

**SOBRE EL TRAYECTO CAMINADO. ALGUNAS REFLEXIONES
FINALES.**

Sobre el trayecto caminado. Algunas reflexiones finales.

Los actuales estudios sobre la recepción no son casuales. Llevan en sí toda una trayectoria histórica que le dan una pertinencia y vigencia actual al desarrollo tanto de la teoría como de la investigación de la comunicación en América Latina.

Desde hace unas décadas los estudios de comunicación se caracterizan por una franca crisis que la han cargado, por un lado, de tensiones, conflictos y contradicciones, pero que por otro lado han permitido un amplio, rico y abundante despliegue de enfoques, métodos y objetos de estudio nunca antes visto (Fuentes Navarro 1991).

No está de más decir que la crisis no es privativa de los estudios de la comunicación, sino que es una crisis más amplia y general, y que en América Latina se da con sus especificidades propias (Brunner 1989). Josep Picó, cuando habla del debate teórico de la condición de la post-modernidad, expresa:

El ámbito de este debate se enmarca en una conciencia generalizada del agotamiento de la razón, tanto por su incapacidad para abrir nuevas vías de progreso humano como por su debilidad teórica para otear lo que se avecina.

Y más adelante:

Entramos así en un terreno oscuro, donde las seguridades se pierden, los conceptos se hacen resbaladizos y las salidas a la luz se vislumbran. Cada estudioso toma su camino y se inicia tímidamente en el de otros tratando de sentar las bases de su propio descubrimiento y trazar puentes para la comprensión de los demás (Picó 1988).

Las ciencias sociales en general han resentido esta crisis y prácticamente ningún edificio teórico y analítico ha dejado de ser cuestionado. Fernando Castañeda expresará que esta crisis de las ciencias sociales no es una cuestión eminentemente de método, sino de "la forma en que las ciencias sociales se han comprometido con los proyectos sociales y es la crisis de estos proyectos" (Castañeda 1987).

Esta misma situación se dejará sentir en los estudios de comunicación, y con una gran fuerza en América Latina, donde, como lo ha dicho Jesús Martín Barbero, las geografías y delimitaciones teóricas se desdibujan, los instrumentos y métodos de análisis se revelan incapaces tanto para seguirle la pista a los nuevos procesos sociales como para hacer propuestas concretas para la operación de los medios en nuestras sociedades

Estas últimas décadas han sido toda una trayectoria (aún sin concluir) de re-visión y re-valoración de la episteme misma del conocimiento, de lo social y lo comunicacional.

Armand y Michéle Mattelart (1989) han expresado que se hubo de esperar a esta crisis para reconocer la dimensión de la recepción como un problema clave y decisivo para entender las nuevas dinámicas sociales y culturales que desde la comunicación tienen su lugar. Es decir, se que reconoce y se apuesta a que los estudios de la recepción permiten una comprensión, nueva, rica, con toda su complejidad auestas, no sólo de cómo trabajan los medios, sino cómo lo hacen en nuestras sociedades a partir de procesos históricos específicos y de las matrices y dinámicas culturales que ahí se dan cita.

La radio.

El interés por estudiar la radio ha estado en función de las plataformas de análisis con las que se trabaja. Desde los inicios de los estudios de la comunicación en Norteamérica, la radio cobró un destacado lugar en las agendas de las investigaciones ya que se le asumía como uno de los protagonistas principales en las tres áreas que menciona Paul Lazarsfeld (1982) como las primeras preocupaciones de los investigadores.

Conforme se desarrolla esta perspectiva teórica y aparece la televisión, la radio será relegada y dejará de incluirse de las agendas prioritarias de investigación. El traslado de esta perspectiva teórica a América Latina y la aparición de otros paradigmas emergentes, provocarán, por un lado, una indiferencia hacia la radio que se manifestará de variadas formas, desde la ignorancia y minimización total hasta la agresión y descalificación por su carácter predominante y eminentemente comercial; por otro lado, también se verán posturas que a partir de un enfoque de estudio de la radio, se generaliza y se "supone" todo el fenómeno, donde simplemente se dejan de trabajar aspectos sutiles y decisivos a partir de estereotipos y supuestos.

Al ser seriamente cuestionados estos paradigmas y al empezar a trabajar desde las mediaciones, a la comunicación como cuestión de cultura y, por tanto, del reconocimiento de "re-ver el proceso entero de la comunicación desde su otro lado, el de la recepción, el de las resistencias que ahí tienen su lugar, el de la apropiación de los usos sociales" (Martín Barbero 1987), se recupera la importancia de la radio, de la radio

comercial, la que oyen desde hace muchas décadas y más tiempo cada día las sociedades latinoamericanas, y que se convertirá en uno de los más notables esfuerzos para el estudio de las políticas, industrias y culturas populares de Latinoamérica (Martín Barbero 1989). Jesús Martín Barbero resume que la investigación en América Latina sobre la radio no es "para determinar 'quién oye y qué y a qué horas' sino para comprender cómo se inscriben las matrices culturales-lo popular de la radio, y no simplemente en los discursos sino en la estructura misma del medio, aquella que le confiere oralidad-coloquialidad, compatibilidad con otras labores. Por otra parte, interesa el papel de la radio hoy en nuestras sociedades, tanto como activadora de memorias e imaginarios como creadora de redes de sociabilidad y nuevas identidades sociales segmentadas a partir de músicas y lenguajes. Dentro de matrices culturales orales, narrativas, como la nuestra, la radio conecta de una manera más proxima con lo cotidiano que los medios escritos señalándonos esas circularidades que nos mueven día a día entre la racionalidad informativa, instrumental, generalizante, del teorema y la expresión simbólica sentimental, situacional de los ejemplos" (Martín Barbero 1987 a).

Si bien de unos años a la fecha en México se habla de un "reencuentro con la radio" lo que ha provocado en algunas cuantas ciudades del país un "despertar de la radio" y que se refiere, por el lado de los radiodifusores, en ofrecer una programación más cercana a la vida diaria de los oyentes, más dinámica y con más atractivos, y por el lado de los investigadores de entender lo que sucede en la radio, llama la atención que poco se ha atendido, y se atiende, a lo que sucede con los receptores. No es sólo que

las nuevas plataformas lo señalan y resaltan la importancia de estudiarlo, sino que en nuestras sociedades se habla, y se dice que desde que apareció, es el medio " más popular", es decir, el que está más cerca de la mayoría de los individuos de nuestro país diariamente; el que se ha transformado junto con nuestras sociedades a lo largo de las décadas; el que se "adapta" mejor no sólo a nuestra cultura, predominantemente oral, también a nuestras percepciones y sensibilidades, a nuestras memorias e identidades; uno de los medios de más fácil acceso y manipulación por parte de las mayorías y por un público eminentemente joven como todo indica que somos.

La radio desde la cultura.

A lo largo del trayecto de investigación la radio se nos descubre como un medio amplio, intrincado, de múltiples ramificaciones y conexiones, complejo. En su diario hacer y rehacer aparece a primera vista como un "aparato" pequeño, sencillo y casi insignificante, como si la vida no pasara por ahí. Y sin embargo, la radio se nos revela con una fuerte presencia entre nosotros a través de una ya larga vida, con una vitalidad que asombra a cualquiera, con una capacidad de transformarse y adaptarse no sólo a las incesantes mutaciones económicas, políticas y culturales de nuestros países, sino en cualquier situación de la vida diaria de cada sujeto social. La radio es el cruce de múltiples mediaciones: no sólo es ella misma una mediación, sino que forma parte de una metamediación mayor al mediar lo ya mediado por otras instancias y, a la vez, ser mediado por ellas.

