultural en la región, que muestra lo más trascendente en el ámbito artístico e intelectual, acontecido en la ciudad y el país; único programa en su género en la localidad.

Otro aspecto que hay que destacar, es que los programas que se realizan en el canal se transmiten en otros estados de la República Mexicana, pues existen convenios con los estados de Chiapas, Campeche, Morelos Asimismo, atraviesa su mejor época, al producir para cadenas televisoras internacionales como la FOX, Sport Tv, pues cada una de las producciones tienen un costo y precisamente ese dinero lo invierten en beneficio del canal y al mismo tiempo a través de esas producciones promueven al estado a nivel internacional en países de Centroamérica y Sudamérica.

De las 7:00 de mañana hasta las 12:00 de la noche, durante los 365 días del año llevan a la comunidad programas culturales, medicina, historia, arte, cultura, vida, ciencia y tecnología; cubriendo ese tipo de programas con producción propia o externa, pues tiene convenios con otras televisoras, como la BBC de Londres, lo mismo con las italianas y alemanas; además del canal 11 y del 22 y también reciben apoyo de CONACULTA.

Existe un sólo canal de televisión del Gobierno del Estado que a continuación se muestra en el siguiente cuadro y que se caracteriza ante todo por ofrecer alternativas en su programación.



**CUADRO 31  
CANAL DE TV CULTURAL DEL GOBIERNO DEL ESTADO DE NUEVO LEÓN**

Canal	Siglas	Director	Fundación	Municipio
28	XHMNL	Joseba Iñaki	Maya 1982	Monterrey

Ahora como **TV Nuevo León**, y con una frecuencia permitida al Gobierno del Estado, esta televisora está conformada por un equipo de 200 profesionales de la comunicación, entre coordinadores, administradores, técnicos, productores, quienes logran ofrecer una programación orientada a informar al televidente, afirmar los valores artísticos y culturales, exaltar el espíritu social y fomentar un estilo de vida sano mediante el deporte y el entretenimiento.

Este canal está bien administrado pues da a conocer su Visión, Misión y Valores, como toda empresa consolidada. En la Visión: una televisión del estado que apoya a la formación cultural, económica, política y social de los ciudadanos de Nuevo León, para que cada uno de ellos tenga más y mejores oportunidades de desarrollo personal y que opera con autosuficiencia económica.

La Misión: es llevar a todo el estado de Nuevo León una programación de calidad, con énfasis en lo formativo y cultural, respetando los valores e intereses de las diferentes regiones del estado.

Los Valores: un canal que facilite la comunicación entre la sociedad que contribuya a la formación de una cultura de participación y superación, y que sea fuente de entretenimiento sano y productivo para los nuevoleonenses. Importantes logros se han ido concentrando en esta administración, prueba de ello lo establece el proyecto de transmitir programas de TV Nuevo León en algunos de los 23 sistemas que conforman la Red Nacional de Radiodifusoras y Televisoras Educativas y Culturales A. C. de corte social y cultural.

Otro de los logros es llevar la señal de TV Nuevo León a 15 municipios más de nuestro estado, sumando así 26 municipios con señal abierta de esta televisora, con esto se logrará llegar al 95% de la población de Nuevo León.

■ Siguiendo con la televisión cultural el siguiente en turno es el **Canal 53** que depende de la Universidad Autónoma de Nuevo León, específicamente de la Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica, pero hoy en día transmite desde la Colonia Anáhuac, al cambiar sus instalaciones benefició ampliamente al canal en el sentido de independencia, mayor cobertura y más presupuesto económico, por lo cual tuvo la oportunidad de adquirir mejor equipo, para sus transmisiones, las cuales se realizan por medio de microonda, mandando la señal hacia la torre de rectoría y ésta la transmite a través de la antena que se encuentra en la azotea del inmueble. Inició sus operaciones en junio de 1990 y en septiembre de 1992, inició su programación con la finalidad de contribuir un solo objetivo llegar a la comunidad estudiantil; a través de programas que promuevan la cultura y la educación, así como proporcionar apoyo a las

distintas dependencias universitarias y de esa manera dar a la Máxima Casa de Estudios una mayor proyección.

