

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN COLIMA

Apuntes para la historia y la cultura

Ana Bertha Uribe Alvarado



© Primera edición 2001

Universidad de Colima

Avenida Universidad 333

Colima, México, 28040

Teléfonos (3) 313 84 84 y (3) 316 10 81

www.ucol.mx • comerci@ucol.mx • publicac@ucol.mx

© **Fondo Nacional para la Cultura y las Artes**

© **Ana Bertha Uribe Alvarado**

ISBN: 970-692-069-6

ISBN-Colección: 970-692-071-4

Impreso en México • *Printed in México*

Índice general

Presentación	13
Agradecimientos	15
Prólogo	19
Introducción	25

CAPÍTULO I

Génesis de los medios de comunicación en Colima

Introducción	39
1. Imprenta y el periodismo	40
1.1. Antecedentes de la imprenta en México	40
1.2. Llegar la imprenta al territorio de Colima	42
1.3. Los inicios del periodismo en Colima	45
2. Radio	50
2.1. Algunos antecedentes	50
2.2. Llegar la radio a tierras colimotas	51
3. Televisión	54
3.1. Algunos antecedentes del modelo comercial en México	54
3.2. Los primeros intentos de televisión en Colima: XHCC-Canal 5	56
4. Cine	62
4.1. La llegada de Lumière y Edison a México	62
4.2. Aparecen las primeras carpas y salas de cine en Colima	65
5. Comentarios finales del capítulo	78

CAPÍTULO II

Estructura de la comunicación social en Colima

Introducción	85
• Una nueva década para Colima, la modernidad que está llegando (una introducción de contexto)	86
• Comentarios sobre las políticas de los medios informativos	91
• Algunas bases institucionales de la comunicación social en Colima	94
• El diagnóstico de los medios de comunicación	96
1. Prensa	96
1.1. Diversos periódicos en un pequeño estado	96
1.2. Sobre asociaciones de periodistas en la ciudad	101
2. Radio	111
2.1. El marco de las estaciones radiofónicas comerciales	111
2.2. La génesis del proyecto de radiodifusión estatal XEB-CO	113
3. Televisión	116
3.1. Ante el aislamiento del centro aparecen las <i>estaciones videocaseteras</i>	116
3.2. El nuevo intento de televisión local: XHCC-Canal 5	119
4. Cine	124
4.1. De ofertas y preferencias cinéfilas	124
4.2. Películas nacionales y extranjeras llegan a Colima	128
5. Comentarios finales al capítulo	131

CAPÍTULO III

Los medios de comunicación en una modernidad que se reacomoda

Introducción	137
• El continuismo político y social de Colima: 1986-1991	138
• La perspectiva de la comunicación social	139
• El diagnóstico de los medios de comunicación	142
1. Prensa	142
1.1. Rasgos sobre la oferta de periódicos en Colima	142
2. Radio	155
2.1. La oferta radiofónica en Colima	155
2.2. La mirada sobre la radio: algunos escenarios	157
3. Televisión	161
3.1. Algunas tendencias regionales de la televisión	161
3.2. Llega la televisión estatal: TV COLIMA-Canal 12	164
3.3. Los sistemas televisivos regionales integrados en red	175
4. Cine	176
4.1. Una panorámica cinéfila: crisis entre la oferta y la demanda	176
4.2. La oferta cinematográfica en Colima	182
4.3. En Colima llegan las casas de video	186
5. Comentarios finales al capítulo	188

CAPÍTULO II

Estructura de la comunicación social en Colima

Introducción	85
• Una nueva década para Colima, la modernidad que está llegando (una introducción de contexto)	86
• Comentarios sobre las políticas de los medios informativos	91
• Algunas bases institucionales de la comunicación social en Colima	94
• El diagnóstico de los medios de comunicación	96
1. Prensa	96
1.1. Diversos periódicos en un pequeño estado	96
1.2. Sobre asociaciones de periodistas en la ciudad	101
2. Radio	111
2.1. El marco de las estaciones radiofónicas comerciales	111
2.2. La génesis del proyecto de radiodifusión estatal XEB-CO	113
3. Televisión	116
3.1. Ante el aislamiento del centro aparecen las <i>estaciones videocaseteras</i>	116
3.2. El nuevo intento de televisión local: XHCC-Canal 5	119
4. Cine	124
4.1. De ofertas y preferencias cinéfilas	124
4.2. Películas nacionales y extranjeras llegan a Colima	128
5. Comentarios finales al capítulo	131

CAPÍTULO III

Los medios de comunicación en una modernidad que se reacomoda

Introducción	137
• El continuismo político y social de Colima: 1986-1991	138
• La perspectiva de la comunicación social	139
• El diagnóstico de los medios de comunicación	142
1. Prensa	142
1.1. Rasgos sobre la oferta de periódicos en Colima	142
2. Radio	155
2.1. La oferta radiofónica en Colima	155
2.2. La mirada sobre la radio: algunos escenarios	157
3. Televisión	161
3.1. Algunas tendencias regionales de la televisión	161
3.2. Llega la televisión estatal: TV COLIMA-Canal 12	164
3.3. Los sistemas televisivos regionales integrados en red	175
4. Cine	176
4.1. Una panorámica cinéfila: crisis entre la oferta y la demanda	176
4.2. La oferta cinematográfica en Colima	182
4.3. En Colima llegan las casas de video	186
5. Comentarios finales al capítulo	188

CAPÍTULO IV

Qué tenemos y hacia dónde vamos en el nuevo milenio

Introducción	195
• Un vistazo a la infraestructura de medios de comunicación en los noventa	196
1. Prensa	196
1.1. La continuidad en la oferta periodística	196
1.2. Sobre la profesionalización del periodismo en Colima	197
2. Radio y televisión	205
2.1. Infraestructura radiofónica y televisiva	205
3. Cine	208
3.1. Salas cinematográficas y ofertas	208
4. Un apunte de contexto	210
5. De los "medios tradicionales" a las tecnologías de comunicación	211
• Televisión por cable	212
• Los discos compactos y la biblioteca electrónica	214
6. Comentarios finales al capítulo	217
Comentarios finales	221
Anexos	233
Bibliografía general	241
Índice de cuadros y gráficas	249