

3. LAS ESTACIONES PREFERIDAS DE LOS RADIOESCUCHAS TAPATIOS

Francisco de Jesús Aceves González
Universidad de Guadalajara

Introducción

Dentro de la diversidad de aspectos que configuran el fenómeno radiofónico en Guadalajara, destaca de manera importante la ausencia de estudios sobre las características de su audiencia.

Temática presente en las investigaciones pioneras sobre los medios masivos de comunicación, el análisis de las audiencias se encuentra casi ausente en la escasa bibliografía dedicada a la radiodifusión local.

Existen apenas dos antecedentes, ambos realizados en la década de los setenta, que desde un punto de vista académico intentaron una aproximación al complejo perfil de los radioyentes tapatíos (*cfr.* Mackay 1974 y Encuesta Nacional de Radio y TV 1971). Si bien es cierto que los resultados de esos trabajos permitieron un acercamiento con respecto a las preferencias de los radioescuchas, su carácter generalizante hizo imposible detectar las relaciones que se establecían entre las radiodifusoras y su auditorio.

Por otra parte, en el campo mercadotécnico, los sondeos que se realizan sobre el radioauditorio, conocidos como estudios de *rating*, se limitan a detectar el número de aparatos encendidos en determinada estación a una hora específica. Para el sector académico, estos estudios manifiestan una doble debilidad: en principio, su circulación limitada y el carácter reservado de sus resultados que impiden explícitamente su difusión pública. En segundo lugar, la no clarificación del marco muestral y de los cuestionarios provocan una cierta sospecha sobre la validez de sus resultados.

Sin embargo, debemos dejar constancia de que, en nuestro estudio, encontramos una coincidencia casi plena entre las diez estaciones seleccionadas en encuesta y las diez elegidas en el informe correspondiente al mes de marzo de 1989, denominado "Radiómetro", que realiza INRA Mexicana. La diferencia se reduce a una estación: en lugar de la XHAV que aparece en esta

investigación, "Radiómetro" consigna a la XHQP. Frente a esta situación, vale la pena revisar la actitud de los académicos hacia los resultados que presentan investigaciones empíricas y cuestionar la validez de no utilizar estos resultados por un prurito que, al menos en este caso, no se justifica.

El presente trabajo pretende realizar un acercamiento exploratorio en el estricto terreno de lo empírico —que no empirismo—, para intentar una descripción inicial sobre algunas de las características particulares de los radioescuchas tapatiños. Nos circunscribimos a los habitantes del área urbana de Guadalajara, específicamente a los municipios de Guadalajara, Tlaquepaque y Zapopan.

Nos interesa, en principio, detectar las preferencias tanto en estaciones como en programas, y establecer algunos de sus comportamientos como horarios de exposición, retención de anuncios publicitarios y sus apreciaciones sobre lo que les gusta y les molesta de la programación radiofónica.

Es de elemental justicia señalar que este trabajo tuvo su origen en un taller de investigación, con estudiantes de ciencias y técnicas de la comunicación, quienes participaron de manera amplia y decidida en la planificación de la muestra y la elaboración del cuestionario. Por ello, la contribución de Virginia Lamas, Alejandra Ulloa, Oscar Castro, José Galindo, Miguel Ángel González, Raúl Heredia, Juan Antonio Rodríguez y Manuel Ignacio Salcedo fue fundamental. Asimismo agradecemos la colaboración de Gabriela Aguilar, Laura González, Maritza Oropeza, Rosario Téliz, Mario Pío Castañeda, Salvador García, Carlos Hernández, Alejandro Rojas y Gabriel Sahagún por su desinteresada y entusiasta colaboración en la aplicación de las encuestas. Un reconocimiento muy especial a Oscar Castro y José Galindo por su laborioso y paciente trabajo en la captura de la información.