El Canal 53 transmite de lunes a viernes en un horario de 7.30 hrs a 21 00 hrs. En cuanto a la tecnología se refiere el Canal 53 está equipado, posee equipo para reproducción de video 3/4, betacam, dvd digital, vhs, consola de audio de 12 canales, control master, microondas para emitir transmisiones, equipo de edición, tres cámaras para estudio, consola de ocho canales para el área de switcher, máquinas para caracteres (créditos), máquina dirección de cámaras. Actualmente se encuentra en proceso de construcción el edificio que albergará al canal y la estación de radio, en el área de Ciudad Universitaria

A continuación se muestra el cuadro 32, en donde se establece las siglas del canal de la UANL, el director, fecha de fundación y el municipio respectivamente.

**CUADRO 32**  
**CANAL DE TV DE LA UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE NUEVO LEÓN**

Canal	Siglas	Director	Fundación	Municipio
53	XHMNU-TV	Jorge Cisneros	Mayo 1990	Monterrey

Como se pudo constatar con la información que se detalló en el ámbito televisivo, se localizaron en Nuevo León tres empresas televisivas, como son el

Grupo Televisa, El Grupo Multimedios Estrellas de Oro, Televisión Azteca, todos ellos en el aspecto comercial. Por otro lado el Gobierno del Estado y la Universidad Autónoma de Nuevo León, también participan en la televisión cultural.

En resumen, no cabe duda que Nuevo León no sólo es importante en la industria, el comercio, la educación y la cultura sino que también es reconocido por sus medios de comunicación que están considerados y reconocidos a nivel nacional, de igual manera en algunos casos a nivel internacional.

## **5. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES**

La finalidad de los medios de comunicación es la de proporcionar a la sociedad contenidos informativos, de entretenimiento y recreación, de orientación y respaldo a la educación formal, que sean completos y de calidad, capaces de contribuir a la solidificación de los valores esenciales de la sociedad, de la familia y de los individuos

Los medios deben proporcionar la información, la noticia, no crearlas, ni matizarlas, menos transformarlas de acuerdo con sus intereses. Los medios deben dar a conocer la realidad con objetividad

Por otro lado la libertad no se ejerce sin responsabilidad. Los medios de comunicación, sus propietarios y sus trabajadores, al tener el enorme privilegio de dirigirse con sus mensajes a la sociedad, contraen con ella compromisos y deberes. La responsabilidad que tienen con la sociedad obliga a que los medios de comunicación se desempeñen con especial cuidado en sus tareas de informar, entretener, orientar y contribuir a la educación.

En cuanto a la función social de los medios de comunicación, ésta ha sido cuestionada, por el gobierno, por organismos civiles, instituciones privadas y por la sociedad misma. Sin embargo, no existe respuesta de éstos, pues si bien

es sabido, son ellos mismos los que no están de acuerdo con una nueva legislación.

Los objetivos de esta investigación que se propusieron se alcanzaron, se consiguió toda la información y al mismo tiempo se describieron los medios masivos de comunicación en Nuevo León (prensa escrita, revistas, radio y televisión). Respecto a las preguntas que se plantearon en el presente documento se conocieron todos los medios de comunicación puesto que se logró obtener el total de los medios masivos

En el aspecto de las entrevistas, se presentaron algunos inconvenientes, en el sentido de que algunas personas de las señaladas para entrevistar, no disponían del tiempo suficiente para responder a las preguntas. Sin embargo, quiero señalar que en la mayoría de los casos, hubo mucha disposición por parte de los entrevistados.

