


# Mirar a lo lejos. *Visiones sobre los medios audiovisuales en León*

entorno

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA LEÓN

2

Héctor Gómez Vargas



**Mirar a lo lejos.**  
***Visiones sobre los medios  
audiovisuales en León***

---

Héctor Gómez Vargas

entorno

UNIVERSIDAD IBEROAMERICANA LEÓN



# Universidad Iberoamericana León

## **RECTOR**

Ing. Carlos Alberto Sebastián Serra Martínez

## **DIRECTOR GENERAL ACADÉMICO**

Mtro. Arturo Mora Alva

## **DIRECTOR GENERAL DE SERVICIOS EDUCATIVO- UNIVERSITARIOS**

Mtro. David Martínez Mendizábal

## Instituto Cultural de León

### **PRESIDENTE MUNICIPAL**

C.P. Jorge Carlos Obregón Serrano

### **PRESIDENTE DEL ICL**

Arq. Salvador Zermeño Méndez

### **DIRECTORA DEL ICL**

Lic. Alicia Escobar Latapí

### **CONSEJO EDITORIAL**

Mtro. David Martínez Mendizábal

Mtro. Guillermo Tapia García

Mtro. Héctor Gómez Vargas

Ing. Juan Carlos Gutiérrez Ayala

Lic. Agustín Cortés Gaviño

Lic. Aída Ledezma Muñiz

### **CUIDADO EDITORIAL**

Lic. Ma. Esther Bonilla López

### **ARMADO**

L.D.G. Hanya Woge Flores-Polo


PROCESBAC, Universidad Iberoamericana León

Boulevard Morelos Km. 3, León, Gto.

Apartado Postal 26, C.P. 37000

D.R. 03-2000-073113410500-01

ISBN: 968-5123-04-7



*Para Concepción Vargas y  
Ernesto Gómez,  
espirales que han mirado a lo lejos.*

# índice.

Presentación	11
Prólogo	13
Cultura, comunicación e historia. Espirales para pensar los medios audiovisuales en León	13
Mirar a lo lejos. La espiral y el sentido	13
La espiral y sus ranuras	15
La mirada y la espiral	18
Lo fijo y lo móvil de la espiral	19
La senda y la espiral	22
Hacia una mirada a la comunicación en las regiones de México	27
Imágenes en movimiento	27
Los acercamientos a la comunicación en las regiones	33
Instantáneas para la historia de la radio en León	43
Instantánea número uno. <i>Los primeros años de la radio en León</i>	43
Instantánea número dos. <i>La radio en León durante los años cuarenta</i>	48
Instantánea número tres. <i>El desarrollo de la radio en León</i>	52
Medios audiovisuales en León: visitas a la educación silenciosa	63

Fade in	63
Focus in	65
Zoom in	68
Zoom out	70
Fade out	73
Para pensar la comunicación en las regiones. La gestación de ofertas culturales y públicos cinematográficos en León.	77
Para pensar lo ordinario de la comunicación en las regiones	77
Para pensar las ofertas culturales y los públicos cinematográficos en León	82
Transformaciones de la oferta cultural cinematográfica en León. Breves notas para su encuadre	83
Oferta cultural cinematográfica en León. Espacio social, memoria histórica, públicos culturales	93
Públicos cinematográficos de León. Trayectoria de vida, experiencias culturales	95
Públicos cinematográficos y su experiencia cinematográfica en León. Un breve ejercicio	97
Observaciones y asignaturas pendientes. La experiencia cultural y los mundos simbólicos	105
Epílogo ...y mirar a lo lejos	113




# presentación.

La colección **Entorno** de las publicaciones de la Universidad Iberoamericana León tiene la finalidad de ofrecer a sus lectores ensayos de análisis de la realidad social sobre diversas temáticas, cuyos límites están marcados en el terreno geográfico: el bajo, la región.

En este caso, con el número 2 de la serie, publicamos *Mirar a lo lejos. Visiones sobre los medios audiovisuales en León*, libro en el que Héctor Gómez Vargas describe y reflexiona sobre el desarrollo de la cultura audiovisual en la ciudad de León, entretejiendo un ameno discurso desde la perspectiva de los estudios de Comunicación y Cultura, esto es basándose en el entramado de la Historia, tomando las herramientas de la investigación y la mirada del experto que estudia estos procesos.

Resulta esta obra particularmente de interés para estudiantes, docentes e investigadores de universidades de la región y nacionales; profesionales de las Ciencias Sociales y Humanas; profesionales de los medios de comunicación -radio, cine, prensa, televisión-; profesionales que se dedican a la investigación de los Estudios Culturales; funcionarios municipales y estatales, y en general personas vinculadas a procesos culturales y comunicacionales.

Todas y todos hemos sido y somos público de la radio, de la televisión y del cine. He aquí algunas visiones sobre el origen de los medios



audiovisuales que nos siguen informando, afectando, fascinando o estremeciendo; se trata de una práctica social que hemos convertido en indispensable.

Y bien, dejémonos envolver por sus espirales. Demos vuelta a la hoja para poder mirar a lo lejos.

*M. Esther Bonilla López*






# prólogo.

## Cultura, comunicación e historia. *Espirales para pensar los medios audiovisuales en León...*

Mirar a lo lejos. La espiral y el sentido.

La aparición y evolución de los medios masivos de difusión son un aspecto clave del desarrollo que ha tenido la tecnología en **distintos momentos históricos** de las sociedades contemporáneas.

A lo largo del presente siglo, los medios masivos de difusión han sido los principales **mediadores de la cultura moderna**. Por un lado, se han ido convirtiendo en las avenidas por donde han circulado las **formas, productos y prácticas simbólicas** de cada estadio sociocultural. Por otro lado, han colaborado en la organización de las distintas esferas de la vida cotidiana, en la lógica de las diferentes **prácticas culturales** que la conforman, y en la diversificación y multiplicación de los **mundos simbólicos**, con los cuales los actores sociales se relacionan e interactúan.



Ese desarrollo tecnológico ha sido una de las instancias claves para entender la configuración de la **sociedad de la información** y la tendencia hacia la **sociedad de comunicación** que hoy vivimos (Galindo 1995a).


Los medios masivos de difusión, en su dimensión como tecnología, son una institución social que se relaciona con otras tantas. Poseen una **historia**, donde se va facilitando y sedimentando una competencia perceptual y también un uso social (Martín Barbero 1991), al inscribirse en los mundos sociales, organizándolos y diseñando prácticas culturales desde donde se configuran **públicos culturales**.

Además de ser una de las tecnologías de punta de la industria cultural con la cual se tejen muchas de las dinámicas sociales y culturales cotidianas de las sociedades, los medios audiovisuales son una mediación que recupera y reconfigura los mundos simbólicos, los saberes, las narrativas del pasado de las culturas y los redimensiona en el presente.

También, la presencia de algunos de estos medios audiovisuales ha sido fundamental para la aparición y el desarrollo de la cultura digital que ha venido evolucionando desde hace unos años y que tiende a transformar los mundos simbólicos de una manera radical (Galindo 1997).

La trayectoria de cada tecnología y la relación entre varias de ellas, como la de la cultura, la sociedad y la vida misma, no es lineal, sino parte de una **progresión orgánica** (Piscitelli 1995, 125).

De esta manera, con la suma de textos que ofrecemos en el presente libro, nos interesa acercarnos a explorar y ver, con una mirada de búsqueda **histórica**, cómo algunos medios audiovisuales en la ciudad de León, Guanajuato, se han hecho presentes y han configurado las **transformaciones culturales** que se han dado en las prácticas culturales cotidianas, cómo ha reconfigurado el mundo social y simbólico



de los leoneses que se han ido gestando como **públicos culturales (PC)** especializados y en incesante mutación.

## La espiral y sus ranuras.

Un trabajo como el que se presenta a continuación, tiene, por lo menos, cuatro niveles de pertinencia:

### I. Perspectiva de los estudios de la comunicación en México.

Durante los últimos diez años, la investigación de la comunicación en México ha crecido de manera sensible, y ha transformado sustancialmente su rostro respecto del que tenía en las décadas precedentes.

Un esfuerzo considerable ha consistido en pensar la comunicación desde **la perspectiva analítica de la cultura**, por lo que la reflexión y el estudio de las **culturas contemporáneas** se ha convertido en uno de los **núcleos claves** para indagar a la comunicación (Fuentes Navarro 1996).

No ajeno a una serie de **escenarios y tensiones** de diversas **magnitudes y complejidades**, el campo de estudios de la comunicación se ha transformado y ha trazado un mapa de reflexiones sobre la comunicación en los umbrales del tercer milenio.