Criterios metodológicos

Una de las carencias manifiestas en encuestas y sondeos de opinión es un marco muestral confiable. Esta limitación repercute en los resultados del estudio estableciendo un inevitable sesgo en la selección de la muestra, que debe ser tomado en cuenta. De este modo, la carencia de datos estadísticos confiables a nivel de población nos obliga a remitirnos a los censos de 1980, los cuales han sido definitivamente modificados por la situación actual. Conscientes de esas determinaciones, no tuvimos otra alternativa que servirnos de ellos para configurar la muestra.

Nuestro criterio principal se basó en concentrar el estudio sobre la población económicamente activa en el área metropolitana de Guadalajara. En 1980 dicha población ascendía a 748 844 personas. Se realizaron 710 encuestas, de las cuales fueron desechadas siete, quedando una muestra total de 703.

La selección de la muestra se determinó tomando en consideración tres aspectos: sexo, edad y estrato social. De las 703 encuestas, se aplicaron 349 (49.6%) a hombres, y 354 (50.4%) a mujeres, porcentaje muy aproximado a la proporción establecida en el censo de 1980 que establece una población total de mayores de quince años de 1 276 072, de los cuales el 47.1% son hombres, y el 52.9% mujeres.

La estratificación por edades se realizó mediante una triple segmentación: menores de 20 años (pero mayores de quince) 166 encuestas (23.6%); de 20 a 30 años se aplicaron 185 (26.3%) y mayores de 30 años a quienes se aplicaron 352 (50.1%). Según el mencionado censo, la población menor de 20 años representa el 19.9%, la que se ubica entre 20 y 30 años significa el 30.8% y, finalmente, la población mayor de 30 años corresponde al 49.3%, también en este caso la proporción entre la muestra obtenida y los datos censales es bastante aproximada.

La estratificación social se determinó con base en los ingresos, estableciendo cuatro niveles: el nivel A, que corresponde a un ingreso mensual superior a cinco salarios mínimos; el nivel B, que oscila entre dos y cinco salarios mínimos; el nivel C, que es hasta dos salarios mínimos, y el nivel D, que incluye a los que ganan el salario mínimo, o menos.

Según el censo de 1980, el nivel A significaba el 3.0% de la población, que había declarado ingresos en el área contemplada en el estudio; en el nivel B se encontraba el 14.8%; en el nivel C el 28.9% y en el nivel D el 53.3%. La distribución entre los diversos niveles de las 703 encuestas publicadas se realizó de la siguiente manera: 25 al nivel A (3.5%); 101 al nivel B (14.4%); 201 al nivel C (28.6%); y 376 al nivel D (53.3%). En este caso, la correspondencia proporcional entre la población y la muestra es casi absoluta.

La aplicación de los cuestionarios, se optó por realizarla en espacios abiertos, buscando de esta manera una mayor espontaneidad de los entrevistados y condiciones que les aseguran su anonimato. Por ello, se seleccionaron lugares de aglomeración de acuerdo con los diversos estratos sociales.

Para la selección de estos sitios nos basamos en el plano que sobre estratificación social elaboró el Instituto de Asentamientos Humanos de la Universidad de Guadalajara (s/f: 24), estableciendo una coincidencia entre los estratos que dicho estudio propone, con los cuatro niveles de nuestro estudio. La conversión la realizamos haciendo corresponder al nivel A con la clase alta-alta; al nivel B con las clases alta-media y media alta; al nivel C con las clases media-media y media-baja; y al nivel D con las clases baja-alta y baja-baja.

Los lugares de encuesta fueron los siguientes: para el estrato A, Plaza Amistad; para el estrato B, Plaza del Sol, Plaza Patria y Plaza México; para el estrato C, Plaza Las Torres, Plaza Atemajac y Plaza Revolución; y para el

estrato D, Lomas de Polanco, Santa Cecilia, San Andrés y la colonia Constitución. Finalmente, la encuesta fue aplicada el 11 y el 18 de marzo de 1989.

Las preferencias del radioauditorio

El cuadrante radiofónico de Guadalajara cuenta actualmente con una oferta programática que difunde 42 estaciones: 23 de ellas en amplitud modulada (AM) y 19 en frecuencia modulada (FM).