Como se pudo observar en los resultados, los principales periódicos, revistas, estaciones de radio, y canales de televisión se encuentran concentrados en Monterrey, capital del estado de Nuevo León. Es muy reducido el grupo de municipios que tienen presencia en materia periodística. Quizás, podría ser la falta de interés en competir con los medios importantes, o el factor económico. Pero de alguna manera sería conveniente, la participación de más municipios, en los medios, pues Nuevo León, es uno de los estados más sobresalientes de la República Mexicana

También se puede afirmar que las mismas casas editoriales se han visto en la necesidad de crear más medios informativos para poder competir y así de alguna manera abarcar las preferencias de los lectores, como son los casos de Editora El Sol, con sus periódicos EL NORTE, EL SOL, METRO, y el Grupo Multimedios Estrellas de Oro, con DIARIO Milenio de Monterrey, HOY EXTRAMEX matutino y HOY EXTRAMEX vespertino, por citar algunos

Algunos consorcios compiten en prensa, en radio y televisión, pues como se ha visto en los resultados, los citamos como dueños de varios periódicos, revistas, estaciones de radio y no siendo la excepción la televisión, como es el caso de Multimedios Estrellas de Oro y el Grupo Radio Alegría

En cuanto a las revistas, medio importante de la comunicación masiva, se puede afirmar que tiene presencia solamente en el área metropolitana. Que ya sean de contenido político, cultural, deportivo, religioso, de negocios, de espectáculos, compiten por ganar lectores asiduos.

Por otro lado la radio en Nuevo León, se ha manejado en ocasiones que ésta tuvo su origen en Monterrey, lo que conlleva a cierto reconocimiento. Además se puede señalar que gran parte de los grupos radiofónicos mencionados en los resultados son de la entidad y que sobresalen a nivel nacional, compitiendo de alguna manera con los del resto del país

En la televisión, se ve con agrado que el Grupo Multimedios Estrellas de Oro, uno de los más importantes de la localidad compite también en radio, prensa y que recientemente estableció un canal de televisión, además de tener presencia en importantes ciudades de la República Mexicana.

En la televisión cultural y educativa, se puede afirmar que han logrado su cometido; por que la televisión del gobierno del Estado, sirve como un instrumento que informa, orienta y educa a través de una producción equilibrada, con el fin de responder a las necesidades de los Nuevoleoneses.

En cuanto al canal manejado por la Universidad Autónoma de Nuevo León, ha logrado su propósito de servir a la comunidad estudiantil, además de servir de *enlace con las autoridades administrativas de la misma Universidad.*

Por otro lado esta investigación puede aportar datos teóricos y metodológicos *para estudios subsecuentes de los medios de comunicación en el estado.*

Resumiendo, Nuevo León no sólo es importante en la industria, el comercio, la educación y la cultura, sino que también es reconocido por sus medios de comunicación que están considerados y reconocidos a nivel nacional, de igual manera en algunos casos a nivel internacional.



Finalmente se espera que los medios de comunicacion del estado y de este país, sigan contnbuyendo al desarrollo de la sociedad, a la democracia y al bienestar de los mexicanos

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Alva de la Selva, Alma. (2001), *La televisión del 2000 en su cincuentenario*. En Revista Mexicana de Comunicación. México, D. F. : Ed. Manuel Buendía. Año 13. No. 68. P.21.
- Arredondo Ramírez, Pablo (1986), *Los Medios de comunicación en Jalisco*. México. :Ed. Universidad de Guadalajara. Primera edición.
- Beltrán, Raúl (1997), *Publicidad y medios impresos*. México, D. F.: Ed. Trillas. Tercera Edición.
- Bohmann, Karin (1989), *Medios de comunicación y sistemas informativos en México*. México, D. F. : Ed. Alianza. Primera Edición.
- Borja, Rodrigo (1997), *Enciclopedia de la Política*. México, D. F. Ed. Fondo de Cultura Económica. Segunda Edición. P. 45.
- Carabaza, Julieta e Irene Ewald (1992), *Historia de los medios de comunicación en Coahuila*. México, Coahuila. : Ed. Universidad Autónoma de Coahuila. Primera Edición.
- Carpizo, Jorge (2001), *Los medios deben subordinarse al Estado de derecho*. En Etcétera. México, D. F. P.30.
- Ceballos Ramírez, Manuel (1998), *Monterrey 400. Estudios Históricos y Sociales*. México, N.L. Ed. Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Corral Corral, Manuel (1985), *Manual de comunicación*. México D. F. Editorial Continental. Primera Edición.