Nuestra apuesta al investigar los contextos de recepción radiofónica ha sido la de empezar a explorar un terreno que, consideramos, puede dar más luz al conocimiento del fenómeno radiofónico y que, además de que es poco conocido sobre todo en nuestro país, es uno de los focos decisivos del fenómeno en su diario trabajar con y a través de los distintos grupos sociales.

Partir desde la cultura nos ubica en los lugares sociales donde se da la relación de unos sujetos social e históricamente ubicados y una radio históricamente conformada: la vida diaria, la vida cotidiana, formada por las distintas situaciones de los sujetos a partir de tiempos, espacios y acciones que se desarrollan, se entrecruzan, dialogan o discuten y esto se hace a partir de distintas formas de relación social, de habilidades, de competencias, de valores, percepciones, de objetos, de lenguajes y representaciones, actitudes y comportamientos que son sus formas de hacer y de ser, sus marcos de referencia y de identidad, su cultura.

La vida cotidiana es vista como el principio organizador de las situaciones de los distintos grupos sociales. La vida cotidiana se conforma por situaciones primarias (las necesarias y básicas para la sobrevivencia del grupo y su continuidad) y situaciones secundarias (que apoyan la continuidad del grupo) y se dan porque organizan las temporalidades, los espacios y las acciones de ciertos sujetos que interactúan por un fin. Si bien hay una temporalidad, un espacio y una acción que organiza la situación, esto no impide que se den cita otras temporalidades, espacios y acciones simultáneamente. La vida cotidiana, al ser fragmentación y reiteración, requiere de una organización que permita cumplir los

objetivos y que permita la continuidad, pero lo cotidiano es también el mundo de lo espontáneo, de lo subjetivo. Así, partimos de que en las situaciones que nos interesan por lo menos se da el encuentro de dos lógicas que cohabitan (a veces con gritos, tensiones y golpes, a veces con complicidades y silencios que otorgan): los tiempos, espacios y acciones productivas, y las subjetivas.

Para llegar a la radio.

La radio se inserta a lo cotidiano a través de un doble mecanismo: se le escucha en un lugar, en un momento y mientras se hace algo, es decir, se inserta y se "integra" a las situaciones cotidianas; pero la radio colabora a organizar las distintas situaciones cotidianas ya que trabaja, también, a partir del mecanismo de la reiteración y el fragmento, con lo cual la radio conecta, regula, activa, las lógicas productivas y subjetivas de los sujetos.

Pero la radio se inserta a la vida cotidiana a través de un proceso histórico de recepción. Es decir, no basta entender que la radio trabaja a partir de modelos programáticos donde cada estación transmite un género musical para "segmentar" al público, sino que al hacerlo generan lo que Cristina Mata (1988) llama "modelos de identificación y pautas comunicativas y culturales". Es decir, las estaciones no sólo presentan un contenido que es consumido porque agrada (el modelo de programaciones en el país es actualmente es relativo porque muchas estaciones programan lo mismo) sino que es una "institución con historia" y, algunas, sobre todo las que mantienen sus perfiles programáticos bien definidos, trabajan con

ciertos géneros musicales que también poseen una "historia" y que no es otra cosa que, tanto la estación como cada género, han generado mecanismos y pautas de reconocimiento en los distintos sujetos.

Entonces, no todos los receptores son iguales, sino que se hacen receptores de diferente manera de acuerdo a el lugar social que ocupan, las situaciones que viven día a día, sus pautas culturales y el proceso histórico de recepción que se ha dado a través de ciertas estaciones y las pautas comunicativas y culturales que han sedimentado. Además, es necesario reconocer que los receptores se hacen tales en un proceso biográfico, por lo que la recepción de cada grupo social también tiene una "historia", por lo que debemos de hablar de la recepción como un "proceso" y del receptor como una biografía que se re-hace día a día.

Es en los contextos de recepción, es decir, en las distintas situaciones, cuando el proceso de recepción y la biografía del receptor se actualizan en formas de hábitos, tendencias, patrones de actuar y de ser en los momentos en que se escucha a la radio. Para nosotros, la forma como se organizan las situaciones (que actúan como contextos de recepción) determina la "actualización" y plantea los usos sociales de la radio por parte de los sujetos que están en esos contextos (al tener un rol cada uno y al darse ciertas relaciones sociales entre ellos). Así, partiendo de un grupo social con características socio-culturales comunes, es decir, visto como una subcultura, y asomándonos a las mismas situaciones pero con distintas formas de organización, podemos ver cómo actúan los contextos de recepción y los usos posibles de la radio.

Las biografías radiofónicas.

Los usos sociales de la comunicación, entendidos como "los hábitos de consumo de comunicación social que caracterizan a los distintos grupos" (Martín Serrano 1982), no son otra cosa sino las "tendencias activas" por las cuales un grupo de individuos actualiza su relación con algún medio.

Para nosotros esto significa que son el modo como la "biografía radiofónica" se actualiza dentro de un marco contextual. Esto nos lleva a concluir que la relación con la radio se da a través de una dinámica que implica una continuidad (una permanencia, un proceso, una historia, una cultura) y una diferencia (un cambio, un momento, una situación). En este sentido, hemos de pensar que de acuerdo a como un grupo social configura su "biografía radiofónica" y como organiza y vive su vida cotidiana, se dará un tipo de relación del receptor con la radio y sus usos posibles.

En el caso de los obreros de calzado de León, Gto., la familia no es únicamente el núcleo que facilita y enmarca el "oficio", sino que de ahí parte y regresa la "biografía radiofónica", es decir, son los marcos que darán las bases de las continuidades en su relación con la radio. No por nada la mayoría de los obreros iniciaron a escuchar la radio antes de los ocho años (antes de iniciarse formalmente en el "oficio") y la mayoría de los obreros tiene varios años escuchándola como una práctica continua y habitual. No debe sorprendernos que a prácticamente a todos les guste escuchar la radio, simplemente es una parte constitutiva de su vida, de su ser social.

La mayoría de las investigaciones que estudian los hábitos radiofónicos

de distintas poblaciones del país llegan a la conclusión de que la mayoría de la población se expone diariamente a la radio durante varias horas. Nosotros encontramos que los obreros también lo hacen a lo largo de todo el día, y esto quiere decir que lo hacen en las distintas situaciones cotidianas, y ahí esta una significativa diferencia: en cada situación se escucha un tiempo considerable, pero varía la cantidad de horas y la forma como lo escucha. Esto es poco reconocido y, sin embargo, muy importante.

El equipamiento es básico y fundamental para que se de la escucha de la radio. Al ser parte integrante de su vida diaria, la mayoría de los obreros se equipan con uno o más aparatos, lo cual les permite no sólo escuchar la radio, sino hacerlo de algún modo y en algún lugar. La mayoría de los estudios tienden a considerar la escucha a partir de dos factores: si en la relación el receptor está solo o acompañado y si la radio está estática o en movimiento. Nosotros creemos que, de entrada, el tipo de aparato permite que se de alguna (s) de esas características, por lo que dependiendo, en mucho, del tipo de equipamiento y de la situación, se dará un tipo de relación. Sea con un aparato o con varios (que se equipe con varios para usos distintos), no hay una relación, sino múltiples relaciones a lo largo de las distintas situaciones y en cada una de ellas. Aparatos como modulares y consolas en el hogar y con los amigos que nos da una relación fija tanto individual como grupal, mientras que la radiograbadora, por sus múltiples posibilidades (fija, móvil, individual, grupal) conecta a las diferentes situaciones, pero de diferente manera.