El tamaño del auditorio es casi el total de la población encuestada. De un total de 703 entrevistados, 664 (94.5%) se aceptaron como radioescuchas y solamente 39 (5.5%) declararon no escuchar la radio.

Un análisis sobre la designación de los radioyentes acerca de su estación preferida nos permite esbozar algunos de los perfiles que caracterizan a la radioaudiencia tapatía.

En principio, dada la amplitud de la oferta de canales, podría esperarse una recepción igualmente diversificada; sin embargo, los resultados de la encuesta nos proporcionan otro panorama.

La primera característica de esta radioaudiencia es que, a pesar de la amplia oferta que existe en cuanto a estaciones radiodifusoras, la distribución de las preferencias de los radioescuchas tiende a concentrarse en unas cuantas.

En Guadalajara, la mayoría de los usuarios de la radio son acaparados por cinco estaciones, que representan solamente el 11.6% de las mismas. En efecto, del total de los entrevistados que se ostentan como radioescuchas, 605 indicaron una estación preferida, de éstos, 255 (42.1%) seleccionaron a una de las cinco; además, otros 101 mencionaron a una de ellas como estaciones que también suelen escuchar. Es decir, que estas estaciones influyen en el 60.5% de los radioescuchas de la localidad.

Si ampliamos este sector a las diez estaciones señaladas como preferidas, tendremos que éstas representan el 23.2% del total, e influyen de manera preferencial al 60.2% de los sedicentes radioescuchas.

Un segundo segmento integrado por doce radiodifusoras —que representa el 27.9%—, cuenta con el 26.3% de las preferencias. Finalmente, las 20 estaciones restantes —que significan el 47.6% del total— obtienen solamente el 13.5% de los favores del auditorio.

Se evidencia, pues, una acentuada concentración de las preferencias del público en unas cuantas radiodifusoras, estableciendo una relación asimétrica y desproporcionada (ver cuadro 1) entre la oferta de la radio y los gustos de su auditorio. De esta manera, coexisten estaciones que tienen el 18.0% de las preferencias (XEHL-FM) con 109 menciones, junto con otras que no obtuvieron ninguna mención (XEZJ).

CUADRO 1
Distribución de la radioaudiencia

Estación	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa (%)	Frecuencia acumulada (%)
XEHL-FM	109	18.0	18.0
XEKB	48	7.9	25.9
XEHL	35	5.8	31.7
XEHK	34	5.6	37.3
XHAV	29	4.8	42.1
XEDKT	26	4.4	46.4
XETIA-FM	24	4.0	50.4
XEWK	21	3.5	53.9
XEBA-FM	19	3.1	57.0
XEAD	19	3.1	60.2
XHPI	17	2.8	63.0
XEZZ	17	2.8	65.8
XEMIA	15	2.5	68.3
XHMA	14	2.3	70.6
XHQJ	14	2.3	72.9
XETIA	14	2.3	75.2
XHRA	13	2.2	77.4
XEAV	13	2.2	79.6
XHOY	11	1.8	81.4
XHRO	11	1.8	83.2
XEAD-FM	10	1.7	84.9
XHVOZ	10	1.7	86.5
XEQP	9	1.5	88.0
XHSC	8	1.3	89.3
XELT	8	1.3	90.6
XESP	7	1.2	91.8
XEDK	6	1.0	92.8
XHUG	6	1.0	93.8
XEAAA	5	.8	94.6
XEBA	5	.8	95.4
XHLS	5	.8	96.2
XHBIO	4	.6	96.8
XHDK	3	.5	97.3
XECCC	3	.5	97.8
XEJB	3	.5	98.3
XEPJ	3	.5	98.8
XEDKR	2	.3	99.1
XEBBB	2	.3	99.4
XHGEO	1	.2	99.6
XHLC	1	.2	99.8
XEUNO	1	.2	100.0
XEZJ	-	-	-
Total	605	100.0	100.0

Estaciones preferidas y estrato socioeconómico

El análisis de las diez estaciones más escuchadas nos proporciona otro índice característico de la radioaudiencia tapatía. Este es el de la correlación entre las preferencias por determinadas radiodifusoras con determinados estratos sociales. En efecto, a excepción de XEHL-FM, que obtiene un significativo nivel de preferencia en los cuatro estratos, se evidencia una clara reciprocidad entre la preferencia de algunos estratos con alguna de las estaciones.