- Curzio, Leonardo (2001), *Filtraciones no México D F* en Etcétera, P 69
- De Fleur, M L y S J Ball-Rockeach (1999), *Teorías de la comunicación de masas* México D F Ed. Paidós Segunda Edición
- Diccionario de las ciencias de la educación (1995), México D F Ed Santillana.
- El Norte, (2002), 2 de abril México, Nuevo León Año LXIII, Número 23133
- Esquivel Hernández, José Luis (2001), *El Norte y la ruta de la prensa regional* En Revista Mexicana de Comunicación México D F Ed Manuel Buendía. Año 13 No 66 P 40
- Fernández Christleib, Fátima (1991), *La Radio Centro y Regiones*. México D F Ed Juan Pablos Primera Edición
- Figueroa, Romeo (1996), *Que onda con la radio* México, D F Ed Alhambra. Segunda Edición
- Flores de Gortari, Sergio y Emiliano Orozco (1983), *Hacia una comunicación administrativa integral* México, D F Ed Trillas Segunda Edición.
- Fuentes Navarro, Raúl (1986-1994), *La investigación de la comunicación en México Una sistematización documentada* México, D F Primera Edición
- Garza, Rosalía y Julieta Flores (1999), *La Historia y los medios de comunicación* México, N L Ed Universidad Autónoma de Nuevo León Primera Edición
- González Héctor Siglo y Medio de Cultura Nuevoleonesa México, N L Ed Universidad Autónoma de Nuevo León Primera Edición
- González Rubio, Javier (2001), *Los medios deben subordinarse* México, D F. En Etcétera P 70
- Granados Chapa, Miguel A (1981), *Examen de la comunicación en México*

- México, D F Editoral El Caballito Segunda Edición
- Hernández S, Roberto, Fernández C, Carlos y Pilar Baptista (1997) *Metodología de la Investigación* México, D F Ed Mc Graw Hill Primera Edición
- Israel, Estrella (2001), *Comunicación y periodismo en una sociedad global* México, D F Editoral Trillas Primera Edición
- Katz, Samuel, Dona, Antonio y Luis Costa (1989), *Diccionario básico de la comunicación*. México, D F Ed Patna Cuarta Edición
- Mc Luhan, Marshall (1996), *Comprender los medios de comunicación* Barcelona Ed Paidós Primera Edición
- Mc Quail, Dennis (1997), *Introducción a la teoría de comunicación de masas* México, D F Ed Paidós Primera Edición
- Merrill, John, Lee, John y Eduard Jay (1992), *Medios de Comunicación Social* España Ed. Fundación Germán Sánchez. Primera Edición
- Martínez, Omar (2000), *Un acercamiento a la ética y la deontología periodística en México* En Revista Mexicana de Comunicación México, D F Ed Manuel Buendía Año 13 No 66 P 28
- Moragas, Miguel (1991), *Teorías de la Comunicación* México, D F Ed G Gili Segunda Edición
- Paoli, Antonio (1989), *Comunicación e información* México D F Editoral Trillas Tercera Edición
- Rivers, William y Wilbur Scramm (1973), *Responsabilidad y Comunicación de masas* Buenos Aires Editoral Troquel Segunda Edición
- Rivers, William y Cleeve Methews (1994), *La Etica en los medios de comunicación* México D F Editoral Gemika Segunda Edición