Algo similar ocurre con los contextos de recepción (vistos desde los hábitos) dentro de las tres situaciones: no hay una forma de escuchar, sino

varias formas de hacerlo, tanto al interior de cada una como entre ellas. Y no sólo eso, no hay un límite que separe de manera precisa las tres situaciones. Por ejemplo, las actividades que hacen simultáneamente mientras se escucha a la radio. En la casa se trabaja, se descansa; en el trabajo se platica (además de trabajar); con los amigos se descansa y platica. ¿Dónde termina y dónde empieza la casa, el trabajo, los amigos? Si bien cada situación implica la exclusión de algo, también se implican y se incluyen. Y la radio las cruza a las tres.

La radio no sólo es un aparato y una relación de espacios, momentos, compañías y acciones simultáneas. Es una implicación y relación con lo que se escucha. Por lo general se toma a la radio como un simple y sencillo "fondo musical", ya que la radio, desde que la radio es radio en México, transmite casi casi sólo música y el receptor, por lo mismo, sólo quiere escuchar música. Nosotros pensamos que la música no es nada más un pretexto para no estar solo y pasar el rato (habría que preguntarse por qué la gente tiene que pasar ratos diariamente) y ser fondo de actividades y conversaciones. La música significa una relación a partir de emociones, sentimientos, recuerdos, memorias, de presencias y ausencias que califican y descalifican lo que se escucha. Recordemos, la música no se limita a estar en la radio, está en la vida misma. Los obreros no escuchan cualquier música, sino su música. No cualquier música en cualquier situación es fondo musical, sino que lo es sólo desde su mundo (familiar, laboral, etc...) desde donde la dejan hacer (Alfaro 1987) y al dejarla hacer desde su mundo, ellos hacen con ella. No por nada las implicaciones son las mismas, pero varían en cada situación.

Así como se reconoce la naturaleza heterogénea del receptor (González Molina 1991), creemos que es necesario pensar en una relación heterogénea de los actos de recepción a lo largo del día, todos los días, a través de la dinámica de la continuidad y la diferencia, y la manera como se organizan y se dan los contextos de recepción son definitivos para una mayor o menor heterogeneidad de la relación y de los usos de la radio.

Los contextos de recepción.

La actualización de las biografías radiofónicas se dan dentro de un contexto de recepción, y donde al imprimir una determinada dinámica, determinan la forma como se da la relación y, por lo tanto, los usos posibles de la radio. Esto nos hace pensar varias cosas:

Uno, los contextos están en función de los elementos que los constituyen, en la organización que sufren y las relaciones sociales que ahí se dan. Es decir, **los contextos se organizan.**

Dos, los elementos, las organizaciones y las relaciones pueden cobrar múltiples variables, sin embargo, la experiencia nos dice que hay algunos elementos fundamentales que tienden a conservar rasgos comunes, por lo que podemos hablar de patrones de los contextos de recepción y de usos de la radio durante las jornadas de trabajo de los obreros de calzado.

Tres, no descartamos que puedan haber otros usos sociales de la radio por parte de los obreros de calzado mientras trabajan. Simplemente nosotros nos concentramos en dos: los estructurales y los relacionales. Y, nuevamente, ya proponer, y encontrar, que la radio cumple funciones tanto

estructurales y relacionales, es proponer que la radio, es más que un fondo musical.

Cuatro, no descartamos que otros grupos de obreros tengan tanto "biografías radiofónicas" similares y que las situaciones se organicen con las mismas lógicas y dinámicas y que, por tanto, se den similares usos de la radio. Creemos que en esos otros obreros estas factores influyen de manera significativa, pero nos es difícil generalizar si lo hacen de la misma manera.

La organización de las situaciones a través de los espacios, los tiempos y las acciones dará a los distintos actores un rol que cumplir; pero también se darán relaciones a través de identidades (nosotros, ustedes, los obreros y los patrones) a través de distintos mecanismos (disciplinas, presencias y ausencias, encargados, etc...) y objetos (la radio)

En la base de la organización de los espacios y de las relaciones entre los obreros están los usos relacionales de la radio. Aspectos como las características del espacio y sus condiciones, la cantidad y ubicación de los obreros, las actividades que cada uno tiene que realizar y las características de la disciplina que se ponen como " reglas del juego " en cada empresa para trabajar, por un lado, y por el otro al tipo de aparato con el que se escucha a la radio, la ubicación espacial donde se le ubica y el dueño, determinan en alto grado el tipo de relación de los obreros con la radio, por un lado, y si la radio permite un acercamiento, físico y/o efectivo con algún (os) obrero (s), tipo de escucha (indiv., grupal) relaciones físicas, contactos emotivos.

En este punto es determinante la posesión del aparato (que ya en sí

estriba, por un lado la actitud de la empresa si permite que el obrero la lleve o ella lo pone, y por el otro, una actitud grupal donde los obreros acceden a que uno lo lleve o que quien quiera lo lleve) ya que eso determina la relación con los obreros y la radio y sus contenidos. La ubicación centralizada (por que se ubica junto al dueño) es un punto de donde parten los contenidos y del que retornan en forma de identidades que se comparten, mientras que la ubicación extendida (por que se pone en un lugar accesible para todos) de ahí parten y retornan las diferencias, las separaciones y los conflictos.

En la base de la organización de las temporalidades y de las acciones que se dan en cada empresa están los usos estructurales de la radio. En este punto aspectos como la forma como la empresa delimita su horario de trabajo, la cualidad de las relaciones entre los obreros y entre estos y la empresa, la rigidez de las medidas disciplinarias y por otro lado el acceso y control de la radio, determina si la radio ayuda a organizar los tiempos de la empresa (desde que acompaña y delimita los momentos laborales, hasta subrayar momentos específicos) o a regular, generar y/o reflejar los ambientes laborales.

A través de los usos estructurales y relacionales en las jornadas de trabajo, la radio colabora a organizar las acciones, a acompañar y a delimitar, a regular o generar ambientes de trabajo y conecta y desconecta, une y desata, es fuente de integración (física, emotiva) con los contenidos y con los compañeros, pero también puede ser fuente de rechazo, contradicción y separación.

Al ser parte de la vida de los obreros, la radio es igual de compleja, heterogénea, contradictoria y clara a la vez; a ratos emoción y pasión,

intensidad e inercia, gozo y asombro, aburrimiento y mentada, discurso ideológico y recuerdo, imposición y complicidad. La radio es igual de heterogénea que el hombre cotidiano (Heller 1985).

Creemos que este trabajo ha dejado poco y mucho sobre el conocimiento de la recepción radiofónica.

Poco, porque en su carácter exploratorio ha buscado, encontrado y descrito algunos elementos que empiezan a dar luz para tener un conocimiento más completo y sistemático. Mucho porque ha empezado a trabajar lo hasta ahora poco trabajado y porque, al señalar lo amplio, ancho y lo ajeno que nos es el fenómeno de la recepción radiofónica, cobramos conciencia de ello. Eso, pensamos, es un paso enorme.