Mientras que XHAV obtiene una mención significativa en los estratos A y B, e insignificante en C y D, XEHL, por el contrario, obtiene irrelevantes menciones en A y B, y de importancia en C y D. Por su parte, XEKB, XEHK y XEDKT, que ninguna mención obtuvieron en los estratos A y B, y con muy reducida preferencia en el estrato C, ubican su trascendencia en el estrato D, principalmente.

XETIA-FM, XEWK y XEAD alcanzan su mayor mención en los radioescuchas del estrato C.

CUADRO 2
Las diez estaciones preferidas
(estrato socioeconómico)

Estación	A	B	C	D	Total
XEHL-FM	5	21	36	47	109
XEKB	-	-	8	40	48
XEHL	1	2	14	18	35
XEHK	-	-	5	29	34
XHAV	5	13	6	5	29
XEDKT	-	-	2	24	26
XETIA-FM	-	-	14	9	24
XEWK	1	2	10	8	21
XEAD	-	3	12	5	19
XEBA-FM	1	2	8	8	19
Total	13	43	115	193	364

Estaciones preferidas por género

Otra característica de la radioaudiencia es la correlación que existe entre el género de los radioescuchas y algunas radiodifusoras.

Según el resultado de las encuestas, podríamos ubicar a las diez radiodifusoras más escuchadas en tres apartados: aquéllas que cuentan con una

audiencia que abarca ambos géneros (XEHL-FM, XEHL, XHAV, XEDKT y XETIA-FM); aquéllas con una audiencia preferentemente masculina, como la XEAD, que de los 19 radioescuchas que la seleccionaron, el 73.7% pertenecían al sexo masculino; y aquéllas con un auditorio preferentemente femenino como la XEWK y XEHL; destacando la XEKB, que fue seleccionada por un 75.0% de mujeres y en particular la XEBA-FM, con 19 radioescuchas del sexo femenino.

CUADRO 3
Las diez estaciones preferidas

Estación	Sexo femenino	Sexo masculino
XEHL-FM	47	62
XEKB	36	12
XEHL	24	11
XEHL	13	21
XHAV	13	16
XEDKT	10	16
XETIA-FM	15	9
XEWK	14	7
XEAD	5	14
XEBA-FM	19	-
Total	196	168

Estaciones preferidas por edad

Atendiendo a la edad, se aprecia una clara diferencia en relación con las inclinaciones hacia determinadas radiodifusoras por parte de los radioescuchas, de tal manera que los auditorios se perfilan en algunas ocasiones muy nítidamente.

En el caso de XEHL-FM y XHAV resulta evidente que cuentan con la preferencia del público menor de 20 años. En el campo contrario se encontrarían XEDKT, XETIA-FM, XEWK y XEAD, cuyo auditorio lo integran las personas mayores de 30 años. En el caso de XEKB observamos una situación de preferencia en el sector juvenil, ligeramente superior a la que tiene en los otros segmentos. Por su parte, XEHL y XEHL cuentan con una radioaudiencia que podríamos calificar de equilibrada, en cuanto se hacen presentes en todas las edades. Finalmente, XEBA-FM manifiesta tener un público entre los 20 y los 30 años.

En relación con el total de radioescuchas, la importancia de las diez radiodifusoras resulta por demás significativa. En ellas se concentran las

preferencias del 73.4% de la audiencia menor de 20 años; del 55.3% de la que fluctúa entre los 20 y los 30; y del 55.6% de la mayor de 30.