- Rocha, Ernesto (1995) *Investigación y Teoría de la Investigación de masas*  
México, N L Editoral Arbor Segunda Edición
- Schmelkes, Conna (1996), *Manual para presentación de anteproyectos en  
informes de investigación* México, D F Segunda Edición
- Sosa Platas, Gabnel (2001), *Repaso histórico al periodismo sobre radio en  
México* En Revista Mexicana de Comunicación México, D F Ed Manuel  
Buendía Año 13 No 69 P 29
- Tenono B, Jorge, Luiz C, Amado y Pedro Alcino ( 1996), *Metodología de la  
investigación* México, N L Ed Mc Grawill Primera Edición
- Thompson, John (1998), *Los Media y la Modernidad* Barcelona Editoral  
Paidós Primera Edición
- Valdés Sada, Sergio (1996), *Historia de la Radiocomunicación en México*  
México, D F Ed Trillas Segunda Edición
- Vázquez Montalbán, Manuel (1997), *Historia y Comunicación Social*  
La Habana Editoral Pablo de la Torrente
- Velásquez, Luis (1999), *100 puntos para un código de ética periodística* En  
Revista Mexicana de Comunicación México, D F Ed Manuel Buendía  
Año 12 No 59 P 9
- Vilches, Lorenzo (1993) *La televisión los efectos del bien y del mal* Barcelona  
Editoral Paidós Segunda Edición
- Wolf, Mauro (1991), *La investigación de la Comunicación de Masas* México  
D F Editoral Paidós Primera Edición
- Yscoa Flores, Raymundo (1996), *La prensa regiomontana* México, N L  
Presidencia municipal Primera Edición

Zapata V, Dinorah (1990), *Génesis y desarrollo de la Radio y la Televisión en  
Nuevo León México*, N L Ed Universidad Autónoma de Nuevo León Primera  
Edición

http [www.nuevoleon.mx](http://www.nuevoleon.mx)

http [www.radonuevoleon.mx](http://www.radonuevoleon.mx)

## **ANEXOS**

## ANEXO A. FORMATO DE ENTREVISTA

Las preguntas que se realizaron a los entrevistados en la presente investigación son

- 1 ¿Cómo está conformado el periódico?
- 2 ¿Cuáles son las secciones que maneja el periódico?
- 3 ¿Cuáles son los temas tratados en el medio?
- 4 ¿Cambios presentados en el medio?
5. ¿Dónde se distribuye?
- 6 ¿Cuántas personas colaboran en el medio?
- 7 Comentarios del Director

- 1 ¿Cómo está conformada la revista?
- 2 ¿Cuál es el contenido ?
- 3 ¿Cuáles son los temas tratados?
- 4 ¿Cuáles son los cambios presentados en el medio?
- 5 ¿Dónde se distribuye?
- 6 ¿Cuántas personas colaboran en el medio?
- 7 Comentarios del Director

- 1 ¿Cómo está conformado el grupo radiofónico?
- 2 ¿Cuáles son las estaciones que maneja el grupo?
- 3 ¿Qué clase de música manejan?



4. ¿Qué tipo de publicidad promocionan?
5. ¿Cómo han logrado mantenerse en el gusto del público?
6. ¿Cuántas personas colaboran en el medio?
7. *Comentarios del director*

1. ¿Cómo está conformado la empresa televisiva?
2. ¿Cuáles son los canales que dependen de consorcio televisivo?
3. ¿Qué tipo de programación presentan?
4. ¿Cómo ha sido su desarrollo?
5. ¿Cuántos colaboradores hay en el medio?

## RESUMEN AUTOBIOGRÁFICO

Ma. Sanjuana Carmona Galindo

Candidato para el Grado de Maestro en Ciencias de la Comunicación

Tesis: LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA EN NUEVO LEÓN

Campo de estudio: Ciencias de la Comunicación

### Biografía:

Datos personales: Nacida en Cadereyta Jiménez N.L, el 15 de agosto de 1955, hija de José Pablo Carmona Garza y Estanislada Galindo Garza.

Casada con Roberto Mancha Castañeda, con tres hijos Roberto, Ernesto y Adrián.

Educación: Egresada de la Universidad Autónoma de Nuevo León Grado

Obtenido: Licenciado en Ciencias Jurídicas.

Experiencia Profesional: Maestra de Tiempo Completo de la Universidad Autónoma de Nuevo León desde 1996.