BIBLIOGRAFIA

BIBLIOGRAFIA:

- ACEVEDO, Martha y Et. Al. (1985). **La radiodifusión en México.** Méx., UAM-X
- ACEVES, Francisco (1991). "Las estaciones preferidas de los radioescuchas tapatíos" en Aceves, F y Et. Al (comps.), **Radiodifusión regional en México. Historias. Programas. Audiencias.** Guadalajara, Univ. de Guad.
- AGUILAR Camín, Héctor (1987). **Después del Milagro.** Méx., Ed. Cal y Arena.
- (1986). "El canto del futuro" en **Nexos** No. 100
- ALFARO, Rosa Ma. (1987). "La pugna por la hegemonía cultural en la radio peruana" en **Diálogos de la Comunicación** No. 18
- (1985) "Modelos radiales y proceso de popularización de la radio" en **Contratextos** No. 1
- ALVARADO, Nelly (1987). "Los efectos radiofónicos en una comunidad purépecha", Tesis UIA, México.
- ARRIAGA, Patricia (1980). **Publicidad, economía y comunicación masiva.** Méx., Ed. Nueva IMagen.
- ARREDONDO, Pablo (1989). "Las contradicciones de nuestra radio" en **Revista Mexicana de Comunicación**, No. 7
- ARREDONDO, Pablo y Sánchez R., Enrique (1986). **Comunicación Social, Poder y Democracia.** Guadalajara, Univ. de Guadalajara.
- ARNHEIM, Rudolph (1980). **Estética radiofónica.** Barcelona, G. Gili.
- AUGE, Marc (1987). **El viajero subterráneo.** Argentina, Ed. Gedisa.
- BALMES, A. y Et. Al (1982). "Proyecto de programación de una radiodifusora en la ciudad de Campeche", Tesis UIA, México.
- BARRIOS, Leoncio (s/f). **Televisión, telenovelas y vida cotidiana en el contexto de la familia.** Caracas, Univ. Central de Venezuela.
- BARTHES, Roland (1986). **Lo obvio y lo obtuso.** Barcelona, Paidós.
- BONFIL, Guillermo (1991). **Pensar nuestra cultura.** Méx., Alianza Ed.
- BRENNAN, Juan Arturo (1988). **Cómo acercarse a la música.** Méx., Plaza y Valdéz-SEP-Gob. de Querétaro.
- BRUNNER, José (1987). "Notas sobre la modernidad y lo post-moderno en la cultura latinoamericana" en **David y Goliath** Núm. 52
- BUENAVENTURA, Juan Guillermo (1990). "La programación radial: palimpsesto y mapa de la cultura urbana" en **Diálogos de la Comunicación** No. 26
- CALLEJA, Margarita (1984). "Dependencia y crecimiento industrial: las unidades domésticas y la producción de calzado en León, Gto." en **Relaciones** No. 17

- CAÑIZALES, Andrés (s/f). "América Latina: utopía y comunicación (entrevista con Michéle y Armand Mattelart)" en **Comunicación** No. 62
- CASTAÑEDA, Fdo. (1987). "La crisis de la epistemología" en **Revista Mexicana de Sociología**, 1/87
- CAZENEUVE, Jean (1967). **Sociología de la radio y la televisión**. Buenos Aires, Paidós.
- CEBRIAN Herreros, Mariano (1983). **La mediación técnica de la información radiofónica**. Barcelona, Ed. Mitre.
- CAPSAC (s/f). "Informe sobre la influencia que la radio ejerce en una comunidad indígena: Xoxocotla, Morelos" . Méx., Fotocopias.
- CERTAU, Michéle (1987). "La invención de lo cotidiano" en **Espacios** No. 11
- CONTRERAS, José Miguel (1988). "Estrategias de las grandes cadenas de radio" en **Telos** No. 14
- CORNEJO, Inés (1991). "Presencia de La Voz de la Mixteca en la comunidad receptora de Tlaxiaco-Oaxaca" en Aceves y Et. Al. (comps.). **Radiodifusión Regional en México. Historias. Programas. Audiencias**. Guad. , Univ. de Guad.
- CHARLES, Mercedes (1989). "Los medios en la construcción de la cultura de los jóvenes" en **Diálogos de la comunicación** No. 25
- DALLAL, Alberto (1986). **El dancing mexicano**. Méx., SEP- Ed. Oassis. Col. Lecturas Mexicanas, 1a serie, No. 70
- DOUGLAS, Mary y Baren, Isherwood (1990). **El mundo de los bienes. Hacia una antropología del consumo**. Méx., Ed. Grijalbo-CNCA, Col Los Noventa.
- ECO, Umberto (1981). **Lector in Fábula**. México, Lúmen.
- EDWARDS, Paula (1986). "De la educación para la TV a la Recepción Crítica" en Fuenzalida (ed.) **Educación para la comunicación televisiva**. Chile, CENECA.
- ESTRADA, Margarita (1988). "Vida cotidiana y reproducción de la fuerza de trabajo. San Juan Bosco: una colonia en León" en Bazán, L. y Et. Al., **La situación de los obreros de calzado en León**. México, Ed. La Casa Chata.
- FUENTES Navarro, Raúl (1991). **La comunidad desapercibida**. Guadalajara, ITESO-CONEICC
- FOUCAULT, Michele (1984). **Vigilar y Castigar**. Méx., Ed. Siglo XXI.
- (1979). **Microfísica del poder**. Madrid, Ed. La Piqueta
- FUENZALIDA, Valerio (1988). "Modelos de la recepción de mensajes" en **Chasqui** No. 27

- (1987). "La influencia cultural de la TV" en **Diálogos de la Comunicación** No. 17
- (1986). "Ambitos y posibilidades de la recepción activa" en Fuenzalida, V. (comp.), **Educación para la recepción televisiva**. Chile, CENECA.
- (1984). **Televisión-padres-hijos**. Chile, Ed. Paulinas.
- (s/f). "Televisión desde la recepción" en **Comunicación**.
- GALINDO, Jesús (1991). **La mirada en el centro**. Guad., ITESO. Col Huella
- (1987). **Organización social y comunicación**. Méx., Ed. Premiá.
- GARCIA Camargo, Jimmy (1980). **La radio por dentro y por fuera**. Quito, CIESPAL
- GARCIA Canclini, Néstor (1992). "Hibridez y Modernidad. Conversaciones con Nestor García Canclini" en **Umbral XXI**
- (1991). "El consumo sirve para pensar" en **Diálogos de la comunicación** No. 30
- (1987). "Ni folklórico ni masivo: ¿qué es lo popular?", en **Diálogos de la comunicación** No. 17
- (1982). **Las culturas populares en el capitalismo**. Méx., Ed. Nueva Imagen.
- GOMEZ Vargas, Héctor (1991). "La radio en León: el guiño del ojo" en **Andanzas** No. 2
- (1991a) "Notas sobre la historia de la radio comercial en León, Gto.", en Aceves, F. y Et. Al. (comps.), **La Radiodifusión Regional en México. Historias. Programas. Audiencias**. Guad., Univ. de Guad.
- GONZALEZ, Jorge (1986). **Cultura (s)**. México, Univ. de Colima-UAM-X
- (1988). "Los sistemas de comunicación social (ideas sueltas para ponerle un cascabel al gato)" en **Estudios sobre las culturas contemporáneas**, No. 7
- (1987). "Frentes Culturales. Culturas, mapas, poderes y lucha por los sentidos legítimos de la vida" en **Estudios sobre las Culturas Contemporáneas** No 3
- GONZALEZ Cabral, Gregorio (1977). "Sobre la radio" en **Cuadernos de Comunicación** No. 22

- GONZALEZ Molina, Gabriel (1990). "Publicidad y propaganda: reflexiones sobre la naturaleza heterogénea de la recepción" en **Diálogos de la comunicación** No. 27
- (1991). "La heterogeneidad progresiva de la recepción: una hipótesis en vías de documentación empírica", en **Telos** No 25
- GRAWITZ, Madelaine (1984). **Métodos y técnicas de las ciencias sociales**. Méx., Editia Mexicana. Tomo 2
- GUERRA, Ma. Margarita (1978). "Perfil sociocultural del taxista de la ciudad de México. Investigación por encuesta para la creación de un programa radiofónico", Tesis UIA, México.
- GUEVARA Niebla, Gilgerto (1991). "Encuestalia: Los mexicanos ante la educación" en **Nexos** No. 159
- (1991 a). "Encuestalia: México: ¿un país de reprobados?" en **Nexos** No. 162
- HELLER, Agnes (1987). **Teoría de los sentimientos**. Méx., Ed. Fontamara.
- (1985). **Historia y vida cotidiana**. Méx., Grijalbo.
- HERMOSILLA, Ma. Elena (s/f). **Explorando la recepción televisiva**. Chile, CENECA-CENCOSEP
- HERNANDEZ Padilla, Ma. Luz (1986). "La mujer maquiladora en la industria del calzado", tesis en Sociología, UIA, México.
- HOGGART, Richard (1990). **La cultura obrera en la sociedad de masas**. Méx., Ed. Grijalbo.
- JUAREZ, Rosa E. (1989). "Los medios masivos y el estudio de la recepción" en **Renglones** No. 15
- KAPLUN, Mario (1978). **Producción de programas de radio**. Quito CIESPAL.
- KATZ, E.; Blumler, G y Guveritch, M. (1982). "Usos y gratificaciones de la comunicación de masas", en de Moragas, M. (comp.), **Sociología de la comunicación de masas**. Barcelona, G. Gili.
- KLAPPER, Joseph (1975). "Los efectos sociales de la comunicación de masas" en Schramm, W. (comp.), **La ciencia de la comunicación humana**. Méx., Ed. Roble. 5a edición.
- (1974). **Efectos de la comunicación de masas**. Madrid, Ed. Aguilar.
- LABARTHE, Ma. de la Luz (1978). **La industria del calzado generada en el área urbana de la ciudad de León**. Fotocopias.

- (s/f). "León, Gto., el surgimiento de una ciudad industrial (segunda mitad del siglo XIX-1926) en Norcentro, El Colegio del Bajío, No. 1 y 2
- LAZARFEL, Paul (1982). "Pronóstico para una investigación de las comunicaciones internacionales" en Moragas, M. (ed.), **Sociología de la Comunicación de Masas**. Barcelona, G. Gili. 2a Ed.
- LUCKMAN, T. y Berger, P. (1979). **La construcción social de la realidad**. Buenos Aires. Ed, Amorrourtu.
- LLANO, Serafina y Morales, Oscar (1984). **La radiodifusión en México**. Méx., CTI
- MACHIAVELO, Miguel Angel (s/f). "Diagnóstico de la radio en León" Reporte de investigación del Dpto. de Ciencias Humanas de la UIA, Plantel León.
- MARTIN Barbero, Jesús. (1990). "Comunicación, campo cultural y proyecto mediador" en **Dialogos de la Comunicación** No. 26
- (1990 a). "De los medios a las prácticas" en Orozco, G., **La comunicación desde las prácticas sociales**. Méx., UIA. Col. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales No. 1
- (1989). "Panorama bibliográfico de la investigación latinoamericana en comunicación: 1985-89", en **Telos** No 19
- (1988). "Crisis en los estudios de comunicación y sentido de una reforma curricular" en **Diálogos de la comunicación**. No. 19
- (1987). **De los medios a las mediaciones**. Méx., G. Gili
- (1987 a). "Televisión, melodrama y vida cotidiana" en **Signo y Pensamiento** No. 11
- (s/f). **Procesos de comunicación y matrices de cultura**. Méx., G. Gili-Felafacs.
- MARTIN Serrano, Manuel (1985). **La producción de comunicación social**. Méx., Cuadernos del CONEICC.
- (1982). **El uso de la comunicación social por los españoles**. Madrid, Centro de Investigaciones Sociológicas.
- MATA, Cristina (1991). "Comunicación masiva y cultura masivas. Algunas pistas para la reflexión" en **Comunicación** No. 74
- (1991 a). "Radio: memorias de la recepción" en **Diálogos de la comunicación** No. 30

- (1988). "Radio y públicos populares" en **Diálogos de la comunicación**, No. 19
- MATTELART, Michéle y Armand (1991). "Recepción: el retorno del sujeto" en **Diálogos de la Comunicación**, No. 30
- (1989). **Pensar sobre los medios**. Méx., UAM-X
- MIER, Raymundo (1987). **Radiofonías: hacia una semiótica itinerante**. Méx., UAM-X
- McQuail, Denis (1991). **Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas**. Méx., Ed. Paidós. 4a reimpresión.
- MOLES, Abraham y Rohmer, E. (1972). **Psicología del espacio**. Madrid, Ed. Ricardo Aguilera.
- MORIN, Edgar (1981). "El espíritu del valle" en **El Método. La naturaleza de la naturaleza**. Madrid, Ed. Cátedra.
- MUÑOZ, Verónica (1989). "Análisis de la radiodifusión comercial en León, Gto., su programación y sus efectos" Tesis Univ. del Bajío.
- NIETO Calleja, Raúl (1988). "Espacio Laboral y trabajo" en Bazán y Et. Al., **La situación de los obreros de calzado en León, Gto. Méx.**, Ed. La Casa Chata.
- (1986). "El oficio de zapatero: antecedentes y tendencias" en **Nueva Antropología**. Vol VIII, No. 29.
- NIETO Calleja, Raúl y Sánchez Sergio (1988). "La acción contestataria" en Bazán, L. y Et. Al., **La situación de los obreros de calzado en León, Gto. Méx.**, Ed. La Casa Chata
- NOVELO, Victoria y Et. Al. (1986). "Propuestas para el estudio de la cultura obrera" en **Nueva Antropología**. Vol. VIII, No. 29.
- OROZCO Gómez, Guillermo (1991). "Del acto al proceso de ver: una aproximación epistemológica" en **Recepción televisiva. Tres aproximaciones y una razón para su estudio**. Méx., UIA-Sta. Fe. Col Comunicación y Prácticas Sociales, No. 2.
- (1990). "No hay una sola manera de 'hacer' televidentes" en **Estudios sobre las culturas contemporáneas**, No. 10.
- (1989 a). "El niño como televidente no nace, se hace", capítulo en prensa del libro **Educación para la recepción**.

- (1989 b). "Prácticas de mediación de la familia y la escuela en la recepción televisiva de los niños. Proyecto de investigación de la UIA-Sta. Fe. Inédito, fotocopias.
- PAOLI, A. (1984). **La lingüística de Gramsci**. Méx., Ed. Premiá.
- PARRET, Herman (1987). "Las temporalidades de lo cotidiano" en **Morphe**, No. 3
- PICCINI, Mabel (1984). "¿Existe una teoría de la comunicación social?" en Fdez. Ch., F y Yopez, M. ((eds.), **Comunicación y Teoría Social**. Méx., UNAM
- PICO, Josep (comp.) (1988). "Introducción" en **Modernidad y postmodernidad**. Madrid, Alianza Ed.
- PRIETO Castillo, Daniel (s/f). **Radiodrama y vida cotidiana**. Quito, CIESPAL. Col. Materiales de trabajo, No. 1
- PRADO (1988). "Radio y nuevas tecnologías: un maridaje secreto", en **Telos** 14
- REBEIL, Ma. A. (1985). **Los medios en la vida de la sociedad receptora**. Méx., UAM-X
- REBEIL, Ma. A. y Et. Al. (1989). **Perfiles del cuadrante**. Méx., Ed. Trillas.
- REGUILLO, Rosanna (1990). "De mapas y navegantes: comunicación y vida cotidiana" en **Umbral XXI**, No. 4
- RICCI, Pio y Zani, Bruna (1990). **La comunicación como proceso social**. Méx., Grijalbo-CNCA. Col. Los noventas, No. 41
- ROMO, Cristina (1991). **Ondas, medios y canales**. Guadalajara, ITESO.
- ROMO, Cristina (1987). **Introducción al conocimiento y práctica del radio**. Méx., ITESO-Ed. Diana
- ROURA, Víctor (1989). "La música moderna es justamente esa que está usted escuchando en la radio" en Rebeil, M.A. **Perfiles del Cuadrante**. Méx., Ed. Trillas.
- SANCHEZ Ruíz, Enrique (1991). "Apuntes sobre una metodología histórico-estructural" en **Comunicación y Sociedad**, No. 10-11
- (1989). "La búsqueda metodológica en la investigación de comunicación en México", ponencia presentada en el II Encuentro Iberoamericano de Investigadores de la Comunicación (INTERCOM), Florianópolis, Sta. Catarina, Brasil.
- (1987). **Centralización, poder y comunicación en México**. Guadalajara, U. de Guad. Col. Comunicación y Sociedad No. 3

- STEFANI, Gino (1987). **Comprender la música**. Barcelona, Paidós. Col. Instrumentos Paidós, No. 3
- TABACHNIK, Silvia (1988). "Estereotipos y estrategias de seducción en la canción romántica" en **Cuicuilco**, No. 21
- TREJO De Larbe, Raúl (1985). "Un vistazo a Televisa" en Trejo, R., **Televisa el quinto poder**. Méx., Claves Latinoamericanas.
- TREJO De Larbe, Raúl y Woldenberg, José (1984). "Las desigualdades en el movimiento obrero" en Cordera, R. y Tello, C. (coords), **La desigualdad en México**. Méx., Ed. Siglo XXI
- VALLS, Manuel (1982). **La música en el abrazo de eros. Aproximación al estudio de la relación entre música y erotismo**. Barcelona. Tusquets Eds.
- (1970). **Aproximación a la música**. Madrid, Ed. Salvat. Col. Biblioteca Básica, No. 63
- VILAR, Josefina y Villegas, Teodoro (1988). **El sonido de la radio**. Méx., UAM-X-Plazá Valdéz-IMER.
- WOLF, Mauro (1991). "Tendencias actuales del estudio de medios" en **Diálogos de la Comunicación** No. 30
- (1987). **La inv. de la comunicación de masas**. Barcelona, Ed. Paidós.

ANEXOS

ANEXO 1: PERFIL DE LAS ESTACIONES DE RADIO EN LEON

RADIO

GRUPO	SIGLAS	DENOMINACION	PROGRAMACION	CONCECIONARIO	POTENCIA	FRECUENCIA	AUDIENCIA
3.- ACTIVA (RECISA)	XEACN	LA NUEVA ONDA	BALADA ESPAÑOL		5,000 W.	910 KHZ	A/B/C/ JOVEN/ADULTO AMBOS SEXOS
	XERP1	LA PODEROSA	BALADA ROMANTICA EN ESPAÑOL Y POPULARES	RADIO LEON S.A.	5,000 W.	1,270 KHZ	A/B/C/ JOVEN / ADULTO AMBOS SEXOS
	XERNW	EL PODER LASSER	MODERNA ESPAÑOL E INTERNACIONAL	EL HERALDO DE GUANAJUATO S.A.	10,000 W.	1,390 KHZ	A/B/C/ JOVEN / ADULTO AMBOS SEXOS
4.- FRECUENCIA MODULADA S.A.	XHMD-FM	FM-GLOBO STEREO	BALADA ESPAÑOL MODERNA		30,000 W.	96.4 MHZ	A/B (MAO)
	XHSO-FM	STEREO REY	INTERNACIONAL MODERNA	FRECUENCIA MODULADA DE LEON S.A.	30,000 W.	99.9 MHZ	A/B (MAO)
5.- RADIO S.A	XEXUJ	SERENATA 13	BALADA EN ESPAÑOL	FOMENTO RADIOFONICO DEL CENTRO S.A.	1,000 W.	1,300 KHZ	
6 RADIO CIMA S.A.	XHML-FM	ESTEREO VIDA	ROMANTICA ESPAÑOL		150,000 W.	90.3 KHZ	

Fuentes:

1.- Tarifas y datos. Medios publicitarios medios publicitarios mexicanos S. A. de C. V.

Ediciones:

- a) 1/88 No. 117 marzo 1988.
- b) 4/88 No. 120 Dic. 1988.
- c) 2/90 No. 126 Jun 1990.
- d) 1/91 No. 129 Marzo 1991.

2.- INEGI. Directorio de Radiodifusoras en el Edo. de Guanajuato S/F

3.- Promoción y tarifas de:

- a) Grupo ACIR Enero 1988 y Enero 1991
- b) Radio Servicio Social S.A., Estereo Vida. Enero 1991.
- c) Radio Comerciales del centro S.A. de C.V. Febrero 1988.

4.- Machiavelo, M. A. " Diagnóstico de la Radio en León"
Investigación del Dpto. de Ciencias Humanas de la UIA Plantel León. S/F Inédito.

5.- Pérez Cuellar, Nicolas " Directorio de Radiodifusión en Guanajuato".
Secretaría de Información y Propaganda del PRI. 1984.

ANEXO 2: EL CUESTIONARIO EMPLEADO

CUESTIONARIO

I. Esta es la primera parte del cuestionario y se refiere a la ubicación del sujeto como sujeto sociocultural.

1. Sexo: M _____ F _____

2. Edad: _____

3. Estado Civil: Soltero _____ Casado _____ Viudo _____
Divorciado _____

4. Colonia donde vives: _____

5. Educación:

Primaria: _____ Secundaria _____ Preparatoria _____

1o _____ 1o _____ 1o _____

2o _____ 2o _____ 2o _____

3o _____ 3o _____ 3o _____

4o _____

5o _____ Técnica _____ Otro _____

6o _____ Nada _____

6. ¿Desde hace cuánto tiempo trabajas haciendo zapatos? _____

7. ¿Algún otro familiar tuyo trabaja haciendo zapatos? Si _____ NO _____

De ser positiva la respuesta: ¿quiénes? _____

8. ¿Sabes leer? Si _____ No _____

9. ¿Cuál de las siguientes actividades es tu pasatiempo favorito?

Pasear _____ Ir al cine _____ Días de campo _____

Descanzar _____ Ir a bailes _____ Ver televisión _____

Oír radio _____ Mirar a la gente _____ Practicar deporte _____

Jugar cartas _____ Platicar con amigos _____ Estar en la casa _____

Otro _____

10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación es el que prefieres (Los tres de mayor preferencia asignando números del 1 al 3 de mayor menor)

Periódico_____ Cine_____ Televisión_____
 Videos_____ Radio_____ Revistas_____
 Otro_____

II. Esta es la segunda parte del cuestionario y se refiere a los hábitos de escucha de los obreros.

11. ¿Te gusta escuchar radio? Si_____ No_____

12. ¿Qué es lo que más te gusta de la radio?

La programación_____ Programas deportivos_____
 La música_____ Radionovelas_____
 Los comerciales_____ Las complacencias_____
 La hora_____ Los comentarios de los locutores_____
 Los noticieros_____ Los concursos_____
 Algún programa_____ Otro_____

13. ¿Hay algo que no te guste de la radio? Si_____ No_____

De ser afirmativa: ¿qué? _____

14. ¿Tienes un aparato de radio? Si_____ No_____

15. ¿Lo llevas al trabajo? Si_____ No_____

16. ¿Dónde escuchas radio?

Casa_____ ¿en qué lugar (es) de la casa _____

Trabajo_____ ¿en qué lugar(es) del trabajo? _____

Con amigos _____ ¿en qué lugares con los amigos? _____

17. ¿Qué tipo de aparato de radio escuchas en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con amigos</u>
Portátil	_____	_____	_____
Modular	_____	_____	_____
Radiograbadora	_____	_____	_____
Consola	_____	_____	_____
De bolsillo	_____	_____	_____
Walkman	_____	_____	_____
Sonido ambiental	_____	_____	_____

18. Mientras escuchas radio, ¿qué otras actividades haces en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con los amigos</u>
Descanzo	_____	_____	_____
Como	_____	_____	_____
Platico	_____	_____	_____
Leo algo	_____	_____	_____
Trabajo	_____	_____	_____
Estudio	_____	_____	_____
Me preparo para salir a trabajar	_____	_____	_____
Otro _____	_____	_____	_____

19. ¿Desde hace cuánto tiempo que escuchas radio? _____

20. ¿Cuántas horas escuchas radio al día en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con amigos</u>
Nada	_____	_____	_____
Menos de 1 hora	_____	_____	_____
De 1 a 2 Hrs.	_____	_____	_____
De 2 a 3 Hrs.	_____	_____	_____
De 3 a 4 Hrs.	_____	_____	_____
De 4 a 5 Hrs.	_____	_____	_____
Más de 5 Hrs.	_____	_____	_____

21. ¿Cómo escuchas radio en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>
A solas	_____	_____
Con amigos	_____	_____
Con familiares	_____	_____
Con otras per sonas	_____	_____
Otro _____	_____	_____

22. Si no escucharas radio, ¿qué otra actividad harías en los siguientes lugares?

Casa _____

Trabajo _____

Con amigos _____

23 ¿Cuál es la estación que más escuchas en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Amigos</u>
XEACN "La nueva onda"	_____	_____	_____
XEGTO "Radio cañón"	_____	_____	_____
XELEO "La rancherita"	_____	_____	_____

XHML "Stereo vida"	_____	_____	_____
XHSO "Stereo Rey"	_____	_____	_____
XELG "La Grande"	_____	_____	_____
XERPL "La Poderosa"	_____	_____	_____
XHPQ "Estereo amistad"	_____	_____	_____
XERW "Poder Lasser"	_____	_____	_____
XHLG "Romántica"	_____	_____	_____
XHOI "Estereo Oi"	_____	_____	_____
XERZ "Radio Festival"	_____	_____	_____
XHMD "FM Globo"	_____	_____	_____
XESD "Dimensión 1530"	_____	_____	_____
XEXF "Radio Felicidad"	_____	_____	_____
XEXV "Serenata 13"	_____	_____	_____
OTRA _____	_____	_____	_____

24. ¿Desde hace cuánto tiempo escuchas las estaciones que más escuchas en los siguientes lugares?

Casa _____

Trabajo _____

Amigos _____

25. Esas estaciones, ¿también les gustan a las siguientes personas?:

Mis familiares: Si _____ No _____

Mis compañeros de trabajo: Si _____ No _____

Mis amigos: Si _____ No _____

ANEXO 3: EL CUESTIONARIO Y LAS FRECUENCIAS

CUESTIONARIO C-2

I. Esta es la primera parte del cuestionario y se refiere a la ubicación del sujeto como sujeto sociocultural.

1. Sexo: M 29 F 12

2. Edad:

<u>Años</u>	<u>No. Obreros</u>
- de 15	3
15 a 20	18
20 a 30	9
30 a 40	8
40 a 50	2
50 a 60	1

3. Estado Civil: Soltero 28 Casado 13 Viudo --
Divorciado --

4. Colonia donde vives: _____

5. Educación:

Primaria: _____	Secundaria _____	Preparatoria _____
1o _____	1o <u>1</u>	1o _____
2o _____	2o <u>1</u>	2o _____
3o <u>1</u>	3o <u>2</u>	3o _____
4o <u>5</u>		
5o <u>3</u>	Técnica <u>1</u>	Otro _____
6o <u>23</u>	Nada <u>2</u>	

6. ¿Desde hace cuánto tiempo trabajas haciendo zapatos?

<u>Años</u>	<u>No. Obreros</u>
- de 1	4
1 a 3	13
3 a 5	3
5 a 10	7
10 a 15	4
15 a 20	3
+ de 20	7

7. ¿Algún otro familiar tuyo trabaja haciendo zapatos? Si 33 NO 8

De ser positiva la respuesta: ¿quiénes?

Familiares	No Obreros
Hermanos	22
Familia	8
Tío	2
Hijo/padre	1

8. ¿Sabes leer? Si 39 No 2

9. ¿Cuál de las siguientes actividades es tu pasatiempo favorito?

	<u>1a Op.</u>	<u>2a Op.</u>	<u>3a OP.</u>
Pasear	1	3	1
Descanzar	6	2	1
Oír radio	13	16	3
Jugar cartas	-	-	1
Ir al cine	-	3	1
Ir a bailes	5	8	2
Mirar a la gente	-	-	-
Platicar con amigos	2	1	11
Días de campo	-	1	1
Ver televisión	-	4	17
Practicar deporte	8	-	1
Estar en casa	6	-	2
Otro	-	3	-

10. ¿Cuál de los siguientes medios de comunicación es el que prefieres (Los tres de mayor preferencia asignando números del 1 al 3 de mayor menor)

	<u>1a Op.</u>	<u>2a Op.</u>	<u>3a Op.</u>
Periódico	4	4	8
Videos	4	1	5
Cine	5	-	8
Radio	14	11	8
Televisión	10	19	6
Revistas	3	5	6
Otro	1	1	-

II. Esta es la segunda parte del cuestionario y se refiere al sujeto como sujeto de prácticas radiofónicas: usos, costumbres, hábitos, etc...

11. ¿Te gusta escuchar radio? Si 40 No 1

12. ¿Qué es lo que más te gusta de la radio?

La programación <u>7</u>	Programas deportivos <u>-</u>
La música <u>26</u>	Radionovelas <u>1</u>
Los comerciales <u>-</u>	Las complacencias <u>2</u>
La hora <u>1</u>	Los comentarios de los locutores <u>1</u>
Los noticieros <u>3</u>	Los concursos <u>-</u>
Algún programa <u>-</u>	Otro <u>-</u>

13. ¿Hay algo que no te guste de la radio? Si 24 No 17

De ser afirmativa: ¿qué?

Comerciales 3
 Noticieros 6
 Radionovelas 3
 Música ranchera 2
 Locutores 1
 Mucha música 1

14. ¿Tienes un aparato de radio? Si 40 No 1

15. ¿Lo llevas al trabajo? Si 13 No 28

16. ¿Dónde escuchas radio?

¿En qué lugar (es) de la casa?

Recámara 22
 Toda la casa 9
 Sala 9
 Donde yo esté 1

¿En qué lugar (es) del trabajo?

Puesto de trabajo 38
 Todo el local 1

¿En qué lugares con los amigos?

Calle 8
 Casa 8
 Recámara 4
 Sala 2
 Billar 1
 Juego 1
 Balneario 1
 Auto 1

17. ¿Qué tipo de aparato de radio escuchas en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con amigos</u>
Portátil	3	18	6
Modular	18	1	8
Radiograbadora	11	19	11
Consola	5	--	--
De bolsillo	--	--	--
Walkman	--	--	1
Sonido ambiental	--	--	--

18. Mientras escuchas radio, ¿qué otras actividades haces en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con los amigos</u>
Descanzo	24	--	8
Como	1	--	2
Platico	1	5	16
Leo algo	2	--	--
Trabajo	8	36	1
Estudio	--	--	--
Me preparo para salir a trabajar	5	--	--
Otro	--	--	--

19. ¿Desde hace cuánto tiempo que escuchas radio?

<u>Años</u>	<u>No. obreros</u>
1 a 2 años	1
3 a 4 años	3
4 a 5 años	2
5 a 10 años	8
10 a 15 años	--

20. ¿Cuántas horas escuchas radio al día en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Con amigos</u>
Nada	--	--	1
Menos de 1 hora	7	--	4
De 1 a 2 Hrs.	18	--	9
De 2 a 3 Hrs.	8	--	7
De 3 a 4 Hrs.	3	3	4
De 4 a 5 Hrs.	1	--	1
Más de 5 Hrs.	4	38	3

21. ¿Cómo escuchas radio en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>
A solas	20	--
Con amigos	3	16
Con familiares	17	1
Con otras personas	1	24

22. Si no escucharas radio, ¿qué otra actividad harías en los siguientes lugares?

Casa: Ver TV 25
 Pasear 3
 Atender negocio 2
 Tareas hogar 2
 Leer 1
 Dormir 1
 Estudiar 1
 Platicar 1
 Jugar cartas 1

Trabajo: Nada (seguir trabajando) 29
 Platicar 6
 Cantar 3
 Aburrirse 2

Con amigos: Platicar 16
 Practicar deporte 6
 Tomar cerveza 2
 Nada 2
 Ir al cine 1
 Ver TV 1
 Bailar 1

23 ¿Cuál es la estación que más escuchas en los siguientes lugares?

	<u>Casa</u>	<u>Trabajo</u>	<u>Amigos</u>
XEACN "La nueva onda"	1	--	1
XEGTO "Radio cañón"	8	7	2
XELEO "La rancherita"	3	11	4
XHML "Stereo vida"	--	--	--
XHSO "Stereo Rey"	1	--	1
XELG "La Grande"	7	1	4
XERPL "La Poderosa"	6	7	--
XHPQ "Estereo amistad"	1	2	--
XERW "Poder Lasser"	2	1	3
XHLG "Romántica"	6	7	5
XHOI "Estereo Oi"	--	--	--
XERZ "Radio Festival"	1	--	--
XHMD "FM Globo"	3	1	--
XEXF "Radio Felicidad"	--	--	--
XEXV "Serenata 13"	--	--	--
OTRA _____	2	4	1

24. ¿Desde hace cuánto tiempo escuchas las estaciones que más escuchas en los siguientes lugares?

	Años	No. obreros
Casa:	- de 1	7
	1 a 3	8
	3 a 5	4
	+ de 5	23
Trabajo:	- de 1	12
	1 a 3	11
	3 a 5	3
	+ de 5	16
Amigos:	- de 1	6
	1 a 3	7
	3 a 5	3
	+ de 5	17

25. Esas estaciones, ¿también les gustan a las siguientes personas?:

Mis familiares: Si 36 No 5

Mis compañeros de trabajo: Si 38 No 3

Mis amigos: Si 41 No --

**ANEXO 4: LA GUIA DE OBSERVACION. EL MODELO PARA
ARMAR**

GUIA DE OBSERVACION

ESP A TIEM PO	DEPARTAMENTO			
	AGT	AGTR	ADR	(PyCR)

ANEXO 5: LA GUIA DE OBSERVACION. UNOS EJEMPLOS.

H O J A D E T R A B A J O

FECHA No	NOMBRE DE LA CUENTA	MOVIMIENTOS		SALDOS		MOTIVO	ASENTOS DE AJUSTE		SALDOS AJUSTADOS	PERDIDAS Y GANANCIAS		BALANCE GENERAL	
		DEBE	HABER	DEBE	HABER		DEBE	HABER		ACTIVO	PASIVO		
10-10	El jefe le pidió a suspender el trabajo de todos los empleados. El jefe le fue y los demás empezaron a comer los restos de la entrada. Los hijos en un rincón abrieron de las cajas. El jefe empezó a pelear con Patricia. A F T B										P y C B		
11-00	Los obreros siguieron con su trabajo, esta vez le pidió a Patricia los tickets 2 y a ver una especie de libreta. El niño y el de Papate se fueron a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Marionette F.M.G.
11-10	Los obreros siguieron con su trabajo, esta vez le pidió a Patricia los tickets 2 y a ver una especie de libreta. El niño y el de Papate se fueron a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												comercial: Tanguis el Barato Paco Tranguis Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
11-40	Los obreros siguieron con su trabajo, esta vez le pidió a Patricia los tickets 2 y a ver una especie de libreta. El niño y el de Papate se fueron a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-00	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-06	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-10	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-15	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-20	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-25	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-30	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-35	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-40	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-45	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-50	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
12-55	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash
13-00	Todos se pusieron a reír. Patricia se fue a jugar y jugaron. Regresó la Secretaria y ya sabían que Patricia le había pedido bajar con más cosas y se puso a pelear con las otras que estaban sentadas alrededor de las cajas.												Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash Bernard Maci, Domi Marionette F.M.G. Patricia, Marionette, Veronica Emisión Guadalupe Trieta Duper, Flash

FECHA: Miércoles 24 de Abril, 1991.

Horario: 10:30 a 2:30 pm.

TIEMPO	AGT	AGIR	AGD	PYCR
10:30 hrs.	Trabajan, trabajan. No hablan en ningún momento.	Trabajan, trabajan.	El dueño de la grabadora (25 años) y el muchacho de 15 son los que manipulan la grabadora.	Escuchan un cassette de Los Yonkers, va como a la mitad del lado.
10:55 hrs.	Igual	Igual	El muchacho de 15 obedece al de 25 que le pide de vuelta el cassette que se acabó.	LADO B DE LOS YONKERS.
11:25 hrs.	Pausa	El dueño de la grabadora sale del lugar a comprar unas tortas.	El mismo quita el cassette que acaba de terminar y así para la estación de Radio Cañón.	Radio Cañón en las ondas, conversales de cañada (Mau-neta, sobrevivencia, pinguinos) Salieron de d. Huebles en abasco.
11:40 hrs.	Igual	El dueño regresa con una torta comiendo, le da una al de 15 y le ofrece refresco y torta a él.	Busca y encuentra cassette. Apaga el radio, regresa el cassette y lo pone.	PRIMER LADO DE LOS CAMUFLAJES.
12:10 hrs.	Igual	Trabajan en silencio, sus trabajos.	El dueño de la grabadora le da vuelta al cassette.	SEGUNDO LADO DE LOS CAMUFLAJES.
12:40 hrs.	Igual	El dueño trabaja lo que dice al joven de 15 que busca la bebida. El chico obedece. Todos los demás, trabajan.	El chico saca de su bolsa, especie de maleta, un cassette o de ve a nuevo, con su cajita de fo y pone el cassette. Se ve que trae algo clonado la cañada para ser parte y así no.	SÓLO UN LADO (C) : BURETAS DE AMOR de Juan Luis que ma.

DEPARTAMENTO DE CORTE

AGTR

Llegó, se dirigió a su máquina dejó un paquete que traía y fue por piel, regresó y se puso a trabajar, encendió un cigarro y siguió trabajando.

Sigue trabajando, fumó otro cigarro, terminó su tarea de corte y la guardó en una caja, fue por más piel y continuó con su trabajo.

Paró de trabajar y salió

Llegó a su máquina y siguió cortando, habló con el cortador E pero no dejó de trabajar, desde su lugar platicó de un lado

23-04-91 8:30 - 13:30

APR

Todo el tiempo se mostró indiferente ante la radio, ya que lo vimos muy concentrado en sus actividades laborales.

PYCR

- 8:30 - LG FM - ROMANTICA
- Me hace falta: PUMONES
- M. Viejo PIERO
- Quiero ser TU YURI
- Amor de amor, las micas

- 9:00 - XELED - LA RANCHERITA
Programa: Vicente Ferrer
de Y Juan Gabriel
- De que manera te olvidé
- Querida

- las flores de mi vida
- Caray
- Cruz de Olvido
- Tu estas siempre en mi mente

- 10:00 - se apugo el radio porque tienen tema de descanso y salió del area de trabajo.

- 10:10 - se encendió el radio
- LG FM - ROMANTICA
- Piel Coneta - Roberto Carlos
- Pobre loco - Julio Iglesias
- Rosalinda - Alondra