Aquí también se hace manifiesta la concentración de la radioaudiencia en unas cuantas estaciones. En el caso de los menores de 20 años, tres estaciones (XEHL-FM, XEKB y XHAV) son señaladas como preferentes por el 59.5%; en el segmento 20-30, cuatro estaciones (XEHL-FM, XEHL, XEKB y XEHL) concentran el 34.7%; y en el sector de los mayores de 30 años, cuatro estaciones (XEHLFM, XEDKT, XETIA-FM, y XEKB) son señaladas como preferidas por el 30.3%.

CUADRO 4
Las diez estaciones preferidas
(por segmentos de edades)

Estación	-20	20-30	30+	Total
XEHL-FM	61	25	23	109
XEKB	18	10	20	48
XEHL	9	10	16	35
XEHL	7	11	16	34
XHAV	15	8	6	29
XEDKT	1	2	23	26
XETIA-FM	-	3	21	24
XEWK	-	4	17	21
XEAD	-	7	12	19
XEBA-FM	5	9	5	19
Total	116	89	159	364

El radioescucha y el conocimiento del cuadrante

Ahora bien, la enunciación de las estaciones preferidas nos remitía a una elección por parte de los radioescuchas; sin embargo, nos interesaba también detectar el conocimiento que ellos tienen del cuadrante radiofónico y comprobar su capacidad para ubicar la estación de su preferencia.

Incluimos, entonces, al final de la encuesta una reproducción del cuadrante de la radio, y solicitamos a los entrevistados que señalaran en éste su estación elegida. La correlación entre la preferencia por una estación y el conocimiento de su ubicación nos permitiría reforzar la vinculación existente entre el escucha y la estación.

Del total de menciones (364) que obtuvieron las diez radiodifusoras preferidas, el 54.4% de los radioescuchas ubicaron acertadamente la estación. No obstante, existen diferencias considerables entre las diferentes estaciones.

Resulta notable, por ejemplo, que en el caso de la XEHL-FM, que además fue la estación que más menciones obtuvo, el 81.6% de sus escuchas la ubicaron correctamente. En las estaciones XHAV (58.6%), XETIA-FM (58.3%) y XEBA-FM (52.6%) la proporción entre sus oyentes que ubicaron correctamente la estación y los que no lo hicieron, arroja un resultado superior a los primeros. En las demás estaciones el resultado es menor al 50%.

Podría pensarse que la facilidad para identificar una estación en el cuadrante estaría relacionada con el nombre de la estación. En el caso de XEHL-FM Sonido 103, la ubicación se incluye en el nombre y de ahí podría derivarse el alto porcentaje obtenido. Sin embargo, esta suposición no se mantiene, si consideramos que XEKB Canal 14-10 también incluye su nombre y solamente obtuvo el 43.7% de identificación positiva en el cuadrante.

Tampoco el sexo parece tener una importancia decisiva en dicha correlación, ya que de las 329 veces en que las estaciones fueron correctamente identificadas en la muestra, 160 correspondieron a mujeres y 169 a hombres. Más bien se podría apreciar una correlación entre la edad de los radioescuchas y la identificación de la estación, ya que mientras el 62.0% de los menores de 20 años hacen una identificación positiva, solamente el 47.9% de los mayores de 30 años la realizan. En tanto, los que fluctúan entre los 20 y los 30 logran el 58.4%.