Una de esas preocupaciones corresponde a los procesos de **configuración/re-configuración** que las culturas locales y nacionales han ido resintiendo a lo largo del presente siglo, a través de la llegada de las diferentes familias tecnológicas de información y el nuevo universo simbólico de los medios audiovisuales, particularmente el cine y la



televisión.


Pese al avance, los estudios de la comunicación aún dejan pendientes una serie de asignaturas que son algunos de los retos por encarar. Destacamos algunos que puedan ofrecer un marco de referencia de la situación de este tipo de estudios:

a) La comunicación ya no como una rama más del saber humano, sino como una perspectiva nueva de ese saber (Galindo 1994). Esto implica abandonar muchas de las concepciones y percepciones sobre la comunicación, la cultura y la sociedad, para trabajarlas de manera más compleja y holística (Galindo 1995).

b) Cercano al anterior, está el reto de continuar con la consciencia de los esfuerzos **transdisciplinarios** para un pensamiento **multidimensional** de la comunicación, a través de **articulaciones e intertextualidades** que permiten pensar el accionar de los medios de difusión “como matrices de desorganización y reorganización de la experiencia social y la nueva trama de actores y estrategias de poder” (Martín Barbero 1996).

## 2. Perspectiva de los estudios culturales en México.

Pese a que la situación actual de los estudios culturales no ha logrado consolidarse como un cuerpo teórico y paradigmático homogéneo y sólido dentro de los discursos científicos contemporáneos (Giménez 1994), se puede hablar de un corpus de perspectivas analíticas y metodológicas alrededor de una concepción sociosemiótica de la cultura (O’Sullivan et al. 1997) y de un intenso trabajo intra e interdisciplinar



para reflexionar las complejas configuraciones sociales desde la dimensión de la cultura.

Los estudios culturales en nuestro país, por un lado, enfrentan el reto de generar información clave para comprender los procesos culturales que hemos venido viviendo durante el siglo veinte y que consideramos, son estratégicos para enfrentar y comprender las trayectorias a las que se dirigen para el siguiente siglo. Pero, por otro lado, el reto mayor es crear marcos analíticos y procesos de reflexividad desde la pertinencia y las experiencias de preguntas generadas en nuestros contextos y procesos históricos, sociales y culturales (González 1996).


Los retos propios de la modernidad y la presencia de nuevas tecnologías de información, configurando y re-configurando nuestras culturas tradicionales y emergentes, constituyen una de las áreas **pertinentes y estratégicas** de los estudios culturales en nuestro país (González 1997a; García Canclini 1995).

### 3. Estudios regionales de la comunicación y la cultura.

Si en los estudios culturales y de la comunicación hay retos analíticos y epistemológicos, otra dimensión por atender es tanto la carencia de información para pensar los procesos locales y regionales, como la manera en que esos espacios se han articulado e integrado a los procesos nacionales e internacionales de las transformaciones culturales.

El reto no es sólo **generar información** sobre la cultura y la comunicación en los territorios locales, sino, desde ahí, **pensar** la comunicación y la cultura.

De esta manera, nuestro trabajo se ubica dentro de las preocupaciones



actuales de los estudios de la comunicación y de la cultura por generar información, así como de los marcos analíticos pertinentes y necesarios para entender los procesos culturales del país.

#### 4. Los estudios sobre la comunicación y la cultura en León, Guanajuato.


Es conveniente agregar una razón que tiene que ver más con la ecología personal del investigador, que con las preocupaciones de las comunidades epistemológicas con las cuales se ha venido relacionando.

El propósito es generar información y reflexividad sobre la cultura en la ciudad de León. La situación es que poco se ha investigado desde un ámbito académico, sobre los diferentes procesos de la sociedad leonesa.

Los pocos estudios sobre la cultura leonesa se refieren principalmente a trabajos historiográficos, muchos de los cuales han sido trabajados desde una perspectiva periodística o anecdótica, dando como resultado sólo una visión parcial. Otros estudios presentan un enfoque antropológico sobre los obreros de calzado y algunos rasgos arquitectónicos o urbanos de la ciudad. Nada más.

#### La mirada y la espiral.

La dimensión de análisis de nuestro estudio ha sido desde hace algunos años la de la **cultura**, aquella **dimensión simbólica** presente en todas las relaciones sociales y que se materializa a través de discursos, objetos, acciones, espacios, actores, representaciones, por donde circulan los **sentidos** que circulan, dan cohesión y coherencia a grupos sociales históricos y específicos.




Desde esa perspectiva, los medios masivos son considerados como parte de la dimensión cultural, ya que trabajan con las **formas** y los **bienes simbólicos** que gravitan en la sociedad, dándoles una especificidad desde su dimensión de instituciones sociales y tecnologías de información en la producción, distribución y consumo de esas formas simbólicas. Las competencias, las lógicas, las acciones, los contextos, los actores y las interacciones que se configuran, se materializarán en **prácticas culturales** especializadas.

La relación de cada uno de los medios masivos con sus públicos, es una práctica cultural, es decir, una manera de apropiación, asimilación y reelaboración de una forma simbólica que circula y actúa en un contexto sociohistórico. Cada medio de comunicación se ubica dentro de un espacio **socio-histórico** por donde circulan formas y bienes simbólicos. Los medios masivos se conformarán como una **oferta cultural (OC)** con grados de especialización y de relación diferenciada, con articulaciones, bifurcaciones y oposiciones, e interactuarán con otras ofertas culturales especializadas de la ciudad para la conformación de **públicos culturales (PC)** locales.

La relación de la cultura como dimensión simbólica y de los medios masivos como transmisores de las formas simbólicas, se puede reflejar en la forma como alguno de los medios llegó a una sociedad, se integró a las dinámicas culturales le agregó algo distinto a lo existente, y aún sigue desarrollando. Este proceso se observa en aquellos medios que han estado presentes a lo largo de casi todo el siglo en una sociedad regional. Es el caso del cine y de la radio.

## Lo fijo y lo móvil de la espiral.

Para entender la relación que buscamos entre los desarrollos tecnológicos de los medios audiovisuales y las transformaciones




culturales en la ciudad de León durante el siglo XX en la gestación de públicos culturales, es pertinente considerar que, desde su llegada, se relacionaron con otras instituciones sociales que también se fueron convirtiendo a lo largo del siglo pasado, y principalmente en el actual, en ofertas culturales, por donde circulaban ya formas y bienes simbólicos. La religión, la educación, la salud, las diversiones públicas, por mencionar sólo algunas.

A través del siglo XIX, la ciudad de León se fue equipando de una manera tal, que se fueron conformando las tendencias, las trayectorias, las estructuras, las relaciones y las dinámicas culturales que le darían sus primeros perfiles y características particulares. A partir de entonces, se han dado una serie de transformaciones que han generado las ligas con el presente y las posibles ramificaciones de sus futuros.

Acontecimientos históricos, personajes y ofertas culturales, tanto internacionales y nacionales como locales, se han concentrado o disuelto a lo largo del siglo XX en una incesante transformación, donde lo fijo de su cultura permanece, mientras pone en movimiento su historia. Pensemos en algunos factores: la temprana concentración urbana y la compleja estructura social que configuró; los cambios en el sistema de producción material de la ciudad y que serán las estructuras de su industrialización; la llegada de extranjeros que introdujeron concepciones nuevas en el trazo, uso y concepción del espacio público y urbano, de la producción fabril y del comercio local; algunos desastres naturales como las inundaciones y las enfermedades masivas que orillaron a transformar el espacio urbano, y a introducir algunos servicios especializados de salud, educación, laborales, religiosos, etcétera; la llegada de una serie de inventos científicos y tecnológicos que afectaron de manera radical la vida social y las prácticas culturales de los leoneses: el teléfono, el ferrocarril, el automóvil, la plancha eléctrica, el foco, la fotografía, el cine.





Dentro del conocimiento de la cultura leonesa, la historiografía local, como la principal plataforma cognitiva para **ver** y **pensar** a la ciudad de León, con sus peculiaridades y características, ha generado tres grandes áreas de estudio: una, la de sucesos, acontecimientos fuera de lo normal o pintorescos; dos, personajes o familias "notables" elevados al rango de benefactores u hombres "destacados"; tres, algunos acontecimientos, económicos, religiosos, militares o sociales, "trascendentes" para los leoneses. Así, el mayor peso del trabajo historiográfico se presenta en estas tres visiones sobre la ciudad, mismas que no dan cuenta de las relaciones que pueden darse a un nivel cultural, ni permiten entender, registrar y analizar los ritmos cada vez más acelerados de las mutaciones actuales.