Una mayor correlación entre la preferencia y la ubicación lo evidencia el estrato social. Existe una clara diferencia entre los estratos de mayor nivel socioeconómico y los de bajos ingresos. Así, tenemos que la relación entre los radioescuchas que señalaron una estación preferida y los que acertaron en su ubicación en el cuadrante, en el estrato A es del 77.3%, en el estrato B del 69.7%, en el estrato C del 60.2% y en el estrato D del 45.4%. Esta consideración parece reforzarse si tomamos en cuenta la frecuencia radiofónica en que se ubica la estación seleccionada por los radioescuchas. Se aprecia una clara preferencia en los estratos A y B por estaciones ubicadas en la banda de Frecuencia Modulada; en el estrato C la diferencia entre AM y FM se reduce ostensiblemente; y en el estrato D la relación se invierte detectándose una clara inclinación por las estaciones que se localizan en la banda de Amplitud Modulada. Tenemos pues por resultado, que aunque entre los radioescuchas estudiados (364) existe un equilibrio casi total entre los que seleccionaron estaciones ubicadas en la banda de Amplitud Modulada (183) y los que optaron por alguna de Frecuencia Modulada (181), se puede observar que en tanto los que optaron por una estación de FM pudieron localizarla positivamente en el cuadrante (71.8%), de los que señalaron alguna de AM, solamente el 37.1% la ubicaron de manera correcta.

CUADRO 5
Las diez estaciones preferidas
(identificación en el cuadrante)

Estación	Menciones	Ubicación
XEHL-FM	109	89
XEKB	48	21
XEHL	35	15
XEHK	34	10
XHAV	29	17
XEDKT	26	8
XETIA-FM	24	14
XEWK	21	7
XEAD	19	7
XEBA-FM	19	10
Total	364	198

Algunas consideraciones generales en torno a la radioaudiencia

Los resultados globales que arrojan las encuestas nos permiten configurar un perfil de la radioaudiencia tapatúa a partir de las variables de estrato social, sexo y edad.

Con base en el estrato social encontramos una profunda similitud en todos ellos, en relación con su autodefinición como radioescuchas. La proporción fluctúa del 96% de los estratos A y B al 94.1%, y 94.2% en el C y el D respectivamente. Tampoco existe una diferencia notable entre los radioescuchas que no especificaron un canal preferido. En este caso los extremos son el estrato B con el 10.9%, y el C con el 6.5%. La diferencia más evidente se encuentra, como señalábamos anteriormente, en la identificación en el cuadrante de la estación seleccionada que va del 77.3% en el estrato A al 45.4% en el D.

En relación con el género, las características de los radioescuchas también son homogéneas; el 94.5% de las mujeres entrevistadas aceptaron escuchar la radio y el 94.8% de los hombres también lo hicieron. Una muy sutil diferencia podría encontrarse en aquellos que no especificaron la estación preferida, siendo menor en el caso de las mujeres, ya que de éstas solamente el 6.7% no seleccionaron estación, en contraste con el 10% de los hombres. En cuanto a la identificación en el cuadrante existe también una leve diferencia, sólo que en esta ocasión el 51.4% fue para las mujeres y el 57.1% para los hombres. Donde encontramos diferencia es en relación con la edad. Ahí se hace evidente una fuerte compenetración del sector juvenil con la radio.

Mientras que el 95.2% de los menores de 20 años especificaron la estación de su preferencia, 87% del sector 20-30 lo hicieron, y solamente el 81.2% de los mayores de 30 años realizaron la selección. A su vez, mientras que el 99.4% de los menores de 20 se declararon radioescuchas; sólo el 96.2% del sector 20-30 y el 91.2% de los mayores de 30 lo hicieron.

Se aprecia pues una evidente correlación entre la actividad de los radioescuchas y la edad. La radiofilia impacta fuertemente a los jóvenes y se va perdiendo a medida que la edad aumenta. Es significativo que el 8.8% de los mayores de 30 años confiesan no escuchar la radio.

En cuanto a la ubicación en el cuadrante, también el sector menor de 20 años alcanza el mayor porcentaje, ya que el 62% de los radioyentes realizan una identificación acertada, seguidos muy de cerca por 58.4% del sector 20-30, pero algo lejos del 47.9% de los mayores de 30 años.

Las diez estaciones preferidas y su oferta programática

Un acercamiento a algunas características de las diez estaciones preferidas en Guadalajara, nos permite perfilar el aspecto concerniente a las radiodifusoras.

De entrada, encontramos que siete de las diez estaciones pertenecen a alguno de los seis grupos que controlan el 61% de las estaciones concesionadas en Jalisco (Aceves 1988), distribuidas de la siguiente forma: tres pertenecen al grupo Radio Comerciales (XEHL-FM, XEHL y XEBA-FM); dos pertenecen a Corporación Activa (XEAD y XETIA-FM); una a Radio Grupo DK (XEDKT); y una a Núcleo Radio Guadalajara (XHAV); de las restantes, una pertenece a la división radio del consorcio Televisa, y las otras dos son empresas independientes. Se hace evidente el predominio de las estaciones vinculadas a la familia Díaz Romo —Grupo Radio Comerciales y Corporación Activa— sobre las demás.

Una constante que presentan las diez estaciones es que pertenecen a empresas cuya antigüedad se remonta a la década de los cuarenta; a excepción de XEWK y XEKB, que iniciaron sus transmisiones en la década de los cincuenta.

Pero resulta más interesante e ilustrativo analizar las características de la oferta programática de las diez estaciones. Una primera diferenciación entre las programaciones estaría determinada por el énfasis que imprimen las radiodifusoras en los contenidos de sus transmisiones. Así, tenemos que dos de ellas (XEWK La W de Guadalajara y XEAD Radio Metrópoli) se orientan hacia programas de corte informativo (entrevistas, comentarios deportivos, etcétera), mientras que las ocho restantes se encuadran en lo que se denomina como "radio-sinfonolas", es decir, que su programación se compone preferentemente de música. Una segunda diferenciación se podría establecer con base en la especificidad de sus contenidos. A partir de esto tenemos a dos

estaciones “especializadas” en música moderna en inglés y español, XEHL-FM Sonido 103 y XEKB Canal 14-10; otras dos enfocadas a la música popular (Los Bukis, Los Muecas, Los Jonics), XEHL La poderosa y XEHK La voz de Guadaluajara; dos más que integran el grueso de su programación con música de corte romántico, XETIA-FM Fórmula Melódica y XEBA-FM Estéreo Amor; otra se dedica a la difusión del rock, XHAV Superstéreo; y la última transmite exclusivamente música ranchera, XEDKT Radio Ranchito.

El conocimiento de las tendencias programáticas de las radiodifusoras nos permite aventurar algunas correlaciones; entre éstas, el gusto de los radioescuchas y las variables de estrato social, sexo y edad. En relación con el estrato social se puede apreciar que en cuanto a la música moderna en inglés y español, las estaciones XEHL-FM y XEKB se hacen presentes en los cuatro estratos sociales, aunque en los estratos A y B solamente se escucha la primera. Podría decirse que la XEKB es la versión “popular” de la XEHL-FM. La música popular difundida por la XEHL y XEHK encuentran su auditorio en los estratos C y D, aunque la última se hace más presente en el estrato D. El rock es la música preferida por los estratos A y B, en tanto la música ranchera es seleccionada por los radioyentes del estrato D. Las programaciones que se integran por baladas románticas, encuentran su auditorio en el estrato C principalmente, y ahí también se ubican los radioescuchas que prefieren los programas de tipo informativo.

En relación con el género se aprecia una identificación más hacia una estación determinada que al tipo de programación que difunde. Así, en el caso de las estaciones que transmiten música moderna, mientras que las mujeres, se inclinan por la XEKB, los hombres lo hacen por la XEHL-FM. Igualmente sucede con las que difunden música popular, aquí las mujeres indican la XEHL como su preferida, en tanto que los hombres optan por la XEHK. También en el caso de las estaciones que cuentan con una programación de formato de revista, como la XEWK que fue elegida por mujeres y la XEAD cuya elección fue realizada preferentemente por hombres. En el caso de la música rock, que difunde la XHAV, existe un virtual equilibrio entre los radioescuchas de uno y otro género, pero en el caso de la música ranchera que transmite la XEDKI, la audiencia se inclina hacia el sector masculino. Al contrario, las programaciones que se integran por música romántica (XETIA-FM y XEBA-FM), evidencian una preferencia arrolladora por parte de la radioaudiencia femenina.

En relación con la edad, los radioescuchas menores de 20 años se inclinan claramente por las estaciones que difunden música moderna en inglés y español (XEHL-FM y XEKB), y la estación especializada en rock (XHAV). Resulta significativa la completa ausencia en sus preferencias de las estaciones de corte informativo, la música instrumental, así como el que la música ranchera obtuviera solamente una mención. El auditorio que fluctúa entre los 20 y los 30 años se inclina también hacia las estaciones “sinfonolas”, aunque la

distribución de sus preferencias aparece menos concentrada. Aunque la música moderna es elegida entre sus favoritas por la XEHL-FM y XEKB, coexiste con la música popular, romántica, e incluso programaciones de corte informativo. Los rubros menos gustados son la música ranchera y la instrumental. Finalmente, el sector mayor de 30 años evidencia un mayor equilibrio en el gusto de programaciones de corte informativo y una disminución en las que difunden música romántica y rock. En este segmento se encuentra también el auditorio específico de la música ranchera (XEDKT).

CUADRO 6
Las diez estaciones preferidas
(características)

Siglas	KHZ	MHZ	Nombre
XEHL-FM		102.7	Sonido 103
XEKB	1410		Canal 14-10
XEHL	1010		La Poderosa
XEHK	960		La voz de Guadalajara
XHAV		100.3	Superstéreo
XEDKT	1340		Radio Ranchito
XETIA-FM		97.9	Fórmula Melódica
XEWK	1190		La w de Guadalajara
XEAD	1150		Radio Metrópoli
XEBA-FM		97.1	Estéreo Amor

Conclusiones

De este acercamiento exploratorio se desprenden indicadores interesantes sobre algunas características del fenómeno radiofónico en Guadalajara.

Sabemos ahora que casi la totalidad de la población tapatía conforma la radioaudiencia; que las determinaciones de estrato socioeconómico, género, y edad influyen de alguna manera en las preferencias de los radioescuchas, de tal forma que se observa una correspondencia entre determinados públicos y determinadas estaciones. Esta circunstancia permite la constatación de que no sólo existen estaciones a las que podríamos adjetivar desde el punto de vista de su audiencia como "juveniles" o "populares", sino que las hay también "para mujeres"; finalmente, sabemos que el radioauditorio no es una masa informe a la que se bombardea en forma indiscriminada, sino que éste tiene, en general, un conocimiento del cuadrante y una preferencia definida hacia alguna estación.

Por otra parte, los datos escuetos que aquí han sido presentados nos impelen, más allá de la evidencia de los hechos, a enfrentarnos con una serie de cuestionamientos que apuntan a situaciones de enorme relevancia en la radiodifusión tapatía.

La evidente concentración de la preferencia de los radioescuchas en unas cuantas estaciones nos remite a la pregunta del papel que asumen las estaciones restantes: ¿la programación —que abordamos de manera somera en este trabajo— juega o no un papel importante en esta concentración? Habría también que revisar la oferta programática del conjunto de las estaciones y su diversificación. Y, finalmente, cuestionar la utilidad social de aquellas estaciones que vegetan cual fantasmas en el cuadrante de la radio.

BIBLIOGRAFIA

- ACEVES, F. de Jesús (1988) "Radiodifusoras en Jalisco. Cuántas son...", *Revista Mexicana de Comunicación*, núm. 1, septiembre-octubre.
- UNAM (1971) *Encuesta nacional sobre radio y televisión*. Facultad de Comercio y Administración.
- INTERNATIONAL RESEARCH ASSOCIATES (1989) *El radiómetro de hogares y personas*. Guadalajara: INRA Mexicana, marzo.
- MACKAY, Lamar (1974) *Uso de los medios de comunicación colectiva en Guadalajara*. Guadalajara: UAG.
- Microplaneación de la Enseñanza Media Básica en el Area Metropolitana de Guadalajara*. Guadalajara: Instituto de Asentamientos Humanos de la Universidad de Guadalajara.