Éste es el punto que abordaremos bajo dos aspectos fundamentales. Por un lado, el equipamiento en la ciudad de algunos de los medios de difusión que han sido fundamentales para la reorganización de la vida cultural leonesa para poder identificar las **mutaciones culturales** que se han dado. Por el otro lado, la manera como las han vivido y la viven cotidianamente sus públicos. Es ver, desde ahí, el **metabolismo cultural** que las diferentes generaciones de públicos culturales, han puesto en práctica, generando nuevas dinámicas cotidianas, nuevos mundos simbólicos y ramificaciones varias.

Se hace evidente la lucha entre la tendencia por la estabilidad de la cultura y el impulso progresivo que las nuevas dinámicas emergentes y el desarrollo tecnológico empujan hacia múltiples trayectorias posibles. Ante el estado estático, fijo, permanente y lineal de la cultura leonesa de finales del siglo XIX, el **calor cultural** (Morin 1992) que se va generando y recibiendo del exterior, colocan a las dinámicas culturales en una permanente tensión entre el pasado y el futuro, lo antiguo y lo moderno, lo local y lo globalizado, lo propio y lo mediatizado; polaridades en convivencia permanente y en mutación incesante




## La senda y la espiral.

Los trabajos sobre los medios audiovisuales en León que aquí se publican, fueron producto tanto de algunas investigaciones que he venido realizando desde hace varios años, como de reflexiones personales al participar en distintos foros académicos de la comunicación y de la cultura en México.

Casi todos fueron escritos en distintos momentos y lugares, con diferentes objetivos y alcances. De manera global, hablan, entre otras cosas, de un proceso personal que busca darle sentido al quehacer de los medios audiovisuales en León, y encontrar rutas para pensar a la comunicación desde una de las múltiples y diversas regiones de México. No obstante, cada apartado mantiene una visión autónoma en sí mismo, por lo que el libro también puede ser leído de manera parcial.

Ante la carencia de información sobre los medios audiovisuales en León y de algunos de sus procesos culturales contemporáneos, decidí agrupar en un solo volumen algunos de los artículos que he escrito y publicado en diversas revistas. Otra decisión que tomé fue el de presentarlos tal cual los escribí en su momento, razón por la que el lector se encontrará en algunos casos con información no actualizada. Algunas ideas, conceptos, tendencias, parecerán redundantes si se les lee como un todo. Invito, más bien a que sean leídos como las variaciones en un proceso de reflexividad personal.

Cinco textos componen el presente libro. El primero, "Hacia una mirada a la comunicación en las regiones de México", no ha sido publicado tal como ahora se presenta. Algunas de sus ideas han circulado en revistas como **Tiempos**, del Archivo Histórico Municipal de León, en 1999 y **Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas**, del Programa Cultura de la Universidad de Colima, en 1998. Este primer texto es un breve trabajo reflexivo y descriptivo sobre la manera como se ha




estudiado a la comunicación en las regiones de México, y con él se pretende dar un marco general para la lectura de los restantes trabajos. El segundo texto, "Instantáneas para la historia de la radio en León", consta de tres pequeños textos que fueron publicados en los tres primeros números de la revista **Tiempos**, en 1991, y que fueron algunos de los iniciales acercamientos que realicé sobre la historia de la radio en León, un ligero boceto de lo que después se concretaría en el libro **Memorias suspendidas. Orígenes de la radio en León**. El tercer texto, "Medios audiovisuales en León: visitas a la educación silenciosa", fue publicado en la revista **Andanzas**, del Departamento de Ciencias del Hombre de la Universidad Iberoamericana, en 1995, texto que intentaba relacionar a los medios audiovisuales, principalmente la televisión por cable, con la educación informal en la ciudad de León. El último, "Para pensar la comunicación en las regiones. La gestación de Ofertas Culturales y Públicos Cinematográficos en León", fue publicado en el **VI Anuario de Investigación de la Comunicación**, del Consejo Nacional para la Enseñanza y la Investigación de las Ciencias de la Comunicación (CONEICC) en 1999, y contiene algunas de las últimas reflexiones derivadas de investigaciones que he venido realizando sobre los públicos culturales en León.



bibliografía.

- FUENTES Navarro, Raúl (1996). *La investigación de la comunicación en México. Sistematización documental 1986-1994*. México, Universidad de Guadalajara-ITESO.
- GALINDO, Jesús (1997). "Comunidad virtual y cibercultura: el caso del EZLN en México", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Época II, Vol. III, No. 5
- GALINDO, Jesús (1995). *Política, cultura y comunicación. Para una percepción de mundos posibles en el espacio social mexicano*. León, Universidad Iberoamericana León. Cuadernos Mass Culturas, No. 1
- GALINDO, Jesús (1995a). "De la sociedad de la información hacia la comunidad de comunicación", en *Cuadernos del departamento de comunicación del ITESO*. ITESO, No. 2, septiembre
- GALINDO, Jesús (1994). "Comunicación y configuraciones. Notas para un ensayo de filosofía sobre lo social", en Lameiras, J. y Galindo, J (eds.), *Medios y mediaciones*. México, El Colegio de Michoacán-ITESO.
- GARCÍA Canclini, Néstor (1995). "Los estudios culturales de los ochentas a los noventas: perspectivas antropológicas y sociológicas", en García Canclini, N. (comp.), *Cultura y pospolítica. El debate sobre la modernidad en América Latina*. México, CNCA.
- GIMÉNEZ, Gilberto (1994). "La teoría y el análisis de la cultura. Problemas teóricos y metodológicos", en González, J. y Galindo, J. (coords), *Metodología y cultura*. México, CNCA. Col. Pensar la cultura.
- GONZÁLEZ, Jorge (1997). "La voluntad de tejer. Análisis cultural, frentes culturales y redes de futuro", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Época II, no. 5.
- GONZÁLEZ, Jorge (1997a). "De la pila hasta el océano. Comunicación y estudios de la cultura en México", Inédito.
- GONZÁLEZ, Jorge (1996). "Pensar en la cultura (en tiempos de vacas muertas)", en *Universidad de México*. UNAM, No. 546/547



MARTÍN Barbero, Jesús (1996). "Comunicación fin de siglo, ¿Para dónde va nuestra investigación?", en *Telos*. Fundesco, No. 47.


MARTÍN Barbero, Jesús (1991). "De los medios a las prácticas", en Orozco, G. *La comunicación desde las prácticas sociales*. México, Universidad Iberoamericana. Cuadernos del Proicom, No. 1

MORIN, Edgar (1995). "Cultura conocimiento", en Watzlawich, P. y Krieg, P. (comps.), *El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo*. Barcelona, Ed. Gedisa.

O' SULLIVAN, Tim, et al. (1997). *Conceptos clave en comunicación y estudios culturales*. Buenos Aires, Amorrourtu Editores.

PISCITELLI, Alejandro (1995). *Ciberculturas en la era de las máquinas inteligentes*. Argentina, Ed. Paidós.

VARELA, Francisco (1990). *Conocer*. Barcelona, Ed. Gedisa.




## Hacia una mirada a la comunicación en las regiones de México

### Imágenes en movimiento.

Es durante la década de los ochenta cuando se realizan esfuerzos importantes por parte de algunos investigadores de la comunicación en México, para dirigir su mirada hacia lo que venía sucediendo con la aparición y la presencia de los medios de difusión en las distintas regiones del país. El fenómeno no es gratuito y responde a una serie de circunstancias tanto internas como externas referidas al *campo académico de la comunicación*.

Por una parte, a finales de los setenta, los estudios de la comunicación en México y el resto de América Latina entran en una etapa de *crisis*, en paralelo con otras áreas de las ciencias sociales, por la necesidad de hacer un replanteamiento radical a la *episteme comunicacional*, ante los serios cuestionamientos y críticas a los enfoques paradigmáticos con los que se había trabajado hasta ese momento. Quizá el autor que mejor describe ese movimiento es Jesús Martín Barbero quien señala una serie de desplazamientos necesarios por encarar y que llevan a muchos investigadores a cambiar de enfoque y de frecuencia en el estudio de la comunicación. Su libro, *De los medios a las mediaciones*, sintetiza las reflexiones y las travesías que algunos teóricos e investigadores venían realizando: cambiar el eje de análisis de los medios a la cultura. Martín Barbero lo expresa de la siguiente manera:



*Fue así como la comunicación se nos tornó cuestión de **mediaciones** más que de medios, cuestión de cultura y, por tanto, no sólo de conocimientos sino de re-conocimiento. Un reconocimiento que fue, de entrada, operación de desplazamiento metodológico para 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 desde los usos. Pero en un segundo momento, y justamente para que aquel desplazamiento no quede en mera reacción o pasajero cambio teórico, se está transformando en reconocimiento de la historia; reapropiación histórica del tiempo de la modernidad latinoamericana y su destiempo abriendo brecha en la tramposa lógica con que la homogenización capitalista aparenta agotar la realidad de lo actual (Martín Barbero 1987; 10).*

El mismo Martín Barbero indica que este desplazamiento no es gratuito, sino que responde a la necesidad de seguirle el curso a los nuevos procesos políticos, económicos y sociales que se están gestando, principalmente con los emergentes procesos de transnacionalización y globalización que provocan mutaciones significativas y radicales en las dinámicas sociales en nuestros países. Así, la propuesta es encuadrar a los sujetos en sus dinámicas y prácticas cotidianas, en sus matrices históricas, en su interrelación con los desarrollos tecnológicos y de los nuevos escenarios comunicacionales, y la apropiación de los productos y bienes simbólicos que venían organizando la vida social contemporánea.

Por otro lado, es en los ochenta cuando se dan profundos cambios cualitativos, profundos en distintos niveles: mundial, nacional y regional. A lo largo de las décadas, estas transformaciones son imperceptibles en las regiones hasta que cobran niveles de mutación, lo cual se debe a la avasalladora fuerza de lo externo que altera lo local. Pero también es el




desconcierto de ver que las regiones guardan un impulso, una vitalidad y una vida propia: varias de las mutaciones sociales, políticas, económicas y culturales se dan gracias a y en las dinámicas regionales.

Así, durante los ochenta, los investigadores de la comunicación en México se enfrentan a una doble situación que, hasta ese momento, ignoraban o minimizaban:

*1) Una concepción rígida, estática y estereotipada de la **provincia** mexicana que contrastaba con el enorme desconocimiento de los nuevos escenarios, actores y prácticas culturales que “silenciosamente” se fueron dando y apareciendo muchos años atrás. Su transformación se escapaba a los marcos analíticos y a las nociones “totalizantes” con las cuales se pensaba que ya se sabía todo y repetía de manera subordinada y mecánica a lo que sucedía en el centro, y donde no se podía percibir el “rango amplio de variaciones del efecto inicial”, que a la manera de un rayo de luz que se difracta a través de un cristal y que posibilita rutas y direcciones nuevas e inéditas (González, 1995, p. 139) de los procesos que históricamente las fueron configurando. El resultado fue encontrar un nuevo país porque se “descubre” que sus regiones son otras, portan un rostro muy diferente a como las habían fotografiado y relatado durante años para crear un imaginario sobre ellas, donde el proceso de larga duración de la “modernidad” se fue dejando sentir y haciendo que lo local, lo nacional y lo internacional se entrecruzaran, lo propio y lo ajeno, el pasado y el presente, lo público y lo privado, lo urbano y las viejas imágenes que han descrito los “terruños” y las nuevas mitologías cotidianas, entran en fases diversas de amalgamiento, fusión y rechazo. De entrada, fue abandonar el concepto **provincia** para abordar el de **regiones**.*






Por ejemplo, este cambio cualitativo, esta distancia entre provincias y regiones, la menciona Carlos Monsiváis cuando reflexiona sobre la "provincia mexicana después de cien años de cine":

Después de cien años de cine, de la modernidad, de la internacionalización cultural del proceso histórico, la provincia mexicana es algo completamente distinto. Para empezar, yo creo que ya la idea de llamarla "provincia", no se ajusta con la realidad, es más que todo **el mundo de las regiones**. Lo de **provincia** tiene un tono despectivo o conmisericordioso que ya no aplica.

En 1896, cuando empieza el cine mexicano, la provincia mexicana era el atraso y la barbarie. En 1996, **el mundo regional mexicano** va a ser el atraso y la barbarie, pero también va a ser una sociedad norteamericanizada, mucho más internacional, una sociedad más tolerante, no obstante los intentos de re-trotraerla a los viejos niveles de intolerancia. Una sociedad con mucho más humor, más informada... Entonces, ¿qué es la provincia después de cien años de cine mexicano?: es un mundo ya muy afectado por las imágenes, muy gobernado y dominado por las imágenes, y en eso, el cine ha tenido un papel fundamental (Gómez Vargas y Rocha, 1995/1996).


La ausencia de mirada a las regiones no había permitido tener una visión de lo que es, desde ahí, la comunicación, sus soportes, sus redes, sus costuras, y tener nuevos elementos para su comprensión y análisis, el ver que la comunicación es además de los medios masivos, la tecnología y las masas, también los procesos, los individuos en relación, las redes de socialización y de cultura.



2) *Se reconoció la ignorancia del surgimiento, desarrollo y quehacer cotidiano de los medios en las distintas regiones, sus mensajes y las identidades, los imaginarios, las memorias que activan, conectan y sedimentan con sus audiencias, es decir, todo un arsenal de incógnitas y de retos para la investigación de la comunicación.*

La impresión que se tiene desde mediados de los ochenta es que al rescatar esta mirada -además de encontrar una mirada más amplia del país, ya que permite pensar a diversas escalas y articulaciones desde las cuales se descubren algunas “irregularidades”, que desde las visiones totalizantes no pueden ser percibidas y sirven para recomponer de una mejor manera su accionar- se puede avanzar más en firme hacia una comprensión más compleja del quehacer de los medios de difusión en todo el país, una parte central para la configuración del campo académico de la comunicación.


Para lograrlo, en su momento, se propusieron algunas acciones importantes. Primero, tender puentes hacia aquellas disciplinas que venían trabajando lo regional desde varias décadas atrás, como la antropología, la sociología, la historia y la geografía (Bohem de Lameiras 1997; Serrano 1997). Desde ahí, lo regional será una perspectiva metodológica de estudio con sus particularidades, requerimientos y procedimientos (Serrano 1994), que bien pudieran ser de mucha utilidad para el estudio de la comunicación en las regiones de México. Segundo, algo que parece muy simple, pero que no se había hecho: “dar pasos firmes en la investigación regional de la comunicación social” (Fernández Christlieb 1988) para dar a conocer “los procesos y las particularidades regionales, comenzando por lo que nos queda más cerca, por los fenómenos de comunicación social, describiendo sus características y registrando aquellos aspectos que no se explican más que con el auxilio de otras disciplinas” (Fernández Christlieb 1987; 4).



Sin embargo, las descripciones y los registros de los fenómenos de comunicación social en las regiones que menciona Fátima Fernández Christlieb no son suficientes, porque no permiten ver la manera como la comunicación se hace, se percibe y se vive en las regiones, es decir, todas aquellas **mediaciones culturales** que expliquen a la **comunicación desde lo regional**.

Lo regional es un concepto sumamente difícil de delimitar y trabajar, debido a la complejidad que lo configura y determina, la variedad de términos o acepciones con los cuales se le identifica, asocia y substituye (terruño, provincia, área, patria, localidad, etc...), así como por la diversidad de enfoques y de disciplinas teóricas que lo estudian, como la geografía, la economía, la historia, la antropología, la lingüística, entre otras.

Para los investigadores de la comunicación, las reflexiones por estos linderos son necesarias porque además de ayudar a delimitar las propuestas analíticas y las perspectivas metodológicas, al hacerlo respecto de otras dimensiones de la comunicación o áreas de estudio (VanYoung, 1991), favorece y aviva una mirada en diferentes escalas (micro/meso/macro), ángulos (política/economía/cultura), y permite estar en condiciones de crear una visión **articulada** de las dimensiones local, nacional e internacional sobre la reflexión de la comunicación, es decir, una mirada que favorece la **diversidad** y la **amplitud** para interpretar "las mismas situaciones históricas" en diferentes contextos, cada uno con su propio ritmo histórico y escenarios sociales (Martínez Assad 1994; 80).



## Los acercamientos a la comunicación en las regiones.

*Estas pequeñas historias muestran que en el desarrollo de la radio regional no hay procesos continuos, no hay una reproducción mecánica de hechos. Se trata de una amalgama de factores que van de las condiciones del terreno a las de la biografía personal, pasando por la historia social. Todos estos factores cargados a su vez de casualidades, condicionamientos, rupturas, terquedades, y de reacciones humanas inentendibles.*

Fátima Fernández Christlieb,  
*La radio mexicana. Centro regiones.*

Algunas de las características de la investigación de la comunicación en el país han sido la histórica tendencia al **generalismo** y al **centralismo**. La primera se refiere a la predominante visión de los medios masivos en general, y la segunda a que las investigaciones han sido producidas y orientadas a lo que sucede en la capital de la república (Fuentes Navarro, 1987, Sánchez Ruiz, 1988a).

El reconocimiento de estas circunstancias ha provocado que algunos consideren una serie de ausencias que deben ser tomadas como **agendas pendientes**, desconocimientos graves y urgentes a considerar en los programas de investigación.

Los intentos ya no sólo se han dirigido a pensar lo que es la región desde la comunicación, sino a cubrir una serie de insuficiencias de información que se ha carecido y que se contempla como un objeto de estudio.


Francisco Aceves (1992) dará cuenta de dos momentos históricos en la política nacional que impulsará un interés en los investigadores por reflexionar sobre los medios regionales:

1. Las iniciativas del gobierno de José López Portillo de convocar a una serie de diferentes actores sociales, políticos, económicos y culturales para reglamentar el derecho a la información. El énfasis de algunos investigadores de la comunicación se ponía en la búsqueda de la democracia y la participación civil.
2. Las iniciativas del gobierno de Miguel de la Madrid sobre la descentralización del país. Se convocó a un foro de consulta sobre la materia de la comunicación donde se adoptó de manera generalizada una postura que Aceves lo sintetiza de la siguiente manera:

*Lo regional se propuso como bandera anticoncentralista, se definió como lugar de lo propio, de la singularidad de identidades, como espacio propicio para el desenvolvimiento de la participación, como el rescate de la soberanía nacional y como la célula de la sociedad democrática (op. cit.; 142).*

El resultado de ambas iniciativas terminó en que ambas fueron archivadas y el efecto en los investigadores de la comunicación fue doble. Por un lado, el desánimo y la frustración; por el otro, la certeza de que se había trabajado sin conocer lo que sucedía en las regiones de las que se había hablado y supuesto cosas, y que, por tanto, era necesario “dar pasos firmes” e ir a su encuentro.

¿Cómo abordar lo regional desde la comunicación? Problema nada fácil y no resuelto hasta el momento. Casi a finales de los ochenta, Francisco Aceves diría:




*Empero, lo regional desde la perspectiva regional quedó indefinido, indefinible. En efecto, ¿qué entendíamos por región los que hablábamos de región? ¿sus limitaciones geográficas? ¿sus determinaciones históricas? ¿sus características socio-económicas? ¿solamente las económicas? ¿sus límites geopolíticos? ¿su identidad cultural? ¿su semejanza lingüística? (Aceves 1992; 142).*

Al iniciar los noventa, el avance por estos senderos fue notable, mas no suficiente. Actualmente se sabe más sobre la “emergencia y desarrollo” de los medios en las regiones mexicanas, con el predominio de un enfoque historiográfico y, más recientemente, abordando las mediaciones histórico-estructurales (Fuentes Navarro y Sánchez Ruiz, 1992, p. 29), lo cual ha servido para mostrar, desde una perspectiva tanto política, ideológica como económica, los efectos de la centralización y el poder que emana de ello. Un ejemplo serán algunos de los trabajos de Enrique Sánchez Ruiz. En su libro *Centralización, poder y comunicación en México*, señala que una de las estructuras, dimensiones y condiciones que heredó México para su desarrollo fue, precisamente, el fenómeno de la centralización.

La centralización será ....

*...la estructuración jerárquica de una sociedad en virtud de la concentración del poder (económico, político, cultura, informativo). Cuanto más centralizado se encuentra un sistema, las decisiones tomadas y acciones efectuadas en el o los centros de poder tienden a afectar directamente —y con frecuencia de inmediato— a un número mayor de elementos y subsistemas, dado el acceso desigual al control diferencial de recursos de poder (Sánchez Ruiz 1987; 14).*




La centralización será vista a partir de una correlación de un sistema de ciudades que actuarán, de manera jerárquica, como focos de atracción de actividades políticas, económicas e irradiación cultural. Este mismo fenómeno se reproducirá en un equipamiento desigual de los medios de comunicación, concentrándose en regiones, estados y ciudades, "primadas".

Por su parte, Enrique Sánchez Ruiz sintetizaba a principios de los noventa algunas de las conclusiones a las que sus investigaciones habían llegado:

*En otros trabajos hemos analizado la configuración histórica y estructural de los medios de difusión en México, en relación con el poder y las posibilidades de democracia, llegando a la conclusión de que los medios están en la actualidad enormemente concentrados y centralizados en sus estructuras de propiedad y control, siendo la televisión el medio más altamente centralizado. Esta "matriz de centralizaciones", en la que participan los medios de difusión, está a su vez íntima y sistemáticamente ligada con la concentración social y geográfica de otros recursos de poder en México, característica cultural fundamental que reclama ser dejada en el pasado si deseamos una vida democrática verdadera (Sánchez Ruiz 1992; 43).*

Pese al avance, los esfuerzos al parecer no han sido suficientes, porque se han dejado de lado un cúmulo de dimensiones y enfoques sobre los procesos comunicativos, igual de pertinentes y necesarios. Hasta ahora, pareciera que hacer investigación de lo regional fuera sólo hacer una simple historia de los medios locales. Vemos que ha faltado otro tipo de acercamientos a lo regional, a lo local.




Pensamos que un caso a seguir de cerca son las investigaciones realizadas por Jorge González, quien desde sus primeros trabajos en la Universidad de Colima, ha venido explorando otras rutas para pensar a la cultura, a la comunicación, pero también a lo regional. Esto puede quedar más claro si leemos cuando expresa el por qué estudiar las ferias:

*¿Qué cuál sentido tiene, en plena época de crisis general de la sociedad mexicana y latinoamericana hacer un análisis detallado de las ferias? Las crisis remueven estructuras y dentro del universo de los imaginarios, la construcción del consenso y de las identidades que coexisten en una sociedad con una base poblacional étnica y tan plural y diversificada constituye un problema de primer orden, simultáneamente político y académico. Así, entonces es urgente saber cómo se ha logrado construir y equilibrar aun precariamente el consentimiento social dentro de una sociedad profundamente desnivelada, no sólo desde la escala de las macro estructuras, sino también dentro de una escala de fenómenos, hechos y relaciones más ligada a la vida diaria y común del grueso de la población. En torno de las ferias se juegan cuestiones que si bien no son "inmediatamente políticas", no dejan de ser por ello menos importantes. Ahí se verifican procesos de atesoramiento, reproducción, utilización y escenificación de la memoria social, de búsqueda y de auto-representación de identidades en conflicto, de organización social capilar, de creación y recreación signica muy concretos, muy cercanos, muy humanos, muy cotidianos (González 1989; 20).*

Las propuestas conceptuales y metodológicas empleadas por Jorge González nos abre rutas para interrogar a nuestras regiones y construir la relación tanto de los medios masivos como de los tipos de comunicación en contextos sociales específicos y observar su integración en las dinámicas culturales que ahí se han dado y se dan.





Además, pensamos que lo realizado hasta el momento no es suficiente, porque la generación de esta información se ha dado en pocos lugares del país, en aquellas ciudades donde se han creado centros de investigación o programas de maestría (el Programa Cultura de la Universidad de Colima, el Departamento de Estudios de la Comunicación Social de la Universidad de Guadalajara, el ITESO, entre otros). Su trabajo sistemático ha equilibrado más la balanza del peso del centralismo, pero ha ido gestando otros centros con el decrecimiento en su producción de los que trabajan en la capital y la prácticamente nula productividad del resto de las ciudades y del resto del país.

Todavía hay mucho que hacer y decir, tanto por su pertinencia como por lo que está en juego en el campo académico de la comunicación.



## **bibliografía.**

ACEVES, Francisco (1992). "Democracia y región: rescoldos de una década", en *Comunicación y democracia*. México, CONEICC.

BOEHM, Brigitte (1997). "El enfoque regional y los estudios regionales en México: geografía, historia y antropología", en *Relaciones*. El Colegio de Michoacán, No. 72

FERNÁNDEZ, Ch. Fátima (1991). *La radio mexicana. Centro y regiones*. México, Ed. Juan Pablos.

FERNÁNDEZ, Ch. Fátima (1988). "Lo científico y lo social en la comunicación social", en *Investigación regional de la comunicación social. Crestomatía Básica*. Primer Seminario Nacional de Investigación.

FERNÁNDEZ, Ch. Fátima (1987). "Comunicación, crisis nacional y regional", en *Crisis y comunicación en México*. México, Universidad de Colima-CONEICC.

FUENTES Navarro, Raúl y Sánchez R., Enrique (1992). "Investigación sobre comunicación en México: los retos de la institucionalización", en Orozco G., Guillermo (Coord.), *La investigación de la comunicación en México: tendencias y perspectivas para los noventas*. México, UIA. Cuadernos de Comunicación y Prácticas Sociales, No. 3


GÓMEZ Vargas, Héctor y Rocha, Francisco (1996). "Monsiváis a escena. Una entrevista", en *Andanzas*. Universidad Iberoamericana León, No. 10

GONZÁLEZ, Jorge (1996). "Pensar en la cultura (en tiempos de vacas muy flacas)", en *Universidad de México*. UNAM, No 546-547.

GONZÁLEZ, Jorge (1995). "Coordenadas del imaginario: protocolo para el uso de cartografías culturales" en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Época II, Vol. I, No. 2.

GONZÁLEZ, Jorge (1989). "Juego peligroso. Ferias, memorias urbanas y frentes culturales", en *Diálogos de la comunicación*. Felafacs, No. 23

GONZÁLEZ, Jorge (1986). "Exvotos y retablitos: religión popular y comunicación social en México", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. I, No 1.

- 
- MARTÍN Barbero, Jesús (1987). *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. México, Ed. Gustavo Gili.
- MARTÍNEZ Assad, Carlos (1994). "La historiografía después de *Pueblo en Vilo*", en *Pueblo en vilo, la fuerza de la costumbre*. México, El Colegio de Michoacán.
- SÁNCHEZ Ruiz, Enrique (1992). "Educación, medios de difusión y democracia", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. IV, No 13-14.
- SÁNCHEZ Ruiz, Enrique (1987). *Centralización, poder y comunicación en México*. Guadalajara, Universidad de Guadalajara.
- SERRANO, Pablo (1997). "Historiografía regional mexicana. Tendencias y enfoques metodológicos. 1968-1990", en *Relaciones*. El Colegio de Michoacán, No. 72.
- SERRANO, Pablo (1994). "Clío y la historia regional mexicana", en *Estudios Sobre las Culturas Contemporáneas*. Universidad de Colima, Vol. VI, No. 18.
- VAN Young, Eric (1991). "Haciendo historia regional: consideraciones metodológicas y teóricas", en Pérez Herrero, Pedro (Comp.), *Región e historia en México (1700-1850)*. México, UAM-Instituto Mora.



## Instantáneas para la historia de la radio en León


Instantánea número uno.

### *Los primeros años de la radio en León*

La primera estación de radio comercial se estableció en León a mediados de los años treinta. Antes de que esto sucediera, sin embargo, hubo antecedentes que muestran los primeros acercamientos de la sociedad leonesa con ese medio de difusión.

El historiador Antonio Malacara indica que en 1921 llegó a la ciudad el primer aparato receptor, de marca Westinghouse, "... a 23 de 3 bulbos, con un complicado sistema de manejo. Fue instalado en un molino de harina, situado en la estación de los F.C." (Malacara 1942). El propietario era Roberto Montes de Oca; el encargado de instalarlo, el "amateur" Armando LópezValdivia. Durante una semana trabajó el aparato receptor "con gran asombro de los que lo escucharon", y después fue vendido al Círculo Leonés Mutualista, que lo instaló... en el salón de los Actos, para recreo de sus socios". Se dice que lograba captar algunas estaciones del sur de norteamérica, como las de Fort Worth y Dallas.

Al año siguiente, en 1922, el Círculo Leonés Mutualista (CLM) difundió las "maravillosas bondades" del nuevo invento, al que de inmediato se consideró un medio idóneo para difundir arte y cultura. En ese año, un miembro del Círculo, Otto Rogenhofer, dictó una serie de conferencias sobre la radio como una nueva *paideia*, y la directiva del CLM "deseosa de facilitar a la culta sociedad de León que conozca y admire este prodigioso invento" (1), ofreció una exhibición, donde se cobraba la




cantidad de 20 centavos. A las diez de la noche se podían escuchar conciertos transmitidos desde diferentes ciudades de EE.UU. Ante tal anuncio, el CLM se convirtió en un centro de gran atracción.

Los primeros aparatos receptores que llegaron para su venta a la población leonesa eran de la marca Kellog, de tres bulbos. Malacara consigna que "...quien tenía la suerte de poseerlos causaba admiración, por ser un artículo raro y de extremado lujo". Se sabe de aficionados como Armando López Valdivia, que con su ingenio construyó un aparato receptor, "obteniendo un éxito completo, pues se logró oír hasta seis o siete estaciones de E.U.A.". Celestino Jiménez Jr. y Felipe Aviña, junto con López Valdivia, construyeron dos receptores, de cinco bulbos cada uno, con los cuales se captaban estaciones de Canadá.

Antonio Malacara consigna que la primera difusora de León funcionó en 1927; sus constructores: Armando López Valdivia y Celestino Jiménez Jr.: "... las únicas piezas que procedían de fábrica fueron los bulbos; el resto fue manufacturado o improvisado por los tesoneros constructores". La estación trabajó de manera experimental durante quince días, con una potencia de entre 8 y 10 watts. Fue ubicada en Reforma Núm. 3, casa de López Valdivia. Esta primera difusora sólo funcionó con carácter de experimental.

Los primeros acercamientos de la sociedad leonesa con la radio dan una idea de la expectación que ésta despertó, sobre todo en las clases económicamente pudientes, que en ese entonces se preocupaban por las manifestaciones artísticas y culturales. No es raro, entonces, el interés que despertó la posibilidad de adquirir un aparato receptor, primero, y una estación radiodifusora, después.

Transcurrieron los primeros años de la década de los treinta y no había indicios de que León pudieran contar con una estación de radio. Ciertos aficionados se agruparon en la llamada Compañía Radiofónica



Guanajuatense, que trabajó con un pequeño equipo experimental. Sus intenciones eran adquirir un buen aparato transmisor, para "...satisfacer a los radioyentes acostumbrados a las buenas transmisiones..." (2) .

En 1933 la dirección de la Compañía pretendió adquirir una estación, lo cual era "...de gran trascendencia para el progreso de la industria local..." (3). No hay noticias de resultados favorables para esa gestión. Lo que sí se sabe es que ese mismo año, Guillermo Romero tramitó ante la Secretaría de Comunicaciones el permiso para inaugurar la estación XEXT, Radiodifusora del Bajío, y que la planta ya estaba instalada, listo el programa de inauguración y, a punto de contratar músicos y artistas de la capital para la inauguración. Tampoco ésta salió al aire; se desconocen los motivos.


El año bueno fue 1934. A mediados de marzo, el CLM y Antonio Zavala acordaron instalar una estación de radio en el inmueble del Círculo. El 10 de abril de 1934 se inauguró la XEAZ, en la frecuencia de 1420 kc. La inauguración fue todo un acontecimiento, y asistieron "...distinguidas y numerosas personalidades..." (4). Se ofreció un programa con la actualización de los grupos La Trapa y las Zavala. El orgullo localista se exaltó y se deseó a la estación todo el éxito, "por el bien de la cultura de nuestra población", con la esperanza de que la XEAZ se convirtiera en "una de las principales del centro del país". Sin embargo, los buenos empeños no duraron mucho. A principios de junio de 1934 canceló sus transmisiones.

El 9 de mayo de 1934 el periódico local **El Centro** anunciaba que el gerente general de la Lotería Nacional en León, Luis Arturo M., "partió a la ciudad de México para embarcar una nueva planta transmisora". Al día siguiente el mismo diario informaría que... "por acuerdo de la Secretaría de Comunicaciones y Obras Públicas, la estación radiodifusora de la Lotería Nacional de esta ciudad funcionará en breve y en la denominación de "El mensajero del Bajío". Tendrá las siguientes iniciales:

XEKL, y la sigla de kilociclos a que sujetara su funcionamiento será de 920". Despertó gran inquietud, pues antes no había sucedido nada igual: la instalación de las altas torres en los terrenos del ferrocarriles, la sala de conciertos, la llegada de dos expertos desde la ciudad de México, entre ellos el ingeniero Buchanan, "uno de los técnicos de mayor prestigio a manera de radio en la República", la presencia por – primera vez- de dos micrófonos RCA motivaron la inquietud de una curiosa sociedad leonesa. Este gran acontecimiento levantaba el cuello del orgullo local. Los reportes desde diferentes partes del país, hasta donde llegaban las transmisiones de prueba; la noticia de que vendrían a la apertura "destacados artistas de la metrópoli", y las planta de 500 watts marca Westen Electric, considerada como "modernísima", hicieron decir a un periodista: "...todo hace augurar el máximo de los éxitos a los directivos de la radiodifusora. El Bajío y León podrán contar ya, en forma definitiva, con un magnífico medio de propaganda para sus productos, y un exponente de su cultura y adelanto en materia artística..." (5).

La inauguración fue el 5 de julio de 1934; estuvieron presente los altos directivos de la Lotería Nacional y miembros de los grupos sociales más pudientes. La nueva radiodifusora quedó bajo la protección de la Cámara Nacional de Comercio de León, el club Rotario local y la Asociación de Industriales de la Curtiduría y del Calzado, siendo la concurrencia muy numerosa, ya que "entraña verdadera significación para la vida comercial, cultural y social de la localidad..." (6).

Pese a tan influyentes padrinos, y la fama de León como una próspera ciudad industrial y comercial, algo falló. Por cierto, una diferencia entre la XEAZ y la XEKL, entre otras, fue que a ésta no se le enfocó como un medio difusor de cultura, siendo de propaganda y publicidad que, se pensaba, era lo más idóneo para la industria y el comercio. Se puede constatar que desde fines del abril, los socios fundadores de la Compañía Difusora del Bajío, la KL, habían cambiado, quedando en su lugar otras personalidades de la sociedad leonesa. Las dificultades de la estación




continuaron durante otro año, hasta que el 9 de octubre de 1935 se decidió la liquidación definitiva” (7). Pero la XEKL no murió. Dos de los socios, Víctor Federico Hemmer y Guillermo Romero, la tomaron por su parte. Cuenta la anécdota que Hemmer advirtió a Romero sobre la necesidad de considerar como pérdida la inversión de mil pesos mensuales para la difusora.

Desde sus inicios, la KL cumplió una función importante en la sociedad leonesa: era un punto de atracción e interés que se convertiría en el mediador de lo que sucedía, tanto a nivel local como en el exterior. Imprescindible en todo acto y evento destacado de la ciudad, se constituyó pronto como un medio de entretenimiento y diversión que llegaría a la intimidad del hogar, donde se reunía la familia para escucharla.

El nuevo medio de diversión pronto se unió al cinematógrafo, a los paseos por parques, jardines y calzadas, a las tertulias, a los días de fiesta, a los paseos por el campo, a los teatros. Los artistas locales y quienes venían de la metrópoli para presentarse en el Teatro Doblado, tenían como paso obligado la KL. Su programación se integraba con artistas locales y algunos programas, en imitación de los producidos por la XEW de la ciudad de México que, desde sus inicios en 1930, se convirtió en la más poderosa e influyente de América Latina.

En 1937 desapareció la XEKL, por incosteable. En ese mismo año apareció la XEFM, “La voz del Comercio”, propiedad de Francisco Muñoz y Raúl González. Trabajaba en potencia baja, entre 50 y 100 watts, y en la frecuencia de 1270 Kc. Su presencia estuvo llena de obstáculos e irregularidades, por lo que se le veía como una actividad modesta y sin grandes pretensiones, Rafael Cutberto Navarro, quien la dirigió desde finales de los treinta, le dio un impulso notorio, hasta que a principios de los cuarenta la dejó para fundar su propia estación. Algunas personas han querido ver la presencia de la FM como modesta, además de efímera.






Sin embargo, habría de transcurrir más de una década para que desapareciera, lapso en el que ocurrieron hechos importantes y definitivos para la radio en León.

## Instantánea número dos. *La radio en León durante los años cuarenta*

La década de los cuarenta fue muy agitada y de profundas transformaciones para todo el país; se caracterizó por la consolidación del modelo político que dirigiría a la nación, y por acelerar el proceso de industrialización —el paso de una sociedad tradicional a otra “moderna”, proceso que aún vivimos en estos días. En esta década eufórica, dinámica y decisiva, se insertó la radio como un mediador con la pretendida modernidad: además de cumplir funciones económicas—comerciales vía la publicidad, cubrió roles sociales y culturales. Esta introducción, expuesta grosso modo es importante cuando se estudia a la radio en León durante los años cuarenta.

Esas dinámicas nacionales impactan de alguna manera en la “propia” de la ciudad de León. Entre otras cosas marca una diferencia entre la radio de los treinta y la de los cuarenta en nuestra ciudad. Así, a diferencia de las iniciales pretensiones cultistas de poseer una estación radiodifusora, para ser visto como un pueblo culto, durante los cuarenta los proyectos se encaminaron para hacer de la radio la primera agencia de publicidad organizada de la ciudad ya que, dirían algunos, en materia de publicidad había un retraso de cincuenta años (8).

Así, durante 1940 y 41 sólo funcionó una pequeña estación de radio, la XEFM, ubicada en el Pasaje denominado Cámara de Comercio. Sin embargo, para estas fechas (9) había crecido el número de locales donde se podían adquirir aparatos receptores de radio, por lo que escuchar radio se estaba convirtiendo en una práctica generalizada y habitual.



Otro punto importante es que, desde que surgió la radio en León en los treinta, nunca hubo dos estaciones trabajando simultáneamente, por lo que no existía competencia en este rubro y el radioyente se conformaba con sintonizar la única estación local, o las que lograba captar de otras ciudades.

El 8 de octubre de 1941 salió al aire la estación XERZ, propiedad de Rafael Cutberto Navarro. Él logró que la estación fuera rentable: aprovechó su experiencia en estaciones de radio del norte del país para organizarla como un sistema publicitario que generara ganancias. Por otro lado, integró a los diversos intereses que existían en la ciudad, como los comerciales, empresariales, industriales, políticos artísticos y religiosos. Finalmente, la relación que entabló con el grupo formado por Emilio Azcárraga en la ciudad de México, Radio Programa de México (RPM) y liderado por la XEW, ya que ser afiliado a RPM le proporcionaba grandes ventajas: imitar los programas que allá se hacían, como el "Alma Mater"; aprovechar programas de la W, como "La Hora Azul", al encadenarse con esa estación, y traer artistas famosos que trabajaban para RPM. Además, RPM proporcionaba publicidad de productos transnacionales, los que más ganancias dejaban. Pertenecer en ese entonces a RPM era vital para sobrevivir. Un ejemplo muy claro y decisivo: en esos años se desarrollaba la Segunda Guerra Mundial y las industrias electrónicas norteamericanas dejaron de atender pedidos comerciales para apoyar las actividades bélicas. La única forma de obtener refacciones o equipos para trabajar, era a través del único representante de la RCA-Víctor en México, Emilio Azcárraga, presidente de RPM y dueño de la XEW.

Por ello, en septiembre de 1944 la XERZ sustituyó su equipo de marca Halli crafter's por RCA-Víctor, con lo que su potencia aumentó a 250 watts. No está por demás señalar que la llegada de los aparatos motivó un día de fiesta, con artistas locales y de la capital, y fue bendecido por el Excmo. e Illmo. monseñor don Amado Villanueva, y la designación de

la "Madre Santísima de la Luz como patrona de las instalaciones" (10).


En 1942, ante la fuerte presencia y el ejemplo de la XERZ, la XEFM, "después de haber vencido una que otra dificultad de orden material, La Voz del Comercio, desde León, Gto., hace acto de presencia ante las fuerzas vivas del país". Diría Antonio Malacara, en ese momento gerente de la FM: "Es causa de orgullo para XEFM y para quienes en ella laboramos, cooperar en cualquier forma a que el comercio y la industria de esta bella Perla del Bajío sea grande en su desarrollo y útil en sus esfuerzos, siendo ésta la razón por la que esta difusora ha ampliado su radio de acción" (11). Propiedad entonces de Manuel Obregón, la FM entabló competencia con la RZ.

Sin embargo, su afiliación daba varias ventajas a la RZ sobre la FM: mejor equipo técnico (y tanto por fidelidad de sonido; potencia y amplitud para ser escuchada), publicidad, artistas, programas exclusivos, etc... hacían su programación más atractiva que la de XEFM, casi exclusivamente local, lo cual la hacía monótona y repetitiva.

La competencia fue más desventajosa para la FM cuando el 20 de mayo de 1945 Cutberto Navarro inauguró la estación XERW con una potencia de 250 watts (12), que también recibiría los beneficios de RPM, al permitirle reproducir los programas de la XEQ.

La felicidad de Cutberto Navarro no duró mucho. Fue afectada a principios de 1946 por dos acontecimientos: primero, tuvo dificultades con Clemente Serna Martínez, vicepresidente de la RPM, lo que provocó que los beneficios de RPM pasaran a la XEFM; y la segunda, la inauguración de la XELG, propiedad de Manuel Obregón.


La retirada de los programas, artistas y publicidad de las estaciones de Cutberto Navarro por parte de RPM hizo que ésta buscara conservar su auditorio con acciones como el integrar su programación con artistas



locales, atender más al comercio local y renovarla constantemente. Pero la suerte estaba echada. El domingo 5 de mayo de 1946 se inauguró la LG y al evento asistieron altos directivos de la Secretaría de Telecomunicaciones y los padrinos de la estación: Emilio Azcárraga y Clemente Serna Martínez. La estación abrió con una potencia de 1,000 watts, lo que le dio una enorme ventaja sobre sus competidoras, que tenían 250. Los hechos no pararon ahí: en junio de ese año se anunció que la LG inauguraría una estación RCA-Víctor con una potencia de 5,000 watts, para lo cual vinieron ingenieros de la ciudad de México a instalarla y, al parecer, a fines de ese año todo estuvo listo para su funcionamiento (13).

Mientras la LG y la FM recibían beneficios de la exclusividad para transmitir las corridas de toros desde la Plaza México, el grupo de Cutbero Navarro intentó recuperar terreno con acciones como el rediseño de sus programas, sugerir la creación del Casino de la Radio en León (14), ajuste de las antenas de la RZ, y la inauguración el primero de mayo de 1946 del teatro estudio de la RW, entre otras. La competencia era muy fuerte y el comercio local poco pudo hacer por ayudar al grupo de Cutberto Navarro, a lo que se añadieron serios conflictos internos con su persona, lo que le obligó a vender las estaciones a Manuel Obregón, con lo que a finales de los cuarenta se formó un grupo con las cuatro estaciones de esta ciudad. Cutberto Navarro se vio forzado a realizar otras actividades, como abrir una agencia de publicidad que cerró dos meses después por quiebra, para emigrar luego a la ciudad de México, donde formó Radio Cadena Nacional (RCN, las iniciales de Rafael Cutberto Navarro).

Aún queda poco claro cómo es que a los pocos años de adquirir las cuatro estaciones de radio, Manuel Obregón se vio precisado a venderlas. Hay quienes dicen que se debió a que sólo anunciaba sus propios comercios (Muñoz 1989), pero su relación con RPM hace dudosa esa observación. Este es un punto por investigar. La LG fue vendida a un



consejo de acreedores de Obregón, presidido por Luis Medina, y la FM incautada por la Secretaría de Hacienda por adeudos de impuestos.

Un proyecto radiofónico leonés fundado en los años cuarenta fue desactivado a fines de esa década. Los cincuenta, que es otra historia por contar, significaría un difícil panorama para la radio por innumerables factores, entre ellos la aparición de la televisión en México.


Es curioso cómo las tres estaciones surgidas en los cuarenta siguen en activo y son, dentro de la Amplitud Modulada, las de mayor tradición y, al parecer, preferencia, cosa muy distinta de las que aparecieron en los treinta, porque ninguna existe.

La historia de la radio, y la de los demás medios de comunicación en León merecen más atención debido a que hechos, deseos e intereses de la sociedad leonesa, se reflejan ahí. La historia de la radio en León tiene múltiples matices y dimensiones por explorar (como el presente que tan sólo explora uno de tantos). Muchos puntos se han dejado de lado: las personas que trabajaron formando el cuerpo de locutores, de artistas, el fenómeno de los teatros-estudios, la figura de Cutberto Navarro (más importante de lo que a simple vista pareciera y que merece un estudio a profundidad); las programaciones y, por supuesto, el contexto sociocultural en el que se desarrolló.

Instantánea número tres.

### *El desarrollo de la radio en León*

Cuando se investiga a la radio, por lo regular se le estudia minimizando su presencia en la sociedad, a diferencia de la que se le atribuye a otros medios de comunicación, como la televisión y su espectacular desarrollo. Por otro lado, se tiende a generalizar la historia de la radio en México, asumiendo únicamente lo acontecido, en la capital de la república. Un



reflejo de ello es la abundante consulta de libros entre estudiantes universitarios de ciencias de la comunicación y el enfoque que la generalidad de los profesores da a la información sobre la historia de la radio. También es común que se le vea con la nostalgia del pasado, la edad de oro, y la amargura de su presente, contaminado por una atmósfera netamente comercial.

Estas notas parten de otro punto de vista: la radio es en sí misma un medio de comunicación harto complejo y, sobre todo, vivo, en permanente transformación, en una incesante mutación, aunque dentro de límites y estructuras que no es posible ignorar. Si bien las acciones y circunstancias que suceden en la capital son determinantes para lo que aquí acontece, hay ciertas diferencias que es preciso tener en cuenta, a riesgo de querer explicar en unas cuantas frases, lo que en otras regiones del país se vive en materia de radio.

A lo largo de su historia, la industria de la radiodifusión en México se ha desarrollado y centralizado en ciertas áreas del país. Así, se puede dar cuenta que desde la década de los setenta, doce estados de república concentran aproximadamente el 75% de las estaciones de radio (Arredondo y Sánchez R. 1986, 40). Uno de ellos es Guanajuato, que en 1989 ocupaban el octavo lugar en cuanto a número de radiodifusoras establecidas en su territorio (Romo 1991, 30). Y no sólo eso; un tercio del total de éstas se concentraban en 13 ciudades importantes tanto por su actividad económica como por su demografía y desarrollo urbano. Una de ellas es León.

En el estado de Guanajuato, León ha tenido una presencia sobresaliente en materia de radiodifusión. No sólo porque aglutina el 25% del total (Celaya e Irapuato le siguen, con 15% cada una), sino además en lo que se refiere a su desarrollo histórico: León, Celaya e Irapuato contaron por lo menos con una estación de radio desde la década de los treinta, ventaja que sólo fue posible para otras ciudades de Guanajuato hasta la

década de los sesenta (Gómez Vargas 1991).


La década de los cincuenta marcó un hito en la radio nacional. A finales de los cuarenta se empezaron a crear grupos de radiodifusoras distintas a Radio Programas de México, que cobraron fuerza especialmente cuando el grupo liderado por Emilio Azcárraga anunció su decisión de dedicarse a la televisión (Fernández Ch. 1989). Ésta empezó a funcionar en 1952 en México y pronto se convirtió en un serio contrincante de la radio, al grado de provocar modificaciones en la forma de operar de este medio. A eso habrá que añadir otros elementos como las innovaciones técnicas que permitían la transmisión de programas grabados, y la introducción del sistema de Frecuencia Modulada (Mejía Barquera 1989).

#### Estaciones de radio que han funcionado en León

1934	1937	1941	1950	1960	1970	1980
XEAZ	XEFM	XERZ	XERZ	XERZ	XERZ	XERZ
XEKL		XERW	XERW	XERW	XERW	XERW
		XELG	XELG	XELG	XELG	XELG
		XEFM	XEKX	XERPL*	XERPL	XERPL
				XELEO	XELEO	XELEO
				XEXF	XEXF	XEXF
				XHSO	XEACN	XEACN
					XEXV	XEXV
					XHDM	XHDM
					XHLG	XHLG
					XHOI	XHOI
					XHPQ	
					XHML	
					XEGTO**	

\* La XEKX cambió a RPL

\*\* En el 89 traslada sus oficinas a León, pero transmite desde Guanajuato capital.



En noviembre de 1953 en León apareció la estación XEKX, denominada “la emisora de la música moderna”, propiedad de Carlos Sánchez Delgado. Fue la única estación que inició operaciones en esta década, situación extraña si se compara con la gran actividad desplegada en ese sentido, tanto en la década anterior como en las siguientes.

La KX tuvo la misma frecuencia de la estación XEFM, que había sido incautada años antes por las autoridades fiscales; incluso, utilizó algunas piezas del equipo de transmisiones de la FM. Concedor de los signos de los tiempos, Sánchez Delgado se subió al carro de la modernidad, que fue su bandera para competir con otras estaciones tanto de radio como de la televisión.

Abrió un teatro estudio, con la novedad de la vista a la calle, por lo que los transeúntes podían ver lo que ahí sucedía; luchó contra la apatía del comercio leonés, que seguía con la certeza del “si vendo sin anunciarme, para qué me anuncio”; intentó novedades técnicas (primeros anuncios locales en discos, antena de alta fidelidad) y de programación (música de fondo mientras hablaba el locutor, uso de teléfono para las complacencias, etc.), y dispositivos nunca vistos (campanas publicitarias a lo grande, transmisiones novedosas). A estos cambios habrá que añadir las anteriores formas de la programación, diseñada diez años atrás. En los cincuenta la programación se estructuraba con base en la compra de tiempos.

Durante los sesenta surgen tres estaciones de radio: en 1963 la XELEO, propiedad de Rafael Cutberto Navarro; en 1966 la XRXF, en Romita, y a los pocos meses se trasladó a León; en 1968 la XHSOFM, Stereo Rey, primera estación en Frecuencia Modulada del estado de Guanajuato. Sin embargo, y debido a que había pocos aparatos de radio con sistema de FM, la estación hubo de cerrar unos años, para volver a abrir en 1975 (Muñoz 1989). En 1964 muere Carlos Sánchez Delgado, propietario de la XEKX, y su estación pasó a Radio Programas de México, para lo